

ՔԱՂԱՔԱՑԻՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՇԱԿԵՐՏԻ ԳԻՐՔ

I ՄԱՍ

11

Երաշխավորված է Վրաստանի կրթության և գիտության
նախարարության կողմից 2024 թվականին


Հրատարակչություն
ՄԻԴԻ

Նինո Տալախաձե
Նինո Կապանաձե
Գուլնազ Էրքոմաիշվիլի

Քաղաքացիություն 11, I մաս
Աշակերտի գիրք տասնմեկերորդ դասարանցիների համար
Թբիլիսի, 2024
Առաջին հրատարակություն

Հեղինակներ՝ Նինո Տալախաձե, Նինո Կապանաձե, Գուլնագ Էրքոմաիշվիլի

Խմբագիր՝ Թեոնա Բեքիշվիլի
Տեխնիկական ձևավորող՝ Դաչի Կոճաուրի

Հրատարակություն Սիդի, 2024
Բոլոր իրավունքները պաշտպանված են

ՄՊԸ «Սիդի հրատարակություն»
Հասցե. Թբիլիսի, Նոնեշվիլի պող. 2/5/169
Հեռախոս. **599623610**
Կայք-էջ. **www.ceed.ge**
Էլ.-փոստ. **info@ceed.ge**
ceedgeorgia@yahoo.com
https://www.facebook.com/გამომცემლობა_სიდი

Citizenship 11
Student's Book
© Ceed Publishing, 2024
all rights reserved.
2/5/169 Noneshvili Ave., Tbilisi, Georgia, 2024

ISBN 978-9941-8- 6513-8

Թանկագին տասնմեկերորդ դասարանցիներ,

Ձեր առջև «Քաղաքացիություն» առարկայի դասագիրքն է, որում տրված են շատ կարևոր և հետաքրքիր թեմաներ՝ «Ձեռնարկատիրություն և բիզնես» և «Քաղաքականություն և քաղաքական մշակույթ»:

Բոլոր մարդիկ ձգտում են ունենալ բարեկեցիկ կյանք, այդ բարեկեցության մասին ամեն մեկը իր պատկերացումը կարող է ունենալ, դրանք բոլորը տարբեր են, բայց, որպես օրենք, ընդհանուր ավելի շատ բան կգտնվի: Բարեկեցության հասնել առանց բիզնեսի և ձեռնարկատիրության աներևակայելի է: Նույնպես աներևակայելի է բարեկեցությունը առանց ճիշտ վարած քաղաքականության: Ապագայում դուք պետք է հարթեք ձեր ճանապարհը ձեռնարկատիրության և բիզնեսի, թե քաղաքականության դժվարին ոլորտներում: Իսկ դրա համար ձեզ հարկավոր են գիտելիք և ունակություն-հմտություններ:

Գրքում տրված տեղեկատվությունը, իրավիճակները, իրական նորությունները, մոդելավորումը, տարբեր ակտիվությունները, մատնացույց արված էլեկտրոնային ռեսուրսները ուղղակիորեն ձեզ կկապեն կենցաղային իրավիճակների հետ: Այդ պատմությունները հարկ կլինի քննարկել-վերլուծել տարբեր տեսակի ակտիվություններով:

Կարող եք ձեզ պատկերացնել որպես աշխարհի մագնատ, որպես անտրեպրենյոր՝ մասնավոր ձեռնարկության տնօրեն, որպես նորարարական բիզնես բացահայտումների հեղինակ, որպես սպառող, որպես քաղաքականության ստեղծող և որպես քաղաքականությունը վերահսկող: Դասի ժամանակ դուք կարող եք ստանձնել պատասխանատվություն, դիմել ջիսկի և, թեկուզ պարտվեք, դասաստեղծակում կրած և վերլուծության ենթարկած պարտությունը ձեզ համար կվերածվի հետագա հնարավորության: Կարճ ասած, գրքի հետ միասին առջևում ձեզ սպասում է հետաքրքիր փորձառություն, որը հետո կենսական լարիիրիթոսներից ձեր դուրս գալը կհեշտացնի:

Մարդիկ իրենք ստեղծեցին այդ լարիիրիթոսները, երբ երկրագնդին, շրջակա միջավայրին նայում էին միայն որպես սպառողներ, երբ բռնանում էին և հիմա սկսեցին մտածել, թե ինչպես ազատվեն այդ ամենից: Դուք նույնպես մտածե՛ք այդ մասին:

Դասագրքում տրված է 2 թեմա, ամեն մեկը բաղկացած է չորս ենթագլխից: Դրանցում տրված է 29 պարագրաֆ: Ճանապարհի հարթեցման մեջ ձեզ կօգնեն ավանդական խորագրերը, առատ ինֆորմացիական, տարբեր դիտողական նյութերը, բայց որպես գլխավոր պայման մնում է ձեր ակտիվությունը և ընդգրկվածությունը:

Դասագրքում կիրառված խորագրեր

ՔՆՆԱՐԿԵՔ	ՍԱ ՀԵՏԱՔՐԲԻՐ Է	ՀԻՇԵՔ
ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ	ՀԵՏԱՉՈՏՈՒԹՅՈՒՆ	? ՀԱՐՑ
ԱՇԽԱՏԵՔ ՉՈՒՅԳԵՐՈՎ	ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ	★ ԲԱՌԱՐԱՆ

**Ցանկալի է՝ գրքի հետ այնպես վարվեք, որպեսզի այն
հաջորդ տարիներին ծառայի նաև այլ աշակերտների:
Մաղթում ենք հաջողություն:**

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

I ԹԵՄԱ. ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԲԻԶՆԵՍ

I ԳԼՈՒԽ. ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ ԱՆՁՆԱԿԱՆ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՏԵՍԱՆԿՅՈՒՆՆԵՐԸ

Համալիր առաջադրանք 8

1. Ով է ձեռնարկատեր 9

2. Ձեռնարկատիրություն (անտրեպրենյորություն).....21

3. Բիզնես գաղափար40

II ԳԼՈՒԽ. ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԲԻԶՆԵՍ

Համալիր առաջադրանք52

4. Բիզնեսի իրավական միջավայրը.....53

5. Ձեռնարկատիրության գրանցում68

6. Պետությունը միշտ աչալուրջ է.....76

7. Ինչպե՞ս պետք է գործի պետությունը96

8. Մոդելավորում 105

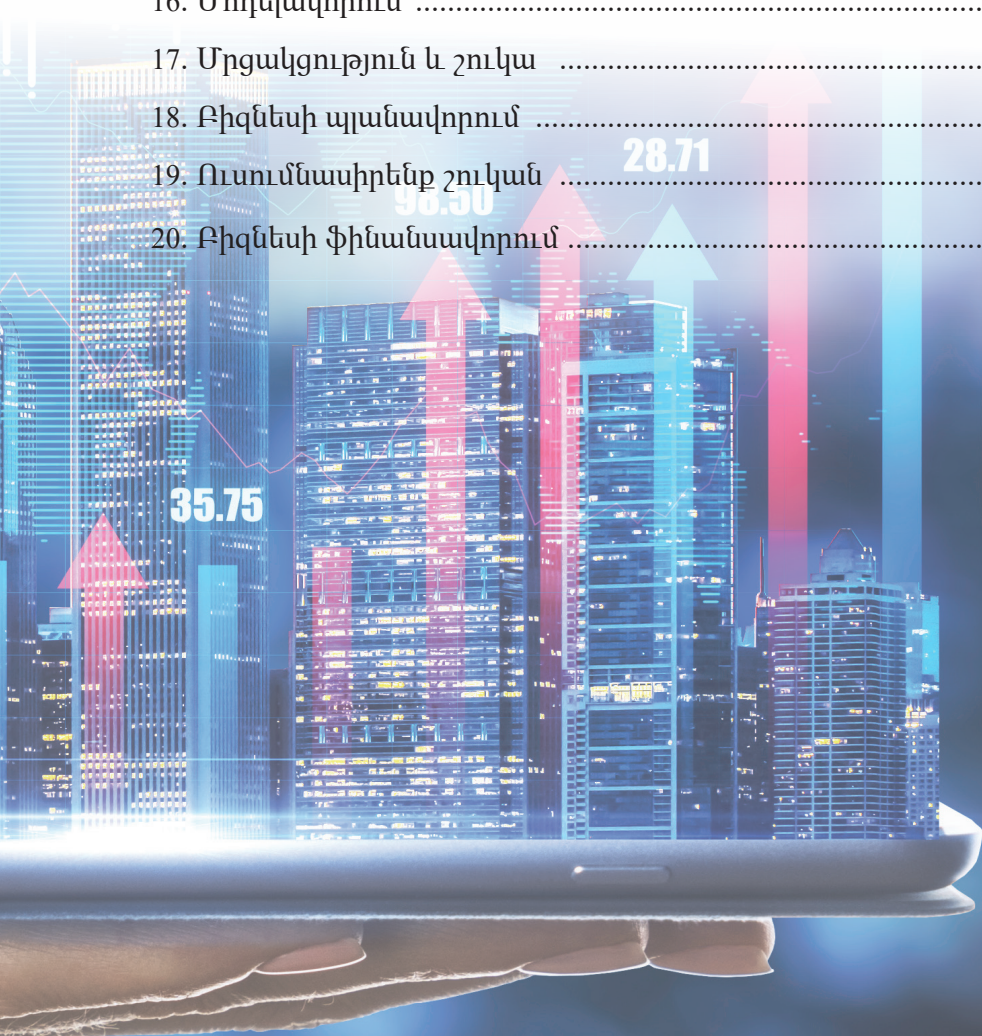


III ԳԼՈՒԽ. ԶԵՌՆԱՐԿԱՏԵՐԵՐԻ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ

Համալիր առաջադրանք	110
9. Սոցիալական ձեռնարկատիրություն	111
10. Սոցիալական ձեռնարկատիրություն՝ թե՛ բարեգործություն	130
11. Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվություն	139
12. Զեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականություն (ՁԸՊ)	151
13. Գովազդ	160

IV ԳԼՈՒԽ. ԲԻԶՆԵՍԻ ԿԱՅՈՒՆՈՒԹՅՈՒՆ

Համալիր առաջադրանք	168
14. Ի՞նչ է տեղի ունենում իրական շուկայում	169
15. Բիզնեսի կայունության վրա ազդող գործոններ	180
16. Մոդելավորում	188
17. Մրցակցություն և շուկա	191
18. Բիզնեսի պլանավորում	198
19. Ուսումնասիրենք շուկան	206
20. Բիզնեսի ֆինանսավորում	214



II ԹԵՄԱ. ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ՄՇԱԿՈՒՅԹ

(II թեման տե՛ս դասագրքի II մասում)

I ԳԼՈՒԽ. ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՅ

Համալիր առաջադրանք 6

21. Քաղաքականություն և անհատներ 7

22. Քաղաքական գործընթացի սուբյեկտներ 29

II ԳԼՈՒԽ. ՔԱՂԱՔԱԿԱՆ ԳԱՂԱՓԱՐԱԽՈՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ԵՎ ՌԵԺԻՄՆԵՐ

Համալիր առաջադրանք 46

23. Քաղաքական գաղափարախոսություններ 47

24. Քաղաքական ռեժիմներ 61

25. Ոչ ժողովրդավարական ռեժիմներ 70



III. ԳԼՈՒԽ. ԿԱՅՈՒՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

Համալիր առաջադրանք.....86

26. Համագործակցություն՝ հանուն ընդհանուր նպատակների.....87

27. Անվտանգ վարքագիծ արտակարգ իրավիճակների ժամանակ105

IV ԳԼՈՒԽ. ՔԱՂԱՔԱՑԻԱԿԱՆ ՄԱՍՆԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ

Համալիր առաջադրանք118

28. Քաղաքացիական մասնակցություն քաղաքականությունում 119

29. Քաղաքացիների մասնակցությունը ինքնակառավարմանը.....144



ՀԱՄԱԼԻՐ ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Համալիր առաջադրանքի պայման

Ծանոթացե՛ք դասագրքում տրված 2 իրավիճակներին՝ «Ձեռնարկատիրությունը՝ մտածողության տեսակ» (էջ 21-25) և «14 տարեկան ձեռնարկատերը» (էջ 27), որոնցից մեկը վերաբերում է աշխարհում հայտնի մասնավոր ձեռնարկատիրությանը, իսկ երկրորդը՝ 14-ամյա դեռահասի ձեռնարկատիրական փորձին: Պատկերացրե՛ք ձեզ Գիորգիի փոխարեն 50-ամյա տարիքում և պատրաստե՛ք դիմումի տեքստ (250-300 բառ)՝ ուղղված գավակներին/երիտասարդներին: Տեքստում հեղինակը կխոսի՝ հենվելով սեփական և ուրիշների փորձի վրա:

Աշխատանքում/աշխատանքի շնորհանդեսի ժամանակ ընդգծված ներկայացրե՛ք.

- ▶ Ինչո՞ւ ձեռնարկատիրությունը վերածվեց ձեռնարկատերերի անձնական և ընդհանրապես՝ հասարակության զարգացման հնարավորության: Տարբեր հանգամանքներում ի՞նչ դիմակայություններ կարող են ուղեկցել այս գործընթացին:
- ▶ Ձեռնարկատերերի որոշումների և նրանց հետագա հաջողությունների վրա ի՞նչ գործոններ են ազդում և ինչպե՞ս: Խոսե՛ք կոնկրետ օրինակներով:
- ▶ Ի՞նչ հատկություններ և ունակություններ պետք է պահպանի և զարգացնի ձեռնարկատերը հասարակության հետ ներդաշնակ համագործակցության համար:



ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացնք ստորև տրված **Ծիմոն Պերեսի** ելույթի տեքստին և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Վերհիշե՛ք, ի՞նչ է հոլոքոստը: Որտե՞ղ և ե՞րբ էր գործում այն:
- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն ունեցավ հոլոքոստը մարդկանց, հասարակական խմբերի, երկրների, մարդկության վրա: Ի՞նչ հետևանքներ ունեցավ այն հրեա ժողովրդի համար:
- ▶ Ինչպե՞ս է նկարագրում Ծիմոն Պերեսը Իսրայելի իրավիճակը պետության ստեղծման ժամանակաշրջանում: Ի՞նչ է ցանկանում ասել հեղինակը:
- ▶ Ի՞նչը փրկեց աղքատ ռեսուրսներ ունեցող երկրին, և ինչպե՞ս վերածվեց այն հաջողակ պետության:
- ▶ Ի՞նչն է համարում հեղինակը հաջողության գլխավոր գործոն:
- ▶ Ինչո՞ւ է մարդը հանդիսանում երկրի գլխավոր հարստությունը:
- ▶ Ի՞նչ է հորդորում Ծիմոն Պերեսը երիտասարդներին:
- ▶ Ինչպե՞ս եք հասկանում ձեռնարկատեր բառի նշանակությունը: Ո՞վ է ձեռնարկատերը, և ի՞նչ գործունեություն է նա ծավալում:
- ▶ Որքանո՞վ կարևոր եք համարում այն, որ ձեռնարկատերը գործունեության ոլորտ ընտրելու համար ճիշտ պատկերացում պետք է ունենա սոցիումում գտնվողների պահանջների և կարիքների, նրանց հետաքրքրությունների մասին: Բացատրե՛ք՝ ինչո՞ւ:
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ո՞ր պետական կառավարումն է (ժողովրդավարական, թե՛ ոչ ժողովրդավարական) օժանդակում ձեռնարկատիրության, բիզնեսի զարգացմանը: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Կիսո՞ւմ եք այն կարծիքը, որ ձեռնարկատիրության զարգացումը կարող է փրկել աղքատ պետությանը: Ինչպե՞ս (քննարկե՛ք ձեզ հայտնի օրինակներ բերելով):
- ▶ Հաջողության հասնելու համար անձնական մոտիվացիայի հետ միասին ձեռնարկատիրոջը որքանով է անհրաժեշտ այլ հասարակական խմբերի, ինստիտուցիաների հետ համագործակցությունը: Դրա համար նրան ի՞նչ ունակություններ են հարկավոր:
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ի՞նչ առնչություն գոյություն ունի ձեռնարկատիրության կամ բիզնեսի զարգացման և հասարակության բարեկեցության միջև (քննարկե՛ք մեր երկրի օրինակով):
- ▶ Երազե՞լ եք, արդյոք, ձեռնարկատեր կամ բիզնեսմեն դառնալու մասին:
- ▶ Ինչպիսի՞ միջավայր կցանկանայիք ձեր բիզնեսը կամ ձեռնարկատիրությունը սկսելու և զարգացնելու համար:



Ծիմոն Պերես –

Իսրայելի երկակի վարչապետ, 2007-2014թթ.

երկրի նախագահ: Պաղեստինցիների հետ խաղաղ բանակցություններ վարելու համար 1994 թվականին նրան շնորհվեց Նոբելյան մրցանակ:



Ինչպե՞ս հրեա ժողովուրդը անապատը վերածեց հզոր պետության:*

«Մենք երագում էինք մեր հողի մասին, բայց հողը, որը մեզ բաժին ընկավ, երագելի չէր: Դա ինչ-որ հողակտորի փոքր պատամիկ էր, Մերձավոր Արևելքի մեկ հազարերորդական մասը: Այնտեղ ճահիճներ էին, մոծակներ, հարավում՝ անապատ և քարեր ու երկու լիճ՝ մեկը մեռյալ, մյուսը՝ մեռնող: Կար հռչակված գետ, թեև դրանում ջուր չկար, ջուր ընդհանրապես չկար: Գոյություն չունեին ոչ մի տեսակ բնական պաշար՝ ո՛չ ոսկի և ո՛չ նավթ: Այն ժամանակ այսպիսի արտահայտություն կար.

«Մերձավոր Արևելքում գոյություն ունի երկրների

երկու տեսակ՝ նավթամթերքների երկրներ և սուրբ երկրներ, իսկ մեր երկիրը բացարձակապես սուրբ էր... քանի որ ոչինչ չունեին:

Մենք միանգամայն մենակ էինք: Չունեինք ո՛չ դավանակից եղբայրներ, ո՛չ նույնալեզու քույրեր և ո՛չ էլ պատմական հարևաններ: Այս ամենը տեղի էր ունենում հողորոշության հետո: Մենք այնտեղ գնացինք և չգիտեինք՝ ինչ կունենանք, իսկապես չգիտեինք:

Եվ մենք մտածեցինք, բնության ամենամեծ հարստությունը մարդն է: Մարդիկ են հարստացնում հողը և ոչ թե հողը՝ մարդկանց:

Մենք դարձանք ուսյալներ: Յուրաքանչյուր ֆերմեր և գեղջուկ սկսեց մտածել, թե ինչպես զարգացնել գյուղատնտեսությունը առանց ջրի և հողի... Եվ մենք զարգացրինք այն: Դա աշխարհում առաջին գյուղատնտեսությունն էր, որը հիմնվեց բարձր տեխնոլոգիաների վրա: Ես ինքս այն ժամանակ ագրարային համալսարանի ուսանող էի և մենք փորձում էինք անցկացնել հողերի ոռոգում: Տաք ջրով ջրում էինք ծառերը և կարծում էինք, որ դրանք այդպես ավելի լավ կաճեն: Ի զարմանս մեզ պարզվեց, որ ոչ միայն բնահողի, այլև բարձր տեխնոլոգիաների վրա հիմնված գյուղատնտեսությունը նույնպես գործում է: Այսօր մենք բավականին ջուր ունենք: Ջուրը սովորաբար գտնում են, ոչ թե արդյունահանում, բայց մենք սկսեցինք այն արդյունահանել և առաջ գնացինք: Մենք սովորեցինք նաև ջուրը անալի, քաղցրահամ դարձնել:

Փնտրում էինք այնպիսի բանջարեղեն, որը քիչ ջուր է պահանջում և սկսեցինք սելեկցիան կամ ընտրասերումը: Այ, սա է իսկական գաղտնիքը. ապագայի համար առավել կարևոր է ոչ թե այն, ինչը դուք հայտնաբերեցիք, այլ այն, ինչը դուք կարտադրեք:

Ո՛չ ժողովուրդ ունեինք և ո՛չ զենք: Երբեք չենք պատերազմել: Մենք ընդամենը 450 հազար մարդ էինք: Ո՛չ գեներալներ ունեինք և ո՛չ էլ

*Աղբյուր. <https://bit.ly/3JJzic1>



Ոռոգում – հողերը արհեստականորեն ոռոգելու միջոցառումների համակարգ:



Սելեկցիա կամ ընտրասերում - գիտություն միկրոօրգանիզմների, կենդանիների նոր ցեղատեսակների, բույսերի նոր սորտերի և նոր շտամների ստեղծման մեթոդների մասին:

մարտական փորձ: ՄԱԿ-ը որոշեց ստեղծել Իսրայելի պետություն, բայց փաստորեն պատերազմ էր ընթանում...

Ի՞նչ պետք է անեինք: Երկու բան.

I. Մարդիկ պետք է դառնային խիզախ և անվախ: Նրանք պետք է հասկանային, որ ընտրություն կատարելու հնարավորություն չունենք: Մենք միայն պետք է հաղթենք: Եթե մեկ անգամ էլ պարտվենք դա կլինի վերջ:

II. Ելնելով այն բանից, որ զենք չունեինք, մենք սկսեցինք դրա արտադրությունը: Սկսեցինք բանակը կատարելագործել և հարկ եղավ զարգացնել տեղեկատվական տեխնոլոգիաները, որը աշխատում էր բանակի վրա, քանի որ մենակ էինք և գտնվում էինք թշնամական շրջապատում: Ինչո՞ւ եմ այս ամենը պատմում:

Մինչև օրս երիտասարդ տղա-աղջիկներին ասում եմ. ընկերներ, դուք համեմատաբար ավելին ունեք, քան դուք կարծում եք: Մի՛ ծուլացեք: Դուք ունեք համեմատաբար ավելին, քան հողը կարող է առաջարկել: Դուք կարող եք ստեղծել այնպիսի բաներ, ինչը մինչև այժմ ձեզ չի տրվել: Սա դաս է բոլորի համար:

Մարդիկ շատ մեծ ներուժ ունեն, բայց նրանք մի փոքր ծուլանում են: Եթե ուզում եք ինչ-որ բանի հասնել, պետք է աշխատեք: Երկնքից ոչինչ չի թափվում: Մենք Իսրայելում չափազանց շատ ենք աշխատում, ի՞նչ վատ բան կա դրանում: Չգիտեմ: Մարդիկ արձակուրդ են գնում: Դա ժամանակի իզուր վատնում է: Ես հատել եմ 90-ը և երբեք արձակուրդում չեմ եղել: Ինձ ասում են. «Դու ինչ է... աննորմա՞լ ես: Ինչպե՞ս ես հանգստանում»: Իսկ ես գերադասում եմ աշխատել և աշխատանքից բավականություն եմ ստանում: Հոռետես նույնպես մի՛ եղեք: Սա նույնպես ժամանակի իզուր վատնում է, հատկապես այն դեպքում, երբ ժամանակը փոփոխվում է:

...Երբեմն հարցնում են՝ եթե ետ նայենք, ինչպիսին էին ձեր ամենամեծ սխալները: Ես պատասխանում եմ. մենք կարծում էինք, որ մենք մեծ երազանքներ ունեինք: Իսկ այժմ հասկանում ենք, որ այդ երազանքները այնքան էլ մեծ չեն եղել: Երազեք ինչ-որ շատ մեծ բանի մասին: Որքան ավելի մեծ կլինի ձեր երազանքը, այնքան ավելիին կհասնեք դուք:



ԱՇԽԱՏԵՐԸ ՉՈՒՅԳԵՐՈՎ

- Մեկ անգամ կրկին վերանայե՛ք Ծիմոն Պերեսի ելույթի տեքստը, համապատասխանեցրե՛ք Մասլոուի բուրգին և սահմանե՛ք.
- ▶ Ի՞նչ պահանջմունքներ և կարիքներ էին մղում Իսրայելի քաղաքացիներին, երբ սեփական երկրում ձեռնարկատիրական գործունեություն էին սկսում:
- ▶ Արդյունքի մասին կիսվե՛ք դասարանի հետ:

Մասլոուի բուրգի աստիճաններ	Հիմնախնդրի նկարագրություն	Օրինակներ՝ փաստարկներն ամրապնդելու համար	Օրինակներ՝ վրացական միջավայրից համեմատության համար
Մնունդ, ապաստան			
Անվտանգություն			
Պատկանելության զգացում			
Հարգանք, ճանաչում, խոստովանություն			



Ձեռնարկատեր

– տնտեսական սուբյեկտ, որը շուկային կողմնորոշված, օրինական, նախաձեռնող, ռիսկի հետ կապված անկախ գործունեություն է վարում շահույթ (եկամուտ) ստանալու նպատակով: Այդ շահույթը նրա կողմից օգտագործվում է անձնական պահանջմունքների բավարարման և արտադրության նորացման-ընդարձակման համար:

ՍԱ ՀԵՏԱՔՐԲԻՐ Է

- ▶ Չարգացած երկրներում անհատական և ընտանեկան ֆիրմաները կազմում են ձեռնարկությունների ամբողջ քանակի մոտավորապես 80%-ը:
- ▶ ԱՄՆ-ում մոտավորապես 15 մլն. անհատ ձեռնարկատեր է, ում ձեռքին կուտակված է բիզնեսում զբաղված միջոցների մոտավորապես 14%-ը:
- ▶ Անգլիայում ֆիրմաների 96%-ը փոքր չափի են: Դրանցում զբաղված է մասնավոր սեկտորի աշխատողների մեկ երրորդից ավելին: Այստեղ փոքր ձեռնարկությունների թիվը տարեկան աճում է մոտավորապես 10%-ով: Դրանց մեծամասնությունում աշխատանքով զբաղվածների թիվը կազմում է 20 մարդ: Իսկ այս խմբի եկամուտները ամեն տարի աճում են:
- ▶ Եվրահանձնաժողովի տվյալներով, Եվրոպայում փոքր և միջին բիզնեսը ստեղծում է աշխատանքային տեղերի 2/3-ը և Եվրոպայի բիզնեսի 90%-ը:
- ▶ Առ այսօր Միլիկոնային հովիտը հանդիսանում է ԱՄՆ-ի հզորագույն բարձր տեխնոլոգիական կենտրոնը: Այդ հովտում ստեղծված է 225 300 աշխատատեղ, որոնց միջին աշխատավարձը կազմում է 144,800 դոլար:

Միլիկոնյան հովիտը հաճախ սկսնակ ձեռնարկատերերի և ձեռնարկատերերի համար ամերիկյան երազանքն իրականացնելու և մեկ գիշերվա ընթացքում «միլիոնատեր դառնալու» տեղ է համարվում: Կալիֆոռնիայի այս տարածաշրջանը աչքի է ընկնում բնակիչների շրջանում ամենաշատ միլիոնատերերի և միլիարդատերերի թվաքանակով:

Այսօրվա դրությամբ Միլիկոնյան հովտում հաստատվելը բարձր տեխնոլոգիաների վրա հիմնված ընկերությունների համար դարձել է ռազմավարական նպատակ: Այստեղ կուտուկվում են այնպիսի ընկերություններ, ինչպիսիք են Facebook, Google... և այլն:

Ձեռնարկատիրություն և բիզնես բառերը լավ ծանոթ են: Ավելին, միանգամայն արդարացիորեն դրանք նաև հոմանիշներ են համարվում և կարող եք զարմանալ թեման անվանելիս միևնույն բովանդակության բառերի կրկնությամբ, սակայն դրանք օգնում են ամենաշատ տարածված սոցիալ-տնտեսական երևույթի էությունը պարզաբանելու և տարբերակող դետալները տեսնելու մեջ:

Ձեռնարկատերը պետք է ունենա նախաձեռնության, ստեղծագործական որոնումների, կոմերցիոն խորաթափանցության և շուկայի իրավիճակներում կողմնորոշվելու ունակություն: Ձեռնարկատիրոջ շարժիչ դրդապատճառը բարձր շահույթ ստանալն է: Սուր մրցակցային պայքարում անհնար է շահույթ ստանալ այնպես, որ արտադրությունում նվազագույն փոփոխություն անգամ չկատարվի: Շուկայում ամուր տեղ է հաստատում և մեծ հաջողությունների է հասնում այն ձեռնարկատերը, ում արտադրանքը մրցունակ է, արտադրված է համեմատաբար ցածր ծախսերով:



Ձեռնարկատիրություն

- տնտեսական ակտիվության հատուկ ձև, որը հիմնված է արտադրության և շուկային ապրանք մատակարարելու նորարարական, անկախ մոտեցման վրա և ձեռնարկատիրոջը բերում է եկամուտ:



«Ձեռնարկատիրություն» տերմինը առաջին անգամ կիրառեց ֆրանսիացի տնտեսագետ Ռ. Կանտիլիոնը XVIII դարի երկրորդ կեսին «Փորձառություն ընդհանուր ամսամբ առևտրի բնույթի մասին» աշխատությունում: Նա ձեռնարկատիրությունը նույնականացնում էր առևտրի հետ և տարբերակում էր այն ֆինանսական գործունեությունից:

«Բիզնես» բառը առաջին անգամ կիրառվեց XVIII դ. երկրորդ կեսին Անգլիայում և այնուհետև տարածվեց ԱՄՆ-ում: Բիզնեսը նույնականացված էր առևտրի հետ և քննարկվում էր որպես անձնական հարստացման աղբյուր: Բիզնես բառը տարածված է ամբողջ աշխարհում, այն գործածում են բոլոր երկրներում: Բիզնեսը փողից փող ստեղծելն է, բայց ներառում է շահավետ գործունեություն, օրինակ՝ արտադրանքի ստեղծում և ծառայության մատուցում:

Խանութի սեփականատեր, վարսահարդար, փռի սեփականատեր և ցանկացած տեսակի բիզնեսը, որը կոդմնորոշված է շահույթի վրա, ներկայացնում է ձեռնարկատիրություն:

Մեզանից յուրաքանչյուրը կապված է բիզնեսի հետ, քանի որ բոլոր մարդիկ առնվազն որոշակի սպասարկման կամ արտադրանքի սպառող են: Այդ թվում դպրոցի աշակերտը այն սպասարկման սպառողն է, ինչը դպրոցը առաջարկում է նրան, նրա ծնողներին կամ խնամակալներին:



Բիզնես, ձեռնարկատիրություն
– գործունեություն՝ շահույթ ստանալու նպատակով:



Անտրեպրենյոր – ձեռնարկատեր, նա ով նոր գաղափարների և կարողությունների վրա հենվելով՝ ստեղծում է տնտեսական, սոցիալական կամ մշակութային արժեք:



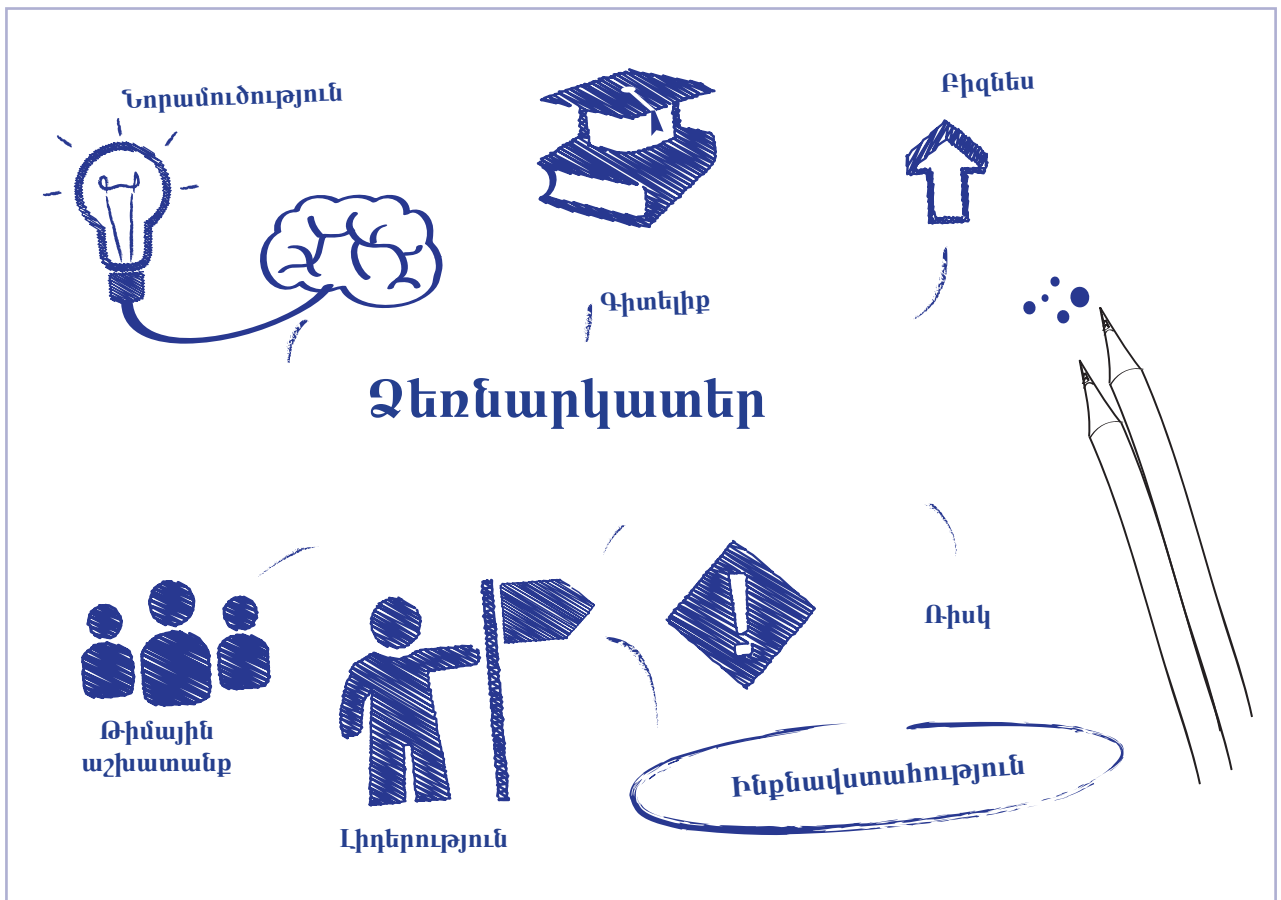
Ի՞նչ եք կարծում, ինչո՞ւմ է կայանում այս բանաձևի բովանդակությունը:

Նպատակաւացություն + բիզնես = ձեռնարկատիրություն

Բիզնեսով զբաղվելը դյուրին է, երբ մարդն ունի նպատակ և դեպի այն գնալու ձգտում, ցանկություն, իսկ նպատակաւացությունը բացահայտվում է բիզնեսի միջոցով: Նպատակաւացությունը առանձնահատուկ ընդունակություն է, և բիզնեսը՝ որպես գործ, հանդիսանում է ձեռնարկատիրության բաղադրիչը: Բիզնեսը հաջողակ է այն ժամանակ, երբ մարդն ունի ձեռնարկատիրության ունակություն, իսկ ձեռնարկատիրությունը բացահայտվում է միայն բիզնեսի միջոցով:

Այսօր համընդհանուր տարածված է **անտրեպրենյոր (ֆրանս.՝ entrepreneur)** տերմինը, այն որոշակի արարք, գործ սկսել-կատարել

Է ենթադրում: Հայերեն համանիշը «ձեռնարկատեր»-ն է, որի գործունեությունը ասոցացվում է ռիսկի դիմելու, գործ սկսելու, գործելու, համառություն դրսևորելու հետ: Ձեռնարկատերերի բազմաթիվ հաջողությունների օրինակ կան՝ սկսած փոքր փռով, ավարտած բազմաթիվ այլ գործերով, որոնք այսօր վերածվել են մեծ, հաջողակ և շահավետ բիզնեսի:



Ի՞նչ նշանակություն ունի հասարակության, երկրի համար ձեռնարկատիրական գործունեությունը:

- ▶ Ձեռնարկատիրությունը օժանդակում է խոշոր դրամական միջոցների ներգրավմանը տնտեսության տարբեր ոլորտներում, ինչը նպաստում է երկրի տնտեսության զարգացմանը:
- ▶ Օժանդակում է բազմաթիվ աշխատանքային տեղերի ստեղծմանը:
- ▶ Ձեռնարկատերերը հարկավճարներ են, այդ պատճառով պետության բարեկեցությունը անմիջականորեն կախված է կոմերցիոն կազմակերպությունների հաջողակ զարգացումից:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Առաջին փուլ

Ստեղծել 4 խումբ, այդտեղից 2-ը կլինի ձեռնարկատերերի խումբ, 2-ը՝ հասարակության խումբ:

- ▶ Ձեռնարկատերերի 2 խմբերը կպատրաստեն շնորհանդես «Ձեռնարկատիրությունը հասարակության զարգացման հնարավորություն է, քանզի...»:
- ▶ Հասարակության երկու խմբերը կպատրաստեն շնորհանդես «Ձեռնարկատիրությունը ձեռնարկատիրոջ անձնական զարգացման հնարավորություն է, քանզի...»:
- ▶ Բոլոր շնորհանդեսները պետք է պատրաստվեն կոնկրետ օրինակների վկայակոչմամբ:

Երկրորդ փուլ

Շնորհանդեսից հետո ամբողջ դասարանով քննարկեք հարցերի մասին:

- ▶ Ի՞նչ օգուտ չի կարող ստանալ հասարակությունը ձեռնարկատիրության թույլ կամ ընդհանրապես զարգացած չլինելու պայմաններում: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ի՞նչ դիմադրություններ, դիվեաներ կարող են գլուխ բարձրացնել ձեռնարկատերերի և հասարակության միջև (քննարկեք ձեզ հայտնի օրինակների վկայակոչմամբ):
- ▶ Ինչպիսի՞ն է ձեռնարկատիրոջ ունակություններ ունեցող անձի հաջողության հեռանկարը ոչ ժողովրդավարական հասարակությունում: Ինչո՞ւ:

Բիզնեսի ոլորտներ

Բիզնեսի ոլորտ նշանակում է արտադրության կատեգորիա, ինչպիսիք են.

Ֆերմերային տնտեսությունը

Ձկնաբուծությունը

Մանրամթերքների վերամշակումը

Հագուստեղենը

Շինարարությունը

Կահույքի պատրաստումը

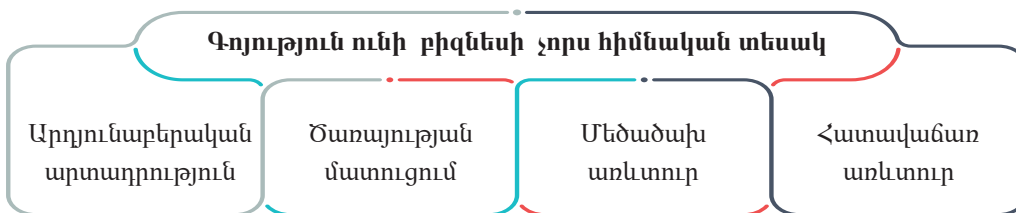
Առողջապահությունը

Գրասենյակային և այլն:

Ձեր ընդունակությունը, ընտանիքի պատմությունը, փորձը, նախասիրությունները կամ հետաքրքրությունները հաճախ ձեզ ոգեշնչում են բիզնեսի որոշակի ոլորտի զարգացման: Ձեր որոշումը բիզնեսի կոնկրետ ոլորտին հետևելու մասին նաև պետք է համապատասխանի ձեր գիտելիքին, ունակություններին և իրավիճակին:

Բիզնեսի տեսակներ

Բիզնեսի տեսակը որոշում է, թե ինչպես եք մասնակցելու ընտրած բիզնես ոլորտին: Ձեր անձնական բնութագրիչները և հասանելի ցանցերը հաճախ թելադրում են, թե բիզնեսի որ տեսակն է ձեզ համապատասխան:



ՍԱ ՀԵՏԱԲՐԲԻՐ Է

Պատմական աղբյուրներից տեղեկանում ենք, որ Վրաստանում ձեռնարկատիրությունը սկիզբ է առել ստրկատիրական հասարակարգից և այլ երկրների նման այն այստեղ նույնպես սկսվել է առևտրով: Վրաստանի առաջին թագավոր Փառնավազի ժամանակ հատվեց առաջին արձաթե մետաղադրամը (կոլխուրին): Կոլխերիում արտադրված վուշը վաճառվում էր երկրից դուրս: Ֆեոդալական հասարակարգի ժամանակաշրջանում ֆեոդալական կալվածքներում ստեղծվում էր հողագործության լրացուցիչ արտադրանք, ինչը առևտրի զարգացման հետ միասին նպաստում էր արհեստագործության զարգացմանը: Արհեստագործական արտադրության առաջին և հնագույն ձևը ընտանեկան արտադրությունն էր: Կալվածատերերի ընտանիքներում ճորտերի աշխատուժով պատրաստվում էր արհեստագործական արտադրանք, գործվածքեղեն և հագուստ, որոնց հումքը՝ բուրդը, բամբակը, վուշը, կանեփը, մետաքսը, պարտավոր էին մատակարարել գեղջուկները: Զարգացած էր երկաթի, պղնձի, արծաթի, ոսկու դրոշմումը, դարբնությունը: Ընտանեկան արտադրությունը երկար ժամանակ գոյություն ուներ հիմնականում լեռներում: Արհեստագործությունը և առևտուրը առավել լայնորեն զարգացած էին Թբիլիսիում: Տարածված էր նաև վաշխառությունը, որը հիմնականում վարում էին օտար ցեղերի ներկայացուցիչները:

Գիլդիան Վրաստանում առևտրականների միություն էր, որը առաջացավ միջին դարերում մասնագիտական շահերի և տիտղոսական արտոնությունների պաշտպանության նպատակով: Գիլդիան պայքար էր հայտարարում ֆեոդալներին: Գիլդիաները նպաստեցին ֆեոդալական հասարակարգի քայքայմանը և կապիտալիզմի զարգացմանը: XVI դարից հետո առևտրականների դերը հետզհետե անկում ապրեց, բայց գիլդիայի առևտրականները պահպանեցին սոցիալական արտոնությունները: Թբիլիսիում XIII դարում գիլդիային համանման առևտրական միավորում էր օրթադին (ուրթադին): Դրա անդամները մասնակցում էին միջազգային առևտրական և վարկային գործողությունների: Ավելի ուշ, XVII-XVIII դդ.-ում, արտաքին առևտրում ընդգրկված վրացի «սովդագարների» (վաճառականների) միությունը հայտնվեց քարավանապետի ղեկավարության ներքո: 1875 թվականից ստեղծվեցին վաճառականների համատիրություններ և գիլդիական միություններ: 1880 թվականին Թբիլիսիում գրանցված էր I գիլդիայի 49 վաճառական-ձեռնարկատեր և II գիլդիայի 1003 վաճառական:

Վրաստանում ամենաբարձր և տարեկան տոնավաճառների կազմակերպումը պայմանավորված էր հավելցուկային արտադրանքի թողարկմամբ: Նշված ժամանակաշրջանում Վրաստանը առևտրական հարաբերություններ ուներ Իրանի, Իրաքի, Սիրիայի հետ: Երկարատև պատերազմները, որոնք շարունակվեցին մինչև XIX դ.-ի սկիզբը, շեշտակիորեն կրճատեցին անհատական արտադրությունը: XIX դարի սկզբին երկրի ձեռնարկատիրական կյանքում դեռևս իշխում էր գյուղատնտեսությունը և նահապետական ընտանեկան արտադրությունը:

Աղբյուր. Գուգուշվիլի Պ., Հանրագիտարան «Վրաստան», Թբ. 1997, հ. I, էջ 617:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Բաժանե՛ք ստորև տրված իրավիճակները և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Որոշե՛ք՝ բիզնեսի ո՞ր ոլորտին և տեսակին կվերագրեք իրավիճակներից յուրաքանչյուրը:
- ▶ Որքանո՞վ ճիշտ եք գտնում իրավիճակի հերոսների որոշումը: Ի՞նչ ուժեղ կողմ ունի այն և ինչո՞ւմ են կայանում ռիսկերը:
- ▶ Բիզնեսի ո՞ր տեսակը կամ ոլորտն է ձեր խմբի համար առաջնային: Ինչո՞ւ:



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Լևանը բազում տարիներ աշխատում էր առաքման ընկերությունում: Նա սովորեց վարել առաքման բիզնես և ձևավորել անհրաժեշտ բիզնես հարաբերություններ: Նա մտածում է նոր առաքման բիզնես բացելու մասին, որը կընդգրկի իր երկիրը և Կովկասյան տարածաշրջանը:



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Մարիամը մեծացել է ֆերմերների ընտանիքում: Նրա ծնողները սեզոնային բանջարեղեն էին անեցնում տեղի հատավաճառ առևտրականներին վաճառելու համար: Մարիամը ավարտեց գյուղատնտեսական քոլեջը: Նա որոշեց ծնողների տնտեսությունում անեցնել օրգանական բանջարեղեն և այն վաճառել գործող հատավաճառ ցանցում:



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

Գիային հետաքրքրում է մոդան: Ուսանողության տարիներին մայրաքաղաքում գնումներ կատարելու ժամանակ նա հայտնաբերեց էժան արտասահմանյան հագուստեղենի և աքսեսուարների աղբյուր: Գիան այժմ վերադարձել է իր քաղաքը: Նա որոշեց մոդայիկ ապրանք ձեռք բերել այդ աղբյուրից և վաճառել իր մոնիցիսկալիտետում գտնվող խանութներին:



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 4

Մի քանի տարի Թիկոն աշխատում էր շինանյութերի ընկերությունում: Անցյալ տարի սեփական տունը վերանորոգելիս պարզվեց, որ իր համայնքում գոյություն չունեն շինանյութերի խանութ, որտեղ սպառողը անհրաժեշտ նյութերը կարողանար տեղում ձեռք բերել: Թիկոն որոշեց տան մոտակայքում բացել այդպիսի խանութ և վաճառել ամեն տեսակ շինանյութ:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ռոբերտ Կիյոսակիի կողմից հրատարակված գրքի վերնագիրն է «Հարուստ հայրիկ, աղքատ հայրիկ»: Երկու փոխաբերության («հարուստ հայրիկ» և «աղքատ հայրիկ») հակադրության միջոցով հեղինակը ձգտում է ցույց տալ նրանց միջև եղած տարբերությունը, որպեսզի կարողանաք գործուն ընտրություն կատարել: Չգործող ընտրությունը ընդհանրապես ընտրություն չէ:

Ինչպես Կիյոսակին է պարզաբանում, աղքատ և հարուստ հայրերի փոխաբերությանը համապատասխանում են նաև իրական անձնավորություններ: «Աղքատ հայրիկ» մեջ նա նկատի ունի սեփական հորը, փիլիսոփայության դոկտորին և մանկավարժին, որը պետական ծառայությունում է (այս ծառայությունը բարձր վարձատրվող է և աղքատ բառը նույնպես փոխաբերական իմաստով է համապատասխանում), իսկ «հարուստ հայրիկ» մեջ՝ իր ընկերոջ միլիոնատեր հորը: Առաջինի հայացքները ավանդական և կարծրատիպային են, իսկ երկրորդին՝ միշտ տարբերվող և հակասական են: Նրանց գաղափարների հակադրմամբ Կիյոսակին սեփական անձին և ընթերցողին կանգնեցնում է ընտրության առջև:

Ծանոթացե՛ք քաղվածքին և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ձեր կարծիքով, ինչո՞ւ է Կիյոսակին գրքում օգտագործում հարուստ և աղքատ հայրերի փոխաբերությունը:
- ▶ Ինչո՞ւ է հեղինակը իր բարձր վարձատրվող հայրիկին անվանում «աղքատ»:
- ▶ Հայրերին կարգերի բաժանելով ի՞նչ է ցանկանում ասել հեղինակը:
- ▶ Ինչպե՞ս է Կիյոսակին ցույց տալիս, որ, այսպես կոչված, «աղքատ» հայրիկը խոչընդոտում է իր հարստացմանը:
- ▶ Ի՞նչ ուղիների են դիմում հայրերը նպատակին հասնելու համար: Նրանցից ո՞րն է նպատակին հասնելու համար բավարարվածություն զգում, ո՞րը՝ ոչ:
- ▶ Համաձայն եք, թե՞ ոչ Ռոբերտ Կիյոսակիի փոխաբերությանը հարուստի և աղքատի մասին: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Ձեր կարծիքով, դասագրքի հեղինակները այս քաղվածքը առաջարկելով ինչի՞ մասին են ցանկանում, որ դուք մտածեք:
- ▶ Ի՞նչ զուգահեռ կանցկացնեիք Շոթա Ռուսթավելիի և Ռոբերտ Կիյոսակիի մեջբերումների միջև:
- ▶ «Չեմ կարող»:- Այդ մասին մտածելը ինչի՞ կողմն է դրդում մարդուն:
- ▶ «Ես դա կկարողանամ»:- Այդ տրամադրվածությունը ինչի՞ կողմն է դրդում:

Քաղվածք «Հարուստ հայրիկ, աղքատ հայրիկ» գրքից:

Ռոբերտը միևնույն հարցը առաջադրում է աղքատ և հարուստ հայրերին: Օրինակ՝

- Ի՞նչն է ամենամեծ **ներդրումը**:

Աղքատ հայրիկ. – Ամենամեծ ակտիվը քո տունն է:

Էլ ինչ օգուտ որ իմաստուն գիտունները մեզ ուսուցին. Նրա համար ենք ուսանում, որ միանանք դասը դասոցին:

*Շոթա Ռուսթավելի
(Թարգմ.՝
Վ. Տեղյանի)*

Գործունեությունը միշտ հաղթում է անգործությանը:

Ռոբերտ Կիյոսակի



Ինվեստիցիա

– ներդրում՝ կապիտալի ներդրում արտադրությունում:



Ռոբերտ Կիյոսակի

Հարուստ հայրիկ. - Եթե քո տունը ամենամեծ ներդրումն ես կարծում, ուրեմն դու լուրջ խնդիրներ ունես:

- Հայրիկ, ե՛կ սա էլ գնենք:

Աղքատ հայրիկ. – Չեմ կարող դա ինձ թույլ տալ:

Հարուստ հայրիկ. – Ե՛կ մտածենք, դա ինչպես անենք:

- Հայրիկ, ուզում եմ միլիոնատեր դառնալ:

Աղքատ հայրիկ. – Դու երբեք միլիոնատեր չես դառնա:

Հարուստ հայրիկ. -Երբեք չասես, որ ինչ-որ բան չես կարող, ինքդ քեզ հարց տուր՝ ինչպե՞ս կարող եմ դա անել:

- Ես երկու հայրիկներին էլ սիրում էի,- ասում է Կիյոսակին, երկուսն էլ ինձ երջանկություն էին ցանկանում, բայց տարբեր ճանապարհներով: Այդ պատճառով ճանապարհի ընտրության վրա շատ էի մտածում և դա խորհուրդ եմ տալիս նաև ուրիշներին:

Երբեք մի ասեք «չեմ կարող» բառակապակցությունը, դա հասարակ բառակապակցություն չէ, դա կարծիք է, որը ազդեցություն է գործում ճշմարտության վրա և ձեր ուղեղին ստիպում է, որ կանգ առնի և ելք չփնտրի:

ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Հաջորդ դասի համար ծանոթացե՛ք «Օգտակար ռեսուրսներ»-ում առաջարկված վերջին հղումին:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Իսրայելի տնտեսությունը <https://bit.ly/3D6Xgub>
- ▶ 10 երկիր, որոնք Վրաստանից փոքր են, բայց ավելի հաջողակ են <https://bit.ly/3Dbr5K2>
- ▶ Բարձր արդյունավետության մարդկանց 7 ունակություն – Սթիվեն Քոլի <https://bit.ly/3DdsPm1>
- ▶ Կյանք 80/20-ի սկզբունքով – Ռիչարդ Կոշ <https://bit.ly/3wp0OEg>
- ▶ Անտեսանելի ձեռք. Ձեռնարկատիրություն <https://bit.ly/3JbzS2z>
- ▶ Գիորգի Շեշաբերիձե – Դորա <https://bit.ly/3JcUyr0>

2. ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՇԽԱՏԵՔԸ ՉՈՒՅԳԵՐՈՎ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված «**Ձեռնարկատիրությունը՝ մտածողության տեսակ**» տեքստին՝ և քննարկեք.

- ▶ Ի՞նչ ձգտումներ ունեն ձեռնարկատերերը:
- ▶ Ինչպիսի՞ն է միջավայրը (մարդու արժանիքների նկատմամբ վերաբերմունքը, կառավարման համակարգը, օրենքները, ինստիտուցիաները, ընկերությունը...), որտեղ կայացած գրույցում հիշատակված ձեռնարկատերերը կարողացան հասնել մեծ հաջողության:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ոչ ժողովրդավարական պետությունում ի՞նչ դիմադրությունների էին հանդիպում նրանք: Կարո՞ղ եք բերել ձեզ ծանոթ օրինակներ:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ նկատի ունի հեղինակը, երբ խոսում է օդում ինքնաթիռ կառուցելու ունակության անհրաժեշտության մասին:
- ▶ Ի՞նչ հատկություններ և ունակություններ են հարկավոր ձեռնարկատիրոջը:
- ▶ Ո՞ր արտահայտությունն էք հիշում, որը ձեռնարկատիրոջը այլ հասարակական խմբերի առջև պատասխանատվության մասին է մատնացույց անում:
- ▶ Ինչո՞ւմ է կայանում դոկտոր Կարոլ Դվեկի հետազոտության եզրակացությունը, և դուք ի՞նչ եք մտածում այդ մոտեցման մասին:
- ▶ Մտածողության անընդմեջ զարգացման հետ կապված ի՞նչ փորձառությամբ է կիսվում հեղինակը ընթերցողի հետ:
- ▶ Հիշո՞ւմ եք, արդյոք, երբ դուք կամ ձեր ծանոթները պարտությունը, սխալը վերածել եք առաջընթացի հնարավորության:
- ▶ Ո՞ւմ հետ է ձեռնարկատիրոջը հարկ լինում հարաբերություն ունենալ գործունեության ժամանակ, և այդ հարաբերությունները ինչպե՞ս են նպաստում նրա անձնական զարգացմանը:
- ▶ Ո՞ր սոցիալ-հուզական հատկություններն են անհրաժեշտ ձեռնարկատիրոջը շրջապատում գտնվողների հետ ներդաշնակ հարաբերություն ձևավորելու համար:

Ձեռնարկատիրությունը՝ մտածողության տեսակ

Ես **LinkedIn-ի** համահիմնադիրն եմ: Հավատացե՛ք, եթե ձեռնարկատիրության մեջ ցանկանում եք հաջողության հասնել, պետք է սկսեք մտածողությամբ:

Հաճախ ասում ենք, որ ընկերության հիմնումը ժայռից կատարած ցատկին և ճանապարհին ինքնաթիռ կառուցելուն է նման: Դա միանգամայն պարզ փոխաբերություն է, որտեղ մեծ ճշմարտություն է թաքնված: Ձեզ նախ և առաջ համարձակություն և լավատեսություն է հարկավոր: Պետք է հավատաք, որ կկարողանաք ամեն ինչ անել: Այնուհետև գալիս է խորաթափանցությունը, դա նույնպես անպայման հարկավոր է: Ինքնաթիռ հավաքելը թեկուզև հանգիստ



Ձեռնարկատերերը աշխարհին այլ կերպ են նայում: Որպես օրենք՝ լավատես են և ի պատասխան մարտահրավերներին, անցնում են գործունեության: Նրանք կենսունակներ են, և նրանց միտքը՝ բանականությունը, կողմնորոշված է ստեղծելու, արարելու վրա:

*Ռիդ Հոբման,
Virgin-ի, LinkedIn-ի
համահիմնադիր*



Սրբ Ռիչարդ Բրենսոնը անգլիացի բիզնեսմեն է, ներդրող և ֆիլանտրոպ, աշխարհում հայտնի **Virgin Group** կորպորացիայի հիմնադիրը:



Ֆիլանտրոպիա - բարեգործություն, ողորմություն, բարեսիրություն:



Բիլ Գեյթսը ամերիկացի բիզնեսմեն է, ֆիլանտրոպ, ինվեստոր և համակարգչային ծրագրավորող [2]: Microsoft ընկերության հիմնադիրն է: Բիլ Գեյթսը համարվում է աշխարհում երկրորդ ամենահարուստ մարդը:

վիճակում ընդունակություն և ունակություններ է պահանջում, թուլանալը անչափ վտանգավոր է և այդ պատճառով անհրաժեշտ է աշխուժությունը և արագ արձագանքելը: Խաղաղություն պետք է պահպանեք անգամ ազդեցության տակ գտնվելիս:

Միևնույն ժամանակ ձեզ համար այդ ցատկը պետք է լինի հիացնող ճանապարհորդություն: Եվ բացի դրանից, պետք է նաև խաղաղությամբ դնեք: Եթե ինքնաթիռը ժամանակին չհավաքեք, վայր կընկնեք: Իսկ իրական կյանքում դրամը կսպառվի: Այդ պատճառով արագությունը վճռական նշանակություն ունի, երբ ժայռից եք ցատկում և շատ արագ գետնին եք իջնում: Այդ պատճառով ցանկացած դեպքում գոյություն ունի գրեթե դատապարտված ստարթապ, որը դանդաղորեն է զարգանում: Դա միայն այն բանի մասն է, թե ինչու է ձեռնարկատիրությունն այդպես հոգնեցնող: Այն պատճառով, եթե ինքնաթիռը չեք կարողանում հավաքել, մահը անխուսափելի կլինի ոչ միայն ձեզ, այլ նաև ցանկացածի համար, ում հավաստիացրիք ձեզ հետ միասին ցատկ անել:

Այնպես որ ի՞նչ է հարկավոր ձեռնարկատիրության մեկնարկների մեջ հաջողության հասնելու համար, որոնք հավատալու վրա են հաստատված:

Պատասխանը միաժամանակ և՛ հեշտ է, և՛ անչափ դժվար. դրա համար ձեռնարկատիրական մտածողություն է անհրաժեշտ: Այո՛, այդպիսի մտածողություն հնարավոր է մշակել: Դա ընդհանրական, բազմակողմանի բան է, ինչը սովորեցի՝ որպես **LinkedIn**-ի համահիմնադիր, **PayPal**-ի առաջին աշխատակիցներից, ներդրողներից մեկը: Եվ նաև՝ չորս տարվա ընթացքում **Masters of Scale** պոդկաստի համար անցկացրած հարցազրույցների ժամանակ: Բոլոր այս տարիների ընթացքում ձեռք բերած փորձառությունը հավաստիացրեց, որ երկու միատեսակ հիմնադիր գոյություն չունի:

Գոյություն չունի ֆաբրիկա Միլիկոնյան հովտում, որտեղ ձեռնարկատերերին կապիշոնով վերնաշապիկներ են բաժանում և սուպերհերոսների ուժեր են փոխանցում, ո՛չ բակլավիի աստիճան են շնորհում համակարգչային գիտություններում Ստենֆորդի համալսարանում և ո՛չ էլ հորդորում են. «Որոնե՞ք և գտե՞ք»: Ո՛չ բոլոր հիմնադիրներն են երիտասարդ և ո՛չ էլ բոլոր հիմնադիրներն են գալիս տեխնոլոգիաների ոլորտից: Ոչ բոլոր հիմնադիրներն են ավարտում ամենահայտնի համալսարանները (իսկ ոմանք, ինչպիսիք են **Սրբ Ռիչարդ Բրենսոնը** և **Բիլ Գեյթսը**, ընդհանրապես ոչինչ չեն ավարտում): Բացի դրանից, ոչ բոլոր հիմնադիրներն ունեն միևնույն ունակությունները, փորձառությունը կամ ընդունակությունը:

Մտածողության մասին ի՞նչ կասեք: Իսկ դա իսկապես միավորում է աշխարհի ամենահաջողակ ձեռնարկատերերին: Ձեռնարկատերերը աշխարհին այլ կերպ են նայում, որպես օրենք, լավատես են, և ի պատասխան մարտահրավերներին՝ գործի են անցնում: Նրանք կենսունակներ են, և նրանց բանականությունը ստեղծելու, արարելու վրա է կողմնորոշված: Այդ ամենը հաճախ միանգամայն այն բանի հակառակն է, ինչը դպրոցում մեզ սովորեցնում են:

Իրականում ձեռնարկատիրական մտածողությունը ներառում է ամբողջական փաթեթ. դա գործնական դատողություն է, քառսում անգամ՝ հարմարավետության որոնումը, արագորեն որոշումներ ընդունելու ունակությունը, հաստատուն բնավորությունը, լավատեսությունը, պաշտպանական պլանների ամբողջ սերիան և այլն:

Դուք նույնպես պե՞տք է լինեք այդպիսին և պե՞տք է տիրապետեք այդ ամենին: Ոչ, դա անհնար է: Ձեռնարկատիրոջ մտածողության մեջ այս տարբեր հատկությունները տարբեր կոմբինացիաներով և համաչափությամբ են միախառնված: Եվ միաժամանակ նրանց մոտ որոշ բաներ միանգամայն ինքնին են ստացվում: Իսկ այլ հատկություններ մշակել հնարավոր է: Գլխավորն այն է, որ հասկանաք, թե ինչն է ձեր ուժեղ հատկությունը, ինչը պետք է սովորեք կամ ինչին պետք է հարմարվեք: Օրինակ՝ հնարավոր է, որ դուք ի ծնե լավատես եք և ձեզ հարմարավետ եք զգում քառսում, բայց դժվարանում եք շտապ որոշումներ ընդունել, ինքներդ ձեր մեջ պակաս չափով եք համոզված:

Հնարավոր է ժամանակի ընտրությունը հիմնալիորեն է ձեզ մոտ ստացվում և գործողությունների անցնելու անգուսպ ցանկություն նույնպես ունեք, բայց այլ մարդկանց ուժեղ հատկանիշները ճանաչել չեք կարողանում: Հնարավոր է, բնական բնագդ ունեք, ինչպես պետք է խուսափեք մրցակցությունից, բայց այլ հիմնադիրների կամ գործընկերների հետ հարաբերությունների մասին գրքերով և դասընթացներով քիչ եք սովորել: Տեխնոլոգիան այստեղ նույնպես կարևոր դեր է կատարում ամենօրյա սովորությունների ձևավորման մեջ, և վերջին հաշվով ձեզ կօգնի ձեռնարկատիրական մտածողության զարգացման մեջ (անկեղծորեն եմ ասում, որ ես այժմ ինքս ինձ նույնպես առաջարկում եմ այս սպասարկումը): Վերջերս Masters of Scale-ի թիմի հետ միասին տարածեցինք ալիկացիա: Դա ամենօրյա 10-րոպեանոց պրակտիկա է, որը կօգնի ձեզ ձեռնարկատիրական մտածողության զարգացման մեջ: Դա մագիստրական դասընթացներ են անվանում և, բնական է, ուզում եմ դուք նույնպես փորձեք և զգաք, թե որքանով արդյունավետ է այն:

Իմ փորձառության համաձայն, ձեռնարկատերերին անպայման պետք է հիշեցնեք, որ ժամանակ պետք է հատկացնեն այն ամենին, ինչը մեկ հայացքով նման է սեփական անձի վրա կենտրոնացմանը: Դուք հիմնադիր եք և ղեկավար և ամբողջ էներգիան ոչ թե սեփական անձին, այլ հիմնախնդիրներին եք տրամադրում՝ ձեր արտադրանքին, ձեր շուկային, ձեր թիմին և ֆինանսներին: Բայց իսկապես չեմ ասի, որ նույնքան ժամանակ հատկացրած ունեք սեփական դատողության զարգացմանը: Այն ժամանակ, երբ դա ամենակարևոր գործիքն է, որը կարող եք օգտագործել ձեր բիզնեսի ստեղծման և զարգացման համար:



Բիզնես հնարավորությունները ավտոբուսի են նման. միշտ, երբ մեկն անցնում է, գալիս է երկրորդը:

*Սրբ Ռիչարդ
Բրենսոն*



Սառա Բլեկլի

Ամերիկացի բիզնեսմեն և ֆիլանտրոպ, ինտիմ հագուստ արտադրող Spanx ընկերության հիմնադիր: 2012 թվականին Բլեկլին անվանվեց Time ամսագրի աշխարհի 100 ամենաազդեցիկ մարդկանց ցուցակում, 2014 թվականին՝ Forbes-ի կողմից աշխարհի 93-րդ ամենաազդեցիկ կանանց ցուցակում:

Բոլորը չեն ծնվում Սրբ Ռիչարդ Բրենսոնի ունակություններով, գործողությունների դիմելու անգուսպ ցանկությամբ կամ Սթիվ Ջոբսի նման ուրիշներին հավաստիացնելու ունակությամբ կամ էլ **Սառա Բլեկլիի** զարմանահրաշ համառությամբ: Բայց բոլոր ձեռնարկատերերն ունեն բանականություն, որի հնարավորությունները իսկապես անսահման են: Նրանք կարող են այնպես վարժեցնել իրենց մտածողությունը, որ կարողանան նաև հաջողության հասնել և այնուհետև դրա մշակման մասին այնպես անդադար հոգալ, ինչպես իրենց բիզնեսի կատարելագործման վրա են աշխատում:

Մշտական անձնական զարգացումը համարեք կենսականորեն կարևոր ներդրում, քանզի հաջողության ճանապարհին հասնելը կամ թևաթափ լինելը ամբողջությամբ կախված է ձեր բանականությունից: Մասնավորապես՝ ինչպես պետք է զարգանա հաղթանակած ընկերությունը: Այս ամենը լավ սկիզբ է, բայց դրա վրա կանգ չառնեք: Միայն ամենօրյա նպատակաուղղված վարժանքով կկարողանաք բանականությունը անհրաժեշտ տեսանկյունով զարգացնել:

Սա հաստատեցին նաև դոկտոր Կարոլ Դվեկի հիմնարար հետազոտությունները ան-զարգացման վրա կողմնորոշված մտածողության մասին: Նա Ստենֆորդի համալսարանում ուսուցանում է հոգեբանություն և նրա հետազոտությունների վրա Ամերիկայում ուշադրությունը կենտրոնացրին մանկավարժների ամբողջ սերունդներ: Դվեկի գլխավոր եզրակացությունն այսպիսին է. եթե անի վրա եք կենտրոնացած, դա հնարավորություն կտա սովորել և նաև անի հնարավորություն համարել բոլոր պարտությունները: Բարդությունները պետք է քննարկեք ինչպես մարտահրավեր, և այդ դեպքում սկզբնական փուլի անհաջողությունը ձեզ համար կդառնա ժամանակավոր երևույթ:

Այժմ մտածողության վրա ազդեցության հարցերը սովորեցնում են ԱՄՆ-ի բոլոր նահանգների տարրական դպրոցներում, և այդ պատճառով երեխաները թեստերից ավելի բարձր միավորներ են ստանում: Սակայն մտածողության զարգացման վրա աշխատանքը կարևոր է ոչ միայն երեխաների համար: Հետաքրքիր է՝ դուք ինքներդ ինչպե՞ս եք հոգում ձեր ձեռնարկատիրական մտածողության զարգացման մասին: Այդ դեպքում ահա թե ինչն է կարևոր.

1. Ինչ-որ բան պետք է սովորեք և միևնույն ժամանակ ինչ-որ բան պետք է մոռանաք: Ձեռնարկատիրական տեսակի մտածողությունը, օրինակ՝ որոշումների արագ ընդունումը կամ հրդեհի հնարավորություն տալը, որպեսզի ամեն ինչ ավերակների վերածի, հաճախ միանգամայն այն ամենի հակառակն է, ինչը մեզ սովորեցնում են:

2. Ոչ թե միայն տեսությամբ, այլ իսկական պատմություններով սովորեք: Մարդկանց մեծամասնության համար ամենալավ դասը ձեռնարկատիրոջ կյանքն է: Այնպես որ, սա այն դեպքն է, երբ տեսությունը լավագույնս հաստատվում է պատմություններով:

3. Ամեն օր հոգացեք սովորույթի հաստատման մասին:
 Ամենակարևորը նորովի մտածողությունն է: Իսկ դրա համար ուրիշներին նույնպես պետք է ունենդրեք, հարցնեք (գրեք անգամ): Բայց դա բավական չէ: Որպեսզի նորովի մտածողությամբ շարունակեք կյանքը, պետք է գործեք այն բանի համաձայն, ինչ հասկացել եք: Իսկ ձեռնարկատիրական մտածողության զարգացման համար, իսկապես, բազմաթիվ ճանապարհներ գոյություն ունեն:

ԱՇԽԱՏԵՔ Ք ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- ▶ Բաժանվե՛ք երեք խմբի:
- ▶ Բաժանե՛ք նախորդ ակտիվությունից առաջարկված երեք հանձնարարական.
- 1. Ինչ-որ բան պետք է սովորեք և միևնույն ժամանակ ինչ-որ բան պետք է մոռանաք:
- 2. Սովորեք ոչ թե միայն տեսությամբ, այլ իսկական պատմություններով:
- 3. Ամեն օր հոգացեք սովորույթի հաստատման մասին:
- ▶ Խմբում քննարկեք այս հանձնարարականները և քննարկման հիման վրա լրացրե՛ք աղյուսակը դասարանին ներկայացնելու համար:

Հանձնարարական

Ձեզ հայտնի կենսական օրինակ, որն այս հանձնարարականը արդարացնում է:	Ի՞նչ առավելություն ուներ կոնկրետ իրավիճակում այսպիսի մոտեցումը:	Ի՞նչ ռիսկեր էին ուղեկցում դրա իրականացմանը:	Ի՞նչ արդյունք հետևեց ձեռնարկատիրոջ համար: Հասարակությա՞ն համար:	Որքանո՞վ է այս դիրքորոշումն ընդունելի մեր հասարակության համար: Ձեզ կամ ձեր խմբի համա՞ր: Ինչո՞ւ:
---	---	---	---	---



Շարքեր - «Շնաձկներ», ներդրողների «Շարքեր» («Շնաձկներ») անունով խումբը շուրջ մասնակցող ձեռնարկատերերին գնահատում է նրանց կողմից պատրաստված շնորհանդեսների հիման վրա: Շուրջ մասնակցող ձեռնարկատերերը շնորհանդեսներով ներկայացնում են իրենց բիզնեսը: Շնորհանդեսի նպատակն այն է, որ «Շարքերը» համոզվեն, որ նպատակահարմար է ներդրում կատարել ներկայացված բիզնեսում: Այնուհետև իրենք՝ «Շարքերն» են անձամբ որոշում ընդունում, ընդհանրապես ցանկանո՞ւմ են, թե՞ ոչ ներդրում կատարել կամ, եթե ցանկանում են, ապա ի՞նչ ձևով են ուզում ֆինանսավորել ձեռնարկատերերի գաղափարները: Դրամի փոխարեն նրանք, որպես օրենք, պահանջում են փայաբաժին բիզնեսում:

ՎԵՐՀԻՇԵՔ

- Այս նույն՝ «Ձեռնարկատիրությունը՝ մտածողության տեսակ» (տե՛ս՝ էջ 21-25) պարագրաֆի առաջին տեքստը կիրառելով պատասխանե՛ք հարցերին.
- ▶ Թվարկե՛ք երեք բան, ինչը կարևոր համարեցիք և մնաց ձեր հիշողության մեջ:
- ▶ Անվանե՛ք այն կարծիքը, որը չեք կիսում / չեք կարող կիսել: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ո՞ր եզրակացությունը կամ կարծիքն է, որը կյանքում պիտանի կլինի:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- Ծանոթացե՛ք ստորև տրված «Գիորգի Շեշաբերիձե՛՝ «Դորա»-ի հիմնադիր» պատմությանը 14 տարեկան ձեռնարկատիրոջ մասին, որը **«Շարքերից»** 150000 լարիի ներդրում ստացավ: Պատասխանե՛ք հարցերին.
- ▶ Ի՞նչ ապրումներ է ձեզ մոտ առաջացնում այս պատմությունը:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, ի՞նչը դարձավ 9 տարեկան Գիորգիի մոտ մեկնարկի կայծ:
- ▶ Գիորգիի ո՞ր անձնական հատկությունները օժանդակեցին նրա որոշմանը և հաջողությանը:
- ▶ Ի՞նչ գույահեռներ կարող եք անցկացնել «Ձեռնարկատիրությունը՝ մտածողության տեսակ» պատմության հերոսների հետ:
- ▶ Ինչպե՞ս արտացոլվեց Գիորգիի բիզնես փորձը նրա անձնական զարգացման վրա (քննարկե՛ք տեսանյութի պլոժեի համաձայն):
- ▶ Ինչպե՞ս կանդրադառնա Գիորգիի ձեռնարկատիրական գործունեությունը հասարակության վրա: Ի՞նչ ուժ ունի նրա օրինակը:
- ▶ Ի՞նչ տեղի կունենար, եթե Գիորգին համառություն չդրսևորեր և ենթարկվեր մոր նկատողություններին:
- ▶ Ի՞նչ տեղի կունենար, եթե խանութում Գիորգիի նկատմամբ անբարեխիղճ վերաբերվեին և դրամ ընդհանրապես չտային:
- ▶ Դուք կկարողանայի՞ք 9 տարեկան հասակում Գիորգիի նման որոշում ընդունել: Ինչո՞ւ: Ինչպիսի՞ն կլիներ ձեր ծնողների արձագանքը, եթե նման գործ ձեռնարկեիք:
- ▶ Պատկերացրեք ձեզ նրա փոխարեն: Ի՞նչը կօգներ կամ կխանգարեր համանման արարքին: Ինչո՞ւ:
- ▶ Արդեն հաջողություն ունեցած Գիորգիի նկատմամբ ի՞նչ վերաբերմունք ունի հասարակությունը: Որևէ մեկը նրա գործունեությունը համարո՞ւմ է ամոթալի: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ինչպե՞ս կշարունակվի Գիորգիի պատմությունը:

- ▶ Ի՞նչ պետք է անի Գիորգին, որպեսզի հաջողությունը անշրջելիորեն շարունակվի:

14 տարեկան ձեռնարկատերը

14 տարեկան ձեռնարկատեր Գիորգի Շեշաբերիձեի կյանքում փոփոխությունները սկսվեցին 2017 թվականին: Այն ժամանակ 9 տարեկան Գիորգին բնակվում էր Գորիում, հաճախում էր դպրոց, իր ընկերների հետ էլ երեխայորեն զվարճանում էր:

«Մի օր էլ երեկոյան քաղցրավենիք ցանկացա, բայց տանը ոչինչ չգտա: Շաքարաքլորների հին կադապարներ գտանք և շաքարաքլորներ պատրաստեցինք: Շատ հավանեցի և մտածեցի՝ ինչու այսպիսի համեղ կոնֆետ չի կարելի խանութներում նույնպես վաճառել», - հիշում է Գիորգին:

Երկրորդ օրը ծնողներից թաքուն մնացած կոնֆետները հանձնեց թաղամասի խանութում, երրորդ օրը բոլորը վաճառված էին, նրան տվեցին իր 7 լարին և ասացին՝ էլի բեր: Չնայած նրան, որ չուրախացան, «մայրս նույնիսկ կովեց ինձ հետ, թե ինչու եմ իրենց ամաչեցնում, բայց խանութին խոստացել էի»... Համացանցում որոնեց պատրաստելու կարգը և խոստումը կատարեց: Այսպես սկսվեց Գիորգիի բիզնեսը, որը որոշ ժամանակ անց վերածվեց շահութաբեր գործի մեկնարկի:

Գորիից հեռոտ նախ Բորջոմիում և Բակուրիանիում ընդարձակեց իրացումը, այնուհետև արդեն Թբիլիսի տեղափոխվեց բնակության և արդեն շուրջ 700 օբյեկտներ է հանձնում իր արտադրանքը, որը նաև տարբեր տեսակի դարձավ:

«Դորան» (այսպես է կոչվում Գիորգիի ձեռարկությունը իր կրտսեր քրոջ՝ Թեոդորայի պատվին) հետագա զարգացման համար տարբեր ներդրումներ գտավ: Նրա գործունեությունը վստահության է արժանանում: Գիորգին արդեն բիզնեսի լեզվով կարող է հավաստիացնել ներդրողներին իր ձեռնարկի հեռանկարային լինելու մեջ:

Ձեռնարկությունում ընտանիքի անդամների հետ միասին աշխատանքով զբաղված է 9 անձ: «Դորայի» տարեկան շահույթը 2021 թվականին 40 հազարից ավելի կազմեց, Գիորգին նոր ներդրումով շահույթի ավելացման և զբաղվածության թվի մեծացման կապակցությամբ հիմնավորված հաշվարկներ ունի:



ԱՇԽԱՏՆՔԸ ՉՈՒՅՉԵՐՈՎ

- Ստեղծե՛ք խմբեր, պատկերացրե՛ք ձեզ Գիորգիի փոխարեն և երկու տարբերակով պատրաստե՛ք «Խորհուրդներ սկսնակ ձեռնարկատիրոջ համար».
- ▶ Խորհուրդներ 9-10 տարեկան դեռահասներին:
- ▶ Խորհուրդներ չափահաս անձանց:
- (Ձեր հայացքներին համապատասխան, անհրաժեշտ տեղում օգտագործե՛ք հետևյալ տերմինները. «բիզնես գաղափար», «հնարավորություններ և ռիսկեր», «հոգատարություն մտածողության զարգացման մասին», «արագ որոշումներ», «թիրախային խմբի կարիքները»):

ԱՇԽԱՏՆՔԸ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Նկատի ունենալով Գիորգիի պատմությունը՝ լրացրե՛ք տրված աղյուսակի երկրորդ և երրորդ սյունակները, իսկ չորրորդ սյունակում ներկայացրե՛ք ձեզ հայտնի այլ պատմություններ:

Մասլուդի բուրգի աստիճաններ	Հիմնախնդրի նկարագրում	Օրինակներ սեփական փաստարկները ամրապնդելու համար	Օրինակներ վրացական շրջակա միջավայրի հետ համեմատության համար
Մնունդ, ապաստան			
Անվտանգություն			
Պատկանելության զգացում			
Հարգանք/ճանաչում			

Բիզնեսը և ձեռնարկատիրությունը ժամանակակից տնտեսության բաղադրիչներն են, դրանք ամենուրեք են և դարձել են մեր կյանքի մասը: Այդ պատճառով էլ պարզ է այս թեմայի ակտուальությունը և նշանակությունը: Մեզանից շատերի համար բիզնեսը կդառնա կյանքի գլխավոր գործ: Ձեզանից մի քանի տարի առաջ նստարանի դիմաց նստողներն արդեն բացել են իրենց խանութը, շինարարական ֆիրման, փաստաբանական բյուրոն, գեղեցկության սրահը, առաքման ծառայության գրասենյակը, ընտանեկան հյուրանոցը և բազմաթիվ այլ բաներ: Դուք նրանցից ավելի լավ վիճակում եք, քանզի դպրոցական նստարանից արդեն կարող եք պատրաստվել այսպիսի կարևոր գործի համար:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում ձեռնարկատիրությունը ենթադրում է նախաձեռնություն և անկախություն: Առանց ձեռնարկատիրության անհնար է տնտեսությունը զարգացնել

և այդ պատճառով բոլոր ճյուղերում պետք է նկատի առնվեն ձեռնարկատիրության տարրերը:

Օրինակ՝ ֆերմերի համար հիմնական արտադրական միջոցը հողն է: Այդ պատճառով ֆերմերը լավ պետք է գիտենա հողի առանձնահատկությունները: Նա սիստեմատիկաբար պետք է հոգա հողի արգասաբերության բարձրացման և պահպանման մասին: Քանի որ գյուղատնտեսությունում ձեռնարկատիրությունը կապված է կլիմայական պայմանների հետ, տեղումների քանակը, ոռոգման ժամկետները, Արեգակի ճառագայթումները և տարեկան միջին ջերմությունը, բնական գործոնների ուսումնասիրումը և տնտեսական գիտելիքի կիրառումը գյուղատնտեսությունում ձեռնարկատիրությունը ճիշտ կազմակերպելու և եկամուտ ստանալու հնարավորություն է տալիս:



Ձեռնարկատերերի մեծամասնությունը մոտիվացված է շահույթ ստանալով և դա նրանց չի խանգարում հասարակության վրա դրական ազդեցություն գործելու մեջ: Ինչպես Ադամ Սվիֆթն է պարզաբանում իր «Հետազոտություն ժողովրդի հարստացման բնույթի և պատճառների մասին» գրքում (1776 թ.), «այն բանի պատճառը, որ կերակուր համտեսենք, ոչ թե մսագործի, զարեջուր եփողի կամ թխողի բարյացակամությունն է մեր նկատմամբ, այլ նրանց կողմից սեփական շահերը նկատի ունենալը»: Սմիթը հավատում էր, որ երբ մարդիկ սեփական շահերով են ղեկավարվում, նրանք ընդունում են որոշումներ, որոնք ուրիշների համար նույնպես շահութաբեր են: Օրինակ՝ թխողը ուզում է, որ պահի իր ընտանիքը: Դրա համար նա արտադրում է արտադրանք՝ հաց, որը սնում է հարյուրավոր մարդկանց:



ԱՇԽԱՏՆՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

1-ին փուլ

Բաժանվե՛ք չորս խմբի և բաժանե՛ք մեկական քարտ (էջ 30), ծանոթացե՛ք ուշադրությամբ, քննարկե՛ք և լրացրե՛ք աղյուսակը:

Բիզնես գաղափարի անվանումը	Որոշման հեղինակը և դրա բնութագրիչները	Կայացած արդյունք	Անձնական և հասարակական օգուտ	Հաջողության հիմքը (պատահականություն, ճիշտ հաշվարկ, այլ խմբերի հետ համագործակցություն)	Ի՞նչը կարող էր խոչընդոտել այս գաղափարի հաջողությանը
---------------------------	---------------------------------------	------------------	------------------------------	---	---

2-րդ փուլ

Աղյուսակները փակցրե՛ք գրատախտակին և խմբերի շնորհանդեսներից հետո տեղեկատվության ամփոփման հիման վրա քննարկե՛ք ամբողջ դասարանով:



Հենրի Ֆորդ



Մարշալի խանութը
Չիկագոյում: Այսօր
Մարշալի խանութների
հսկայական ցանցը
ամենահանրահայտն է
ԱՄՆ-ում:

- ▶ Ի՞նչ ունեն ընդհանուր առաջին երեք քարտերի վրա ներկայացված ձեռնարկատերերը:
- ▶ Ինչո՞վ է տարբերվում չորրորդ քարտի վրա ներկայացված ձեռնարկատիրությունը մյուսներից:

Քարտ 1

«Կարծիքը գույք է» և միևնույն ժամանակ հզոր գործիք է, եթե անձն ունի նպատակասլացություն, համառ ցանկություն այդ կարծիքը դրամի կամ այլ որևէ նյութական արժեքի վերածելու համար: Մարդը հաջողության կհասնի, եթե նա իր առջև դնի կոնկրետ նպատակ և ամբողջ էներգիան, բոլոր ջանքերը ուղղի դրա իրականացմանը: Ուզում եմ, այսինքն՝ կլինի: Երբ Հենրի Ֆորդը որոշեց հռչակավոր «V-8» մակնիշի ավտոմեքենան թողարկել, որոշեց կառուցել շարժիչ, որում 8 ցիլինդր մեկ բլոկում կտեղադրվեր: Բոլոր ինժեներները միաձայն պնդում էին, որ դա անհնար է: «Աշխատեք այնքան ժամանակ, մինչև արդյունքի կհասնեք, որքան ժամանակ էլ պահանջվի ծախսել դրա վրա», - հրամայեց Ֆորդը: Ինժեներները աշխատում էին, նրանք այլ ելք չունեին, քանզի ցանկանում էին Ֆորդի մոտ մնալ: 6 ամիս աշխատելուց հետո հայտարարեցին, «Ոչինչ չի ստացվում, դա անկարելի է»:

«Շարունակեք աշխատել, - ասաց Ֆորդը, - ես դա եմ ցանկանում, այսինքն՝ կստացվի»: Նրանք շարունակում էին աշխատանքը, և վերջում, մի գեղեցիկ օր պինդ ընկույզը կոտրվեց: Ֆորդի համառությունը հաղթանակեց:

Քարտ 2

... Առավոտյան, Չիկագոյի հսկայական հրդեհից հետո, առևտրականների խումբը կանգնեց Սթեփո Սթրիթի վրա՝ նախկին հարստության միացող մնացորդների միջև և խորհրդածում էր՝ վերականգնել հրդեհից փրկվածը, թե՞ Չիկագոյից այլ, ավելի երջանիկ տեղ գնալ: Բոլորը որոշեցին գնալ, բացի մեկից: Մարշալ Ֆիլդը՝ առևտրականը, ով որոշեց Չիկագոյում մնալ, հայտարարեց. «Չենթմեններ, ճիշտ այս տեղում ես կկառուցեմ աշխարհում ամենամեծ խանութը և ինձ համար միևնույն է, քանի անգամ կայրվի այն»: Դա մոտավորապես հարյուր տարի առաջ տեղի ունեցավ: Խանութը կառուցվեց: Այն մինչև օրս կանգնած է ինչպես հուշարձան հոգու այն վիճակին, որը հաղթանակելու ցանկություն է կոչվում:

Մարշալ Ֆիլդի համար ավելի հեշտ էր գնալը, բայց նա ճիշտ դրանով էր տարբերվում մյուս վաճառականներից, ինչով գործնականում միշտ տարբերվում է հաջողության ձգտողը նրանից, ով ենթակա է պարտության:

Քարտ 3

...50 տարի առաջ գյուղի ծեր բժիշկը քաղաք մեկնեց: Նա ձին կապեց և լուռ ետնամուտքից դեղատուն մտավ: Բժիշկը և դեղատան գործավարը մեկ ժամից ավելի ինչ-որ բանի մասին առևտուր էին անում: Այնուհետև բժիշկը դուրս եկավ և ետ վերադարձավ մեծ, հնաձև կաթսայով և փայտե գդալով: Գործավարը կաթսայում տեղավորված հեղուկը ստուգելուց հետո բժշկին թղթադրամների տրցակ՝ ուղիղ 50 դոլար տվեց: Ծերունին դրամը ստանալուց հետո տվեց թերթիկ գաղտնի բանաձևով: Ո՛չ բժիշկը և ո՛չ երիտասարդ գործավարը չգիտեին, թե ինչ հեքիաթային հարստություն պետք է քամեր դատողությունը այդ կաթսայից:

Գործավարը ձեռք բերեց գաղափար: Բայց կաթսայի հրաշքները այն բանից հետո սկսվեցին, երբ նոր սեփականատերը գաղտնի հրահանգին ինչ-որ բան ավելացրեց, ինչի մասին բժիշկը ոչինչ չգիտեր: «Կոկա-կոլայի» հսկայական միապետությունը իմպերիան անցնեց միակ գաղափարից: Այն գաղտնի բաղադրիչը, ինչը դեղատան գործավար Էզա Կենդլերը ըմպելիքի բաղադրատոմսին ավելացրեց, երևակայությունն էր (ըմպելիքը փրփրեց), ինչը նրան աներևակայելի հարստություն բերեց:

Քարտ 4

րացի ձեռնարկատերերը ցանկանում էին, որ «Կոկա-կոլա», «Մակդոնալդս», «Վենդիս», «KFC» (Քեյեֆս), «Դանկին» համաշխարհային բրենդները Վրաստանում նույնպես լինեն: Այս կառույցների վրա ծախսած գումարներով նրանք կարող էին այլ բիզնես սկսել, բայց նրանք նախընտրեցին այն, որ Վրաստանի սպառողի համար նույնպես հասանելի լինի նշված բրենդներից օգտվելը:

Վերևում թվարկված բիզնես-ընկերությունները ֆրանչայզինգի համաշխարհային հսկաներ են: Վրաստանում առաջին անգամ գործարկվեցին «Կոկա-կոլա»-ն և «Մակդոնալդս»-ը (երկրում այն գործում է 1997 թվականից): Դա ֆրանչայզինգ համակարգի կիրառման առաջին օրինակներից մեկն էր: Ներկայումս «Կոկա-կոլա»-ն և «Մակդոնալդս»-ը հաջողությամբ գործում են աշխարհի գրեթե բոլոր երկրներում: «KFC» ռեստորանները աշխատում են աշխարհի 130 երկրներում (իսկ Վրաստանում «KFC»-ն գործում է 2014 թվականից): «Վենդիս» ցանցը ներառում է արտոնագրված ռեստորաններ 29 երկրներում («Վենդիս»-ը Վրաստանում սկսել է գործել 2015 թվականից): Իսկ «Դանկին» բրենդը աշխատում է աշխարհի 45 երկրներում («Դանկին»-ը Վրաստանում գործում է 2020 թվականից):

Ըստ ֆրանչայզինգի՝ հիմնականում ուշադրությունը կենտրոնացած է Վրաստանում երկարաժամկետ բիզնես հիմնելու վրա: Բոլոր այն պայմանները, որոնք անհրաժեշտ են ֆրանչայզի համար, Վրաստանում նույնպես պաշտպանված են:



Ֆրանչայզինգ –

պայմանագրային հարաբերությունների ձև, որի դեպքում սպառողին հայտնի ընկերությունը (ֆրանչայզերը) իր անունը կիրառելու իրավունք է տալիս փոքր ձեռնարկությանը (ֆրանչայզին), այն սարքավորում է տեխնիկայով և տեխնոլոգիայով, օգնում է միջոցներ հայթայթելու հարցում, աշխատուժի վերապատրաստման գործում: Իր հերթին ֆրանչայզը պարտավոր է գլխավոր ընկերությանը (ֆրանչայզերին) վճարել նախնական ավանդը և շահույթի տոկոսը (որը սահմանվում է բանակցությունների արդյունքում): Ֆրանչայզը պարտավոր է պահպանել նաև ֆրանչայզերի կողմից սահմանված բոլոր պայմանները (արտադրական գործընթաց, արտադրանքի որակ, սպասարկման համապատասխան մակարդակ):

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Քննարկե՛ք ներքևի պոնակներում տրված բնութագրիչները և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ է հարկավոր, որպեսզի ֆերմերը դառնա ձեռնարկատեր՝ բնածին հատկություններ, թե՛ ձեռք բերած գիտելիք և ունակություններ: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Ի՞նչ կավելացնեիք, կնվազեցնեիք կամ կփոխարինեիք սխեմայում: Ինչո՞ւ եք այդպես կարծում:
- ▶ Գնահատե՛ք ձեր անձը այս սխեմայի համաձայն. ո՞ր հատկությունն ունեք: Ո՞րը կցանկանայիք ունենալ: Ինչո՞ւ:

Որպեսզի ֆերմերը ձեռնարկատեր դառնա անհրաժեշտ է

Բնածին, ընտանիքից ստացած հատկություններ

- ▶ Հետաքրքրություն գյուղատնտեսության նկատմամբ,
- ▶ գործնական մտածողություն,
- ▶ ռիսկի դիմելու ունակություն,
- ▶ հիմնական գյուղատնտեսական գործունեություն վարելու ունակություն,
- ▶ համարձակություն,
- ▶ նպատակասլացություն,
- ▶ անկախություն,
- ▶ բարդ խնդիրները վճռելու հնարավորության հավատ,
- ▶ գյուղի և հողի նկատմամբ սեր, այսպես կոչված, «կեղտոտ աշխատանքից» չվախենալ:

Մովորեցվ և պրակտիկայով ձեռք բերած գիտելիք և հատկություններ

- ▶ Տնտեսության հիմունքների տիրապետում,
- ▶ հաշվապահական հաշվառք, ֆինանսական գործունեության վերլուծում, մենեջմենտի և մարկետինգի այբուբեն,
- ▶ հաճախորդների, մրցակիցների, ապրանք առաքողների մասին տեղեկատվություն հայթայթելու ունակություն,
- ▶ շուկայում տիրող իրավիճակի իմացություն,
- ▶ տեխնիկայի և արտադրության տեխնոլոգիաների իմացություն,
- ▶ կարճաժամկետ և երկարաժամկետ գործունեության պլանավորման ունակություն,
- ▶ նորություններն ընդունելու ունակություն:

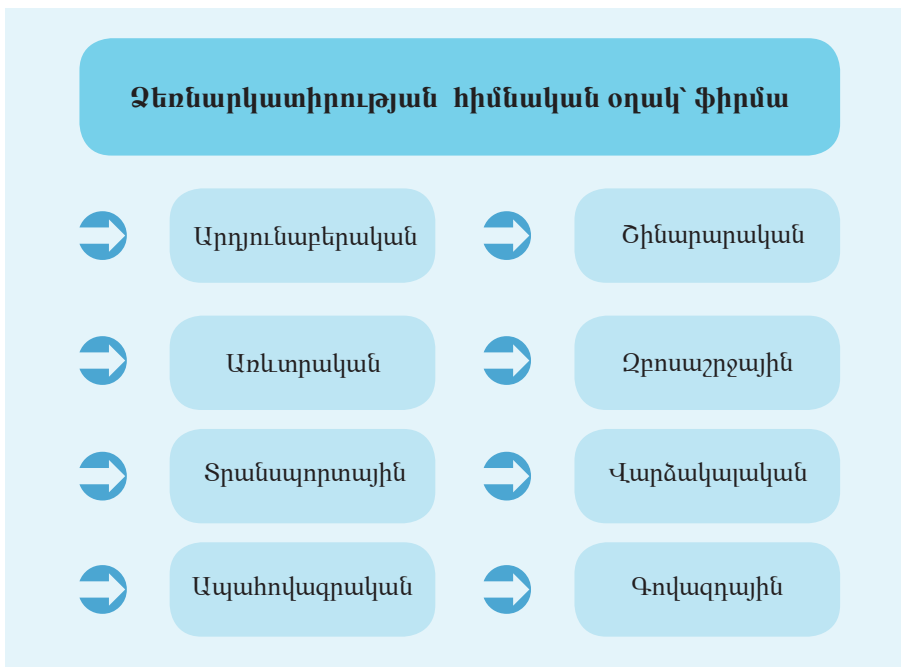
Ձեռնարկատիրության հիմնական պայմաններից մեկը անձամբ ձեռնարկատիրոջ անհատականությունն է: Ելակետը, որից սկսվում է յուրաքանչյուր նոր արտադրություն, գաղափարն է: Գաղափարը կարող է լինել ինչպես բնօրինակ (սեփական), այնպես էլ փոխառված (շարունակել ուրիշի գործը):

Ձեռնարկատիրության հիմնական օղակը ֆիրման է, ընկերությունը: Յուրաքանչյուր ֆիրմա ունի ֆիրմային անվանում, որով նա գրանցվում է պետական ռեեստրում: Ֆիրման կարող է լինել ինչպես խոշոր կոնցեռն, այնպես էլ փոքր ընկերություն:

Գործունեության տեսակների և կատարման գործողությունների բնույթի համաձայն տարբերակում են հետևյալ ֆիրմաները. ձեռնարկատիրական, առևտրական, տրանսպորտային, փոխադրական-շահագործողական, ապահովագրական, ինժեներային, զբոսաշրջային, տուրօպերատորական, վարձակալական, գովազդային ֆիրմաներ և գործակալություններ:



Ֆիրմա – կազմակերպություն, որը տիրապետում է մեկ կամ մի քանի ձեռնարկության և ռեսուրսները օգտագործում է ապրանք և ծառայություն վարելու համար շահույթ ստանալու նպատակով:



Ի՞նչը կարող է ծնել նոր գաղափար կամ առաջացնել նոր գործի նախաձեռնություն:

Գաղափարի աղբյուր կարող է լինել սպառողների արձագանքը, փոփոխությունները պետական առաջնահերթություններում, օրինակ.

- ▶ Պետությունը էկոլոգիական արտադրանքը ճանաչեց առաջնահերթային,
- ▶ կրճատեց որևէ հարկ,
- ▶ հաստատեց պատնեշ ներկրման վրա,
- ▶ նաև ծանոթների հարցումը,
- ▶ մրցակիցների արտադրանքների գնահատումը,
- ▶ գիտական հետազոտության արդյունքները,
- ▶ այլ երկրների առաջընթացային փորձը և այլն:

Իրականությունը ցույց է տալիս, որ որքան ավելի շատ է ձեռնարկատիրությունն այս կամ այն երկրում, այնքան ավելի զարգացած է այդ երկիրը: Երկրի տնտեսական զարգացումը ուղղակիորեն կապվում

Է այն բանի հետ, թե ինչպես է զարգացած ձեռնարկատիրությունը: Բիզնեսի ակտիվությունն է սահմանում երկրի տնտեսական աճը, իսկ բիզնեսի ակտիվությունը ուղղակիորեն կապվում է այն բանի հետ, թե կառավարությունը ինչպիսի խաղի կանոններ է սահմանում բիզնեսի համար: Ձեռնարկատիրությունը և հարստությունը ուղղակիորեն կապվում են այն բանի հետ, թե ինչպես և որքան ժամանակ են ապրում մարդիկ:

Իսկ խաղի կանոնները բոլոր երկրներում տարբեր են: Համեմատենք Հյուսիսային Կորեան և Հարավային Կորեան:

Հյուսիսային Կորեա



Արգելված է մասնավոր սեփականության գոյությունը, համապատասխանաբար արգելված է ձեռնարկատիրական գործունեությունը:

Հյուսիսային Կորեան համարվում է աշխարհում ամենաաղքատ երկիրը:

Հարավային Կորեա



Կառավարությունը ձգտում է բիզնեսի համար ստեղծել ազատ միջավայր, աշխարհում ամենազարգացած երկրներից մեկն է:

Հարստության աճը պայմանավորեց առողջապահության լավ որակ և այսօր Հարավային Կորեայի բնակիչը միջին հաշվով 10 տարի ավելի է ապրում, քան միջին հաշվով Հյուսիսային Կորեայի բնակիչը:

Հարստանալու ցանկությունը, դրան հասնելու կոնկրետ ուղիների և միջոցների պլանավորումը, այդ պլանի այնպիսի համառությամբ իրականացումը, որը չի ճանաչում պարտություն, մի գեղեցիկ օր ձեզ նույնպես հարուստ կդարձնեն:

Ակտիվ ձեռնարկատիրությունը աներևակայելի է առանց հավատի, ինքնավստահության և վստահության: Հաջողության հավատը, մեծագույն



ցանկությունը և ոչ սովորական երևակայությունը, անվանված նպատակին հասնելու համառությունը հաջողության հասնելու պայմաններն են:

Ձեռնարկատիրական գործունեությունում հաջողության ձեռք բերումը, գույքի ժողովումը մեծագույն էներգիայի հետ միասին պահանջում են լավ կազմակերպված և խելացիորեն կիրառված հատուկ գիտելիքի համակարգ: Թեև բոլորովին էլ անհրաժեշտ չէ, որ դրան տիրապետի ճիշտ այն անձը, ով ցանկանում է ունեցվածք կուտակել:

Շատ հաճախ մարդիկ ունենում են ոչ լիարժեքության կոմպլեքս կրթության անբավարարության պատճառով, բայց մարդը կարող է իր շուրջը հավաքել և աշխատանքը վարել տալ այդպիսի գիտելիք ունեցող աշխատակիցներին:

Հենրի Փորդը ընդամենը վեց դասարան է ավարտել, բայց իր աշխատակիցների օգնությամբ միշտ ուներ հատուկ գիտելիք, որը հնարավորություն էր տալիս լինելու Ամերիկայի ամենահարուստ անձը:

Ցանկացած ոլորտում հաջողությամբ գործող մարդիկ միշտ հետաքրքրվում են իրենց գործունեության և մասնագիտության հետ կապված հատուկ գրականությամբ: Դատարկաձեռների մեծամասնության համար սովորական սխալ է, երբ կարծում են, որ կրթություն արդեն ստացել են: Իրականում կրթության համակարգը ցույց է տալիս միայն ուղին, որով մարդը կարող է ստանալ իրեն անհրաժեշտ և, այդ թվում, գործնական գիտելիքը:

Գիտելիքը միայն ներուժ է: Անձը պետք է կարողանա գիտելքն այնպես կազմակերպել, որ ստանա կոնկրետ նպատակին ուղղված գործունեության հստակ պլան: Անպայման պետք է նկատի ունենալ անձնական փորձից կամ այլ խելացի մարդկանց հետ հարաբերություններից ստացած գիտելիքը:

Հաջողության հանգուցային գործոն է երևակայության ունակությունը: Երևակայությունը արհեստանոց է, որտեղ ցանկությունները և պլանները բախվում են: Ասում են՝ մարդը կարող է ստեղծել այն ամենը, ինչը պատկերացնելու ունակություն ունի: Մեծագույն բիզնեսմենները, ձեռնարկատերերը և ֆինանսիստները, մեծ նկարիչները, երաժիշտները, պոետները և գրողները հաջողակ դարձան իրենց բարձր զարգացած երևակայության շնորհիվ:

Հարստությունը սկսվում գաղափարից է: Իսկ գաղափարները ձևավորվում են երևակայության կողմից:

Որքան ավելի երկար է ճանապարհը դեպի հաջողություն, այնքան ավելի մոտ է այն: Շատ-շատերը թողնում են գործը, երբ հաղթանակին հասնելուն ընդամենը մեկ քայլ է մնացել: Հիշի՛ր, այդ քայլը կկատարեն ուրիշները:

Նասպոլեոն Հիլլ

ԱՇԽԱՏԵՔ ԶՈՒՅԳԵՐՈՎ

- Պատկերացրե՛ք, որ ունեք **կախարդական մատիտ**, որը ձեր նոր մտահղացումը իրականության կվերածեր: Գործի՛ դրեք ձեր երևակայությունը և ստեղծե՛ք արտադրանք, ծառայություն, որը արագորեն կնվաճի շուկան:
- ▶ Նկարե՛ք ձեր արտադրանքի, ծառայության էսքիզը:
- ▶ Նկարագրե՛ք ձեր արտադրանքը, ծառայությունը բառերով:
- ▶ Ի՞նչ կարգի ծառայության վրա եք հաշվարկ կատարում:
- ▶ Ի՞նչ ռեսուրսներ հարկ կլինի կիրառել:
- ▶ Ի՞նչն է հավատ ներշնչում, որ արտադրանքի նկատմամբ կլինի բարձր հետաքրքրություն:
- ▶ Ո՞ւմ հետ հարկ կլինի համագործակցել գաղափարը իրականացնելու համար:
- ▶ Ի՞նչ օգուտ կստանաք դուք:
- ▶ Ի՞նչ օգուտ կստանա հասարակությունը:
- ▶ Ներկայացրեք արտադրանքը և հիմնավորեք դրա ինքնատիպությունը և գրավչությունը:

Շատ մարդիկ նախընտրում են լինել ձեռնարկատեր, դա նաև յուրաքանչյուր մարդու իրավունքն է: Մեր երկրում կար ժամանակ, երբ ձեռնարկատիրությունը հանցագործություն էր համարվում և ձեռնարկատիրական գործունեության պատճառով ձեռնարկատիրոջը հաճախ հանցագործ էին ճանաչում և երկար ժամանակով կալանավորում էին:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- Ծանոթացե՛ք ստորև տրված տեքստին՝ «Հանցագործ գործունեություն», որտեղ տրված է խորհրդային համակարգում ձևավորված, այսպես կոչված, **սովերային տնտեսության** նկարագրությունը և քննարկեք այն.
- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն էր գործում խորհրդային համակարգը ձեռնարկատիրության զարգացման վրա: Ինչո՞ւ:
- ▶ Հիշո՞ւմ եք, արդյոք, պատմական գործընթացներ, որոնք խորհրդային իշխանության սկզբից ևեթ մեծ վնաս հասցրին մասնավոր սեփականությանը և նախաձեռնողական ձեռնարկատերերին, ֆերմերներին: Ի՞նչ գիտեք «կուլակաթափության» մասին:
- ▶ Ինչի՞ վրա էր ծախսվում նախաձեռնողական մարդկանց հնարավորությունների մեծ մասը խորհրդային համակարգում:
- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն էր գործում «կոմբինատոր» կոչվող մարդկանց, նրանց ընտանիքների վրա համակարգի կողմից կայցված պիտակը:
- ▶ Ի՞նչ զգացումներ էին առաջանում մարդկանց մոտ, ովքեր ունեին



Սովերային տնտեսություն

– տնտեսության այն մասը, որը գործում է օրենքի խախտմամբ, չի կարող հաշվարկվել պետական կառավարման մարմինների կողմից և չի վճարում պետական հարկերը:

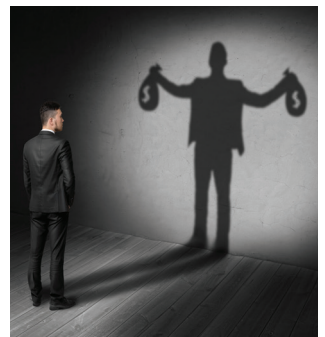
հանցագործության զգացում, որ իրենք օրինախախտումներով են գործում և վախ, որ դրա համար կպատժվեն:

- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն էին գործում այդ ապրումները նրանց առողջության, հարաբերությունների վրա:
- ▶ Տեսնո՞ւմ եք, արդյոք, խորհրդային կարծրատիպերի ազդեցությունը այսօրվա հասարակական կարծիքի վրա, երբ մեր հասարակության բավականին մասը դրսևորում է ագրեսիա հարուստ և բարեկեցիկ կյանք ունեցող մարդկանց նկատմամբ:
- ▶ Ինչո՞ւ է դեռևս շարունակվում ֆինանսապես հաջողակ անձնավորության գուգորդումը հանցագործության և անբարեխղճության հետ:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, հարստությունը լա՞վ է, թե՞ վատ: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ներկա պայմաններում հնարավո՞ր է, արդյոք, հարստություն կուտակել բարեխիղճ ճանապարհով:
- ▶ Գիորգի Շեշաբերիձեի և նրա նմանների աշխատանքում, մտածելակերպում կա՞նք բարեխղճության տարր: Հիմնավորե՛ք:
- ▶ Ի՞նչ կստանա ամբողջ հասարակությունը, եթե ունենա շատ հարուստ, հաջողակ մարդիկ:
- ▶ Որքանո՞վ են հնարավոր տոտալիտար՝ բռնատիրական միջավայրում մարդու ազատ աշխատանքը, որոշումները, զարգացումը: Ինչո՞ւ:

Հանցագործ գործունեություն

Խորհրդային ժամանակաշրջանում մասնավոր սեփականությունը և ձեռնարկատիրությունը քրեական օրենսգրքում համարվում էին հանցագործություն, «ձեռնարկատիրությունը», «գործարարությունը», «կոմերսանտությունը» վաճառականությունը, հասարակությունում համարվում էին վիրավորական բառեր և կիրառվում էին բացասական նշանակությամբ: Նախաձեռնողական, գլխավորող տնտեսությունների նկատմամբ նման անարդար մոտեցումը վարպետ, ազատ ձեռնարկատիրության խոյանքով մարդկանց անօրինական աշխատանքով զբաղեցրեց: Այդ պատճառով վրացի ձեռնարկատիրոջ ընդունակությունը և էներգիան ուղղված էին ոչ թե դեպի այն, թե ինչպես բարելավի գործունեությունը և ստանա ավելացած շահույթ, այլ նրա ջանքերը ծախսվում էին բյուրոկրատական պատնեշներից և արհեստականորեն ստեղծված դիմադրություններից խուսափելու վրա: Նրանք սովերային էին, ինչպես այն ժամանակ էին ասում «սև», բայց ազատ շուկայի ակտորներ էին: Նրանց կողքին գոյություն ունեին, այսպես կոչված, «կոմբինատորներ», որոնք մեծ մասամբ հանդիսանում էին պետական արտադրության նյութատեխնիկական մատակարարման ավագներ:

Շուկայական տնտեսության անցումային ժամանակաշրջանում (XX դ. 90-ական թվականների սկզբում) ձեռնարկատիրությունը և մասնավոր սեկտորը ձևավորվում էին որպես պետական սեկտորի հավելում: Այդ ժամանակաշրջանում ստեղծված համատիրությունների (կոոպերատիվների) մեծամասնությունը (75-80%) ձևավորվում էր պետական ձեռնարկությունների բազայի վրա: Սկսնակ ձեռնարկատերերը հոգեբանորեն դեռևս





Դեֆիցիտ – որևէ ապրանքի պակաս շուկայում:



Վարձակալում – անշարժ գույքի ժամանակավոր վարձակալում:



Սեփականաշնորհում – ֆիզիկական և իրավաբանական անձանց կամ դրանց միավորումների կողմից պետական գույքի ձեռքբերում սեփականության իրավունքով, որի արդյունքում պետությունը կորցնում է սեփականաշնորհված գույքը տիրապետելու, օգտագործելու և տնօրինելու իրավունքը:

պատրաստ չէին անկախ աշխատելու համար, և բավականին բարձր էր պետական ինստիտուտներից կախվածության աստիճանը: Համատիրությունների նկատմամբ տարվում էր համեմատաբար ազատական գների քաղաքականություն, իսկ պետական ձեռնարկությունների արտադրանքի (սպասարկումների, աշխատանքի) վրա հաստատված էր ամրագրված գին, ինչը այն բանի լավ հիմք էր ստեղծում, որ պատվերները կատարված լինեին համատիրության անունով, և արդյունքում համատիրության գնի և պետական արտադրության գնի միջև տարբերությունը նշանակալից եկամուտներ ստանալու հնարավորություն էր տալիս: Շուկայում գոյություն ուներ ապրանքի ծայրաստիճան սուր **դեֆիցիտ**: Մեծ եկամուտ ստանալու համար բավական էին պարզագույն առևտրական գործողությունները: Բնակչության եկամուտները սահմանափակ էին և դրանք առավելապես ուղղված էին ընթացիկ պահանջների բավարարմանը, սպառողը այլընտրանքի բացակայության պատճառով ոչ մի տեսակ ազդեցություն չէր կարողանում ունենալ մատակարարողի վրա:

Ծայրաստիճան դժվար պայմաններ ստեղծվեցին պետական ձեռնարկությունների **սեփականաշնորհման** ոլորտում: Զեռնարկությունների սեփականաշնորհման արդյունքում իրավիճակը էականորեն չիփոխվեց և դրանց նշանակալից մասը չէր գործում, իսկ 40-45%-ն աննշան բեռնվածությամբ էր աշխատում: Այդ նույն ժամանակաշրջանում ակտիվորեն արմատավորվում էին վարձակալական հարաբերությունները (հատկապես **վարձակալում**՝ գնման իրավունքով), ինչը նպաստեց պետական սեկտորից մասնավոր սեկտոր գույքի փաստացի անվերահսկելի ներհոսքի գործընթացին: Մասնավոր սեկտորի գնած գույքը հաճախ ոչ նպատակային էր օգտագործվում: Տնտեսական վերափոխման ամենասկնառու արդյունքը նոր շերտի՝ «ձեռնարկատերերի» առաջացումն է, որոնք իրենց գործունեությամբ պետությունից անկախ տարածություն են ստեղծում:

Այսօր Վրաստանում արդեն մեծ թիվ են կազմում այն ձեռնարկությունները, որոնք հաջողությամբ գործում են տնտեսության տարբեր ոլորտներում: Թեև հատկանշական է նաև այն, որ խորհրդային ժամանակաշրջանում դաստիարակված անձանց համար անչափ դժվար էր շուկայական արժեքների յուրացումը, նրանցից շատերը գործունեությունը սկսում էին տարերայնորեն, նախապես չէին ուսումնասիրում ոլորտը, որտեղ մտադիր էին ձեռնարկատիրական գործունեություն սկսել, չէին ծանոթանում սպառողական շուկային: Այդ պատճառով նրանցից շատերի գործունեությունը ավարտվեց կրախով:

Այսօր ձեռնարկատերերի իրավունքները պաշտպանված են Վրաստանի Սահմանադրությամբ և այլ օրենսդրական ակտերով:

1. Աշխատանքի ազատությունն ապահովված է: Բոլորն ունեն աշխատանքի ազատ ընտրության իրավունք: Աշխատանքի անվտանգ պայմանները և այլ աշխատանքային իրավունքներ պաշտպանված են օրգանական օրենքով:

2. Ձեռնարկատիրության ազատությունը ապահովված է: Արգելված է **մոնոպոլիստական՝ մենաշնորհային գործունեությունը**, բացի օրենքով թույլատրված դեպքերից: Սպառողների իրավունքները պաշտպանված են օրենքով:

Վրաստանի Սահմանադրություն, հոդված 26



Մենաշնորհային գործունեություն

– տնտեսական գործակալի, պետական մարմնի գործունեություն, որը նրան հնարավորություն է տալիս էական ազդեցություն գործել շուկայի վրա և սահմանափակել մրցակցությունը:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Վրաստանը գործառույթի որոնման մեջ <https://bit.ly/3j0farx>
- ▶ Ջոն Ռոքֆելլեր- Առաջին ամերիկացի միլիարդատերը կտա խորհուրդներ՝ ինչպես հարստանալ և դառնալ հաջողակ <https://bit.ly/3XTyBkJ>
- ▶ Նապոլեոն Հիլի մոտիվացիան - «Գիտակցի՛ր դա և փոխի՛ր քո կյանքը» <https://bit.ly/3XzR99X>
- ▶ Ստիվ Ջոբսի մոտիվացիան – Ամերիկացի բիզնեսմենի և գյուտարարի ոգեշունչ մեջբերումները <https://bit.ly/3DbFkyo>
- ▶ Միլիոնատիրոջ մտածելակերպը / Կյանքում ինչպես հասնել առավելագույնին <https://bit.ly/3INBB4w>
- ▶ Ուլքե՛ր են ձեռնարկատերերը <https://bit.ly/3Waxqp9>
- ▶ Անի Գիգանի – Բարձր <https://bit.ly/3XWNBhR>

3. ԲԻԶՆԵՍ ԳԱՂԱՓԱՐ

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ



Ստարտափեր՝ սկսնակ – անձ, որը ընկերություն է ստեղծում նորարարական գաղափարի շուրջ և արագորեն աճող բիզնես է սկսում:

Տարբերությունը ստարտափերի և ձեռնարկատիրոջ միջև հասնում է մինչև փորձառությունը: Ձեռնարկատերը կարող է արդեն մի քանի ստարտափ հիմնադրած ունենալ կամ լինել հաջողության հասած ընկերության ստարտափի ղեկավար: Ստարտափերը այն անձն է, որը նոր է միանում ինովացիաների տիրույթին: Ձեռնարկատիրությունը կարող ենք ներկայացնել որպես հաջորդ քայլ:



Ծանոթացե՛ք ստորև տրված իրավիճակին և պատասխանե՛ք հարցերին:

- ▶ Ի՞նչ սխալներ թույլ տվեցին աղջիկները:
- ▶ Ի՞նչ տեղեկատվություն ունեին կամ չունեին նրանք բիզնես սկսելու համար:
- ▶ Որքանո՞վ հմտացած էին նրանք խմորեղեն թխելու գործում:
- ▶ Համաձայնո՞ւմ եք մեծամասնության կարծիքին փորձի նշանակության մասին:
- ▶ Ի՞նչ խորհուրդ կտայիք նրանց, ովքեր պատրաստվում են առաջին անգամ սկսել բիզնես (ստարտափեր):
- ▶ Սննդամթերքների արտադրության վրա նման սահմանափակումները անհրաժեշտ համարո՞ւմ եք, թե՞ ոչ: Ինչո՞ւ:
- ▶ Սննդամթերք չհանդիսացող արտադրանքների արտադրության վրա նման սահմանափակումները անհրաժեշտ համարո՞ւմ եք, թե՞ ոչ: Ինչո՞ւ:
- ▶ Բիզնեսի ո՞ր իրավական ձևը ընտրեցին աղջիկները:
- ▶ Ինչո՞ւ է պետությունը պայքարում փողոցում սննդամթերքների առևտրի դեմ:
- ▶ Մտածե՛ք սխեմա, որի համաձայն պետք է գործեին ընկերները, որպեսզի հաջողության հասնեին:
- ▶ Ինչպե՞ս եք հասկանում բիզնեսի գաղափարի էությունը:
- ▶ Յուրաքանչյուր խումբ թող ներկայացնի տարբեր տեսակի բիզնես գաղափարների մի քանի օրինակ:
- ▶ Ձեր կողմից ներկայացրած գաղափարներից ո՞րն է ամենաշահութաբերը այսօրվա պայմաններում:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ պայմաններ են անհրաժեշտ այն բանի համար, որ հետաքրքիր և գրավիչ գաղափարը վերածվի շահութաբեր բիզնեսի:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Նինոյի «Սկյուռիկները»

Նինոն շատ է սիրում «Սկյուռիկ» թխվածքը, բայց ընտանիքի անդամները այն թխելու համար հաճախ ժամանակ չունեն: Աղջիկը ինքը սովորեց թխել այդ թխվածքը և առաջին իսկ փորձի ժամանակ իսկապես լավ արդյունք ստացավ: Թխվածքը հավանեցին նաև ընկերները և քրթմնջացին, որ ինչ կլինի, եթե դպրոցի բուֆետում այդպիսի թխվածք վաճառվի: Ճիշտ այդ ժամանակ Նինոյի մոտ ծագեց բիզնես սկսելու գաղափարը:

Հափշտակված դրանով, նա ամբողջ գիշերը անքուն անցկացրեց, պատկերացրեց՝ ինչպես է հարստանում և ամառը անցկացնում

ճանապարհորդության մեջ: Մտածեց անգամ շատ գեղեցիկ, օրիգինալ փաթեթավորման մասին և առավոտյան վաղ ընկերուհուն՝ Թեոնային հանդիպեց, որը միանգամից համաձայնեց պիտակներ նկարել թխվածքների փաթեթների համար:

Աղջիկները ձեռնամուխ եղան աշխատանքին. թխվածքի բաղադրատոմսի համաձայն անհրաժեշտ մթերքները և փաթեթման-ձևավորման համար հարկավոր թղթեր ու նշագրիչներ գնելու համար Թեոնան հորաքրոջից դրամ խնդրեց: Վերջինս հիացավ բիզնես գաղափարից և գիտենալով աղջիկների աշխատասիրությունը նրանց հաջողություն կանխագուշակեց:

Աղջիկները երկրորդ օրն անցկացրին աշխատանքի մեջ. Նինոն թխում էր, Թեոնան փաթեթավորում և իր նկարած պիտակներն էր փակցնում: Աշխատանքն ավարտելուց հետո ծանր բեռով գնացին դպրոցի բուֆետ:

– Դպրոցում կրեմով խմորեղեն վաճառելն արգելված է: Այն էլ այսպես՝ ով ցանկանա, չի կարող դպրոց ապրանք բերել, ամբողջ շարք ընթացակարգեր պետք է անցնի, – սառը պատասխանեց վաճառողը:

Աղջիկները ապշեցին: Նրանց խնդրանք - աղաչանքը արդյունք չբերեց, այդ պատճառով ուղղվեցին պարենի խանութի կողմը:

– Թույլտվություն ունե՞ք՝ հարցրեց վաճառողը և երբ հասկացավ, որ աղջիկները հարցը չեն կարող հասկանալ, կրկնեց՝ հրուշակեղեն արտադրելու թույլտվություն ունե՞ք: Քանի որ թույլտվություն գոյություն չուներ, խմորեղենը ո՛չ նա ընդունեց և ո՛չ էլ ուրիշ խանութում կարողացան հանձնել, բայց «ձեռնարկատերերը» չփիստվեցին: Այնտեղ ևեթ վաճառասեղան սարքավորեցին և սկսեցին թխվածքը վաճառել:

Չնայած «ինքնամոռաց» գովազդին, գնորդ չէր հայտնվում: «Մի՞թե մեզնից բացի ոչ ոք չի սիրում այս թխվածքը», – հարցնում էին զարմացած աղջիկները: «Մասամբ այդպես է, բացի դրանից հիմա պասի շրջան է, և ով սիրում է, նա նույնպես չի գնում», – բացատրեց մի անցորդ:

Քանի որ այլ ելք չմնաց, աղջիկները որոշեցին թխվածք ուտելու հրավիրել ընկերներին: Այս թխվածքի սիրահար այնուամենայնիվ շատ մարդ չհայտնվեց, ոմանց մոտ նրանց թխած թխվածքի նկատմամբ վստահություն չառաջացավ, բայց ամենամեծ հարվածը առջևում էր սպասում. շտապողականության մեջ երեխաները թխվածքը տաք-տաք էին փաթեթավորել: Այդ պատճառով դրանք բոլորը խմորի էին վերածվել:

– Էլի լավ է, որ ոչ ոք չընդունեց, լուրջ տհաճություններից չէինք խուսափի, – խոստովանեցին աղջիկները:

Տհաճություններ այնուամենայնիվ հանդիպեցին. մայրը զայրացավ զարմանալիորեն խառնաշփոթի վերածված խոհանոցի համար, հորաքույրը պարտքը վերադարձնելու մասին հիշեցրեց: Հոգնած աղջիկների ապրումների մասին ոչ ոք չէր լսում, բոլորը միայն նրանց կողմից թույլ տված սխալներն էին մատնացույց անում: Ճանապարհորդության մասին երազելն արդեն անհնար էր:





Ի՞նչ է բիզնես գաղափարը:

Բիզնես գաղափարը այն գաղափարի համառոտ և ճշգրիտ նկարագրությունն է, որը մտադիր եք սկսել: Մինչև բիզնես սկսելը հարկավոր է պարզ պատկերացում ունենալ, թե ինչ տեսակ բիզնես եք մտադիր սկսել:

Ցանկացած գործունեություն սկսվում է գաղափարով: Այսօրվա հաջողակ և շահութաբեր բոլոր բիզնեսները սկսվել են գաղափարից: Բիզնեսմեններն ասում են, որ ճիշտ պահին ճիշտ գործունեություն սկսելը բիզնեսի հաջողության կարևոր գործոնն է: Բարդությունը միայն ճիշտ ժամանակին «ճիշտ գործունեության» մտահղացման, այսինքն՝ շահութաբեր բիզնեսի գաղափարի հետ է կապվում: Գաղափարը կարող է նոր (նորարարական) կամ ինչ-որ տեղից փոխառված, բայց ժամանակին հայտնված և հաջողություն, հարստություն բերող լինել:



Բիզնես սկսել ցանկացողները հաճախ մեծ երազանքներ ունեն. սեփական գաղափարը նրանց համար հազվագյուտ է թվում, ցանկանում են միանգամից շատ բանի հասնել և շատ դրամ ստանալ: Իսկ ամեն ինչ ավարտվում է նրանով, որ նրանք այնպիսի նպատակներ են անվանում, որոնց հասնել չեն կարող կամ ընդհանրապես անհնար է: Մի կնուն յուրի պատմությունը բոլորդ գիտեք, այդ պատճառով գաղափարներին զգուշությամբ պետք է մոտենալ: Ձեռնարկատիրության ունակությունը ոչ միայն մատչելի հնարավորությունները ժամանակին տեսնելն է, այլև դրանց նպատակաուղղված արձագանքելը:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված իրավիճակներին և պատասխանե՛ք հարցերին:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Ձեր կարծիքով, ի՞նչ սխալ թույլ տվեց Լուկան: Խնդրում ենք ընտրելք բոլոր ճիշտ պատասխանները և կցեք փաստարկներ.

- ▶ Նա պատկերացում չուներ արևածաղկի յուղի շուկայի մասին:
- ▶ Նա բուսական յուղի արտադրության գործում փորձ չուներ:
- ▶ Նա չէր պլանավորում, թե ինչպես պետք է վաճառել իր արտադրանքը:
- ▶ Նա չգիտեր այն քիմիական նյութերի վնասակարության մասին, որոնք օգտագործում էր:
- ▶ Նա չգիտեր, ով կլիներ իր վերջնական սպառողը:

Լուկայի տնտեսությունը

Լուկան Կախեթի շրջանի գյուղերից մեկում ունի փոքր տնտեսություն, նրա կինը նույնպես աշխատանք ունի, բայց բավարարում չունեն գավակների կրթության համար:

Լուկան որոշեց փորձել և սկսել նոր բիզնես. ճուր ամեացնել և վաճառել, սակայն մինչև նա ճուր կգներ, քաղաքացի բարեկամը նրան ասում է, որ արևածաղկի յուղը մեծ պահանջարկ ունի, իսկ շուկայում դրա պակասություն է: Լուկան փոխում է իր բիզնես գաղափարը և սկսում է բուսական յուղ թորել:

Լուկան երբեք մեծ քանակությամբ արևածաղկի չի անեցրել: Ամբողջ վարկը ծախսում է սերմ, պարարտանյութ և յուղի մամլիչ ձեռք բերելու վրա: Նա ընտանեկան տնամերձ հողը օգտագործում է արևածաղկի անեցնելու համար: Եթե արևածաղկի անեցմանը ավելի հող հատկացներ, ապա ընտանիքի համար եգիպտացորեն և բանջարեղեն անեցնելուն ավելի փոքր հողատարածք էր մնում: Պարարտանյութի քիմիական տարրերից Լուկայի երեխաները հիվանդանում են:

Քանի որ բուսական յուղ թորելու գործընթացին երկար ժամանակ և ջանքեր են հարկավոր, Լուկան օգնական է վարձում: Բազում այլ ֆերմերներ նույնպես սկսեցին արևածաղկի անեցնել: Այդ պատճառով այն ժամանակ, երբ նրա թորած յուղը վաճառքի համար պատրաստ էր, Լուկան չի կարողանում գնորդ գտնել:

Լուկան ստիպված եղավ տեղական խանութին յուղը շատ ցածր գնով վաճառել: Արդյունքում նա շատ փոքր գումար ձեռք բերեց և չկարողացավ վարկը վճարել:



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված պատմությանը: Ձեր կարծիքով, Լիլեն ի՞նչ կատարեց ճիշտ: Խնդրում ենք ընտրե՛ք բոլոր ճիշտ պատասխանները:

- ▶ Նա ուսումնասիրեց շուկան,
- ▶ նա ուներ հագուստ կարելու փորձ,
- ▶ նա մինչև իր բիզնեսը սկսելը ուսումնասիրեց շուկան,
- ▶ նա գրուցեց ֆինանսական ինստիտուտների հետ,
- ▶ նա պարզ պատկերացում ուներ, թե ովքեր կլինեին իր վերջնական սպառողները:

Լիլենի պատմությունը

Լիլեն հինգ տարի աշխատում էր կարի գործարանում: Ընկերուհին նրան զանգատվեց, որ իր 12 տարեկան դստեր համար չի կարողացել ընտրել լավ որակի մոդայիկ հագուստ: Լիլեն շրջեց քաղաքի գրեթե բոլոր հագուստեղենի խանութները: Նա եզրակացրեց, որ թինեյջեր աղջիկները հագուստ գնում են խանութում, բայց նկատեց, որ հագուստի քանակը և բազմազանությունը նրանց տարիքային խմբի համար իսկապես սահմանափակ էր:

Լիլեն արդեն մտածում է գործարանում աշխատանքը թողնել և նոր բիզնես սկսել: Նա որոշեց որոշ հագուստների և զգեստների գեղեցիկ էսքիզներ ստեղծել երիտասարդ թինեյջեր աղջիկների համար, նկարեց հագուստի էսքիզներ, որոնք այդ տարիքի աղջիկների դուրը կգային և իր նկարները տարավ հագուստի տեղական խանութներ: Սեփականատերերին Լիլեն հարցնում էր.

- ▶ Կգնե՞ն, թե՞ ոչ այս զգեստները, որոնք էսքիզներում են:
- ▶ Ի՞նչ գումար կվճարեք դրանց համար:
- ▶ Մոտավորապես քանի՞ մոդել կգնեք:

Էսքիզները արժանացան խանութների սեփականատերերի հավանությանը, և նրանք հաճույքով համաձայնեցին հագուստը իրենց խանութներում վաճառելու գաղափարին:

Դրանից հետո Լիլենի կարած զգեստները շատ լավ վաճառվում են: Խանութները նրա կողմից մատուցվող հագուստի համար կանխիկ դրամ են վճարում:

Իրական եկամուտ երբ տեսնի, Լիլեն կշարունակի գործարանում աշխատել, թե՞ իր ողջ ժամանակը կտրամադրի սեփական բիզնեսին: Արդեն 6 ամիս է, ինչ Լիլեն պարբերաբար այդ խանութներից պատվերներ է ստանում: Նա պլանավորում է ևս մեկ կարի մեքենա գնել և մի անձի վարձակալել աշխատանքի մեջ ներգրավելու համար:



Ծանոթացե՛ք Մաթեի գաղափարին

Մաթեի գաղափարը

Բեռնափոխադրական սպասարկում նորամուտ բնակիչների համար

Մաթեի մորաքույրը նոր տուն տեղափոխվելու գործում օգնություն խնդրեց: Հեշտ է բեռնատար մեքենա վարձակալելը, թեև ընտանիքներին ոչ ոք չի առաջարկում իրերը տեղափոխելու այնպիսի ծառայություններ, ինչպիսիք են տունը դատարկելը, դասավորելը, իրերը փաթաթելը, ավտոմեքենայի մեջ բեռնելը և բեռնաթափելը, անվտանգ նոր տուն փոխադրելը: Մաթեն օգնություն խնդրեց ընկերներից և նրանց հետ միասին սեփական անձի վրա զգաց, թե ինչպիսի աշխատանք է դա: Տղաները 2 շաբաթ ծախսեցին իրերը դասավորելու, փաթաթելու և մեքենայի մեջ տեղավորելու, հետո՝ մեծ ծավալի իրերը քանդելու, փաթեթավորելու և ավտոմեքենայից դրանք նոր տուն տեղափոխելու, փաթեթները քանդելու և նորից հավաքելու վրա:

Մաթեն հետաքրքրվեց՝ իր մունիպալիտետում կա՞, արդյոք, այնպիսի բեռնափոխադրական ընկերություն, որը կգրավեր այս գործով: Հասկացավ, որ դա կարող է լավ բիզնես գաղափար լինել: Տղան որոշակի հետազոտություն անցկացրեց և այնուհետև իր բիզնես գաղափարն այսպես նկարագրեց.

- Ո՞ր պահանջն է բավարարում իմ բիզնեսը:

Բոլորը, ում հետ խոսում եմ, համաձայնում են, որ մի տնից բնակության համար մյուսը տեղափոխվելը բարդ է և մեծ ժամանակ է պահանջում: Ոչ էլ այնպիսի ընկերություն գոյություն ունի, որը իրերը կդասավորի և նոր տուն կփոխադրի: Այդ պատճառով կարծում եմ, որ եթե այդ ծառայությունը առաջարկեմ, իմ բիզնեսը կայուն պահանջարկ կունենա:

- Ո՞ր ծառայությունը կարող եմ առաջարկել:

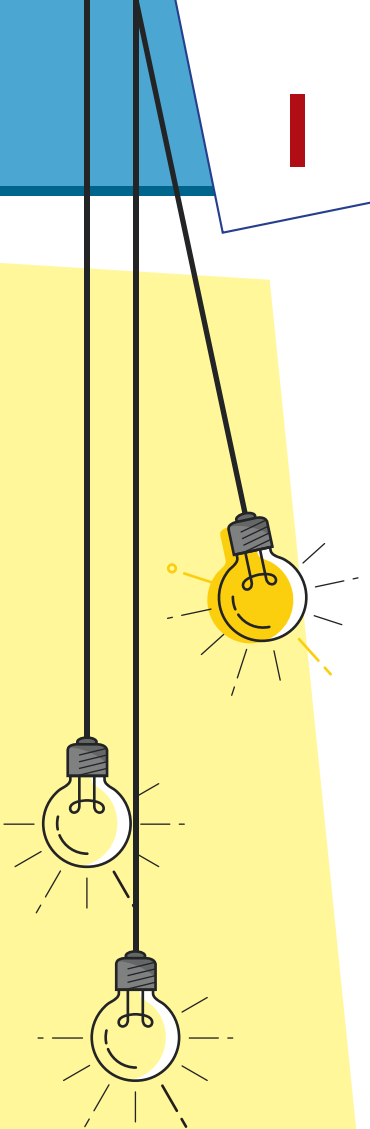
Ես մտածել եմ տների և օֆիսների համար իրերի լրիվ տեսակավորման-փաթեթավորման և փոխադրման ծառայություն առաջարկել: Այս գործի փորձ չունեմ, սակայն ունեմ տրանսպորտային փոխադրման փորձ: Այդ փորձը ձեռք եմ բերել գազօջախների ներկրման ընկերությունում: Կարող եմ եղբորս խնդրել պլանավորել աշխատանքային գործընթացի կառավարումը, ինչպես նաև դիմել տրանսպորտային ընկերությանը, որը իմ մորաքրոջ բիզնեսին է սպասարկում:

- Ո՞վ կլինի իմ սպառողը:

Սկզբում իմ սպառողները կլինեն ընկերներս, մորաքրոջս հաճախորդները, հարազատներս, հարևաններս և պարզապես ծանոթները: Հետո բիզնեսը կընդարձակեմ և գովազդ կտարածեմ ամբողջ մունիցիպալիտետի մասշտաբով:

- Ինչպե՞ս կիրացնեմ իմ ծառայությունը:

Կարող եմ իմ ծառայությունը սկզբում վերևում թվարկած անձանց առաջարկել: Իսկ հետո իմ բիզնեսի սպառողական շուկան կընդարձակեմ, պաստառներ կփակցնեմ տարբեր տեղերում, որտեղ շատ խանութներ, գրասենյակներ, բնակարաններ և տներ են վարձակալվում:





- Իմ բիզնեսը որքանո՞վ կախված կլինի շրջապատից և ի՞նչ ազդեցություն կգործի դրա վրա:

Իմ բիզնեսը կօգտագործի ստվարաթղթե արկղեր և փաթաթման նյութեր: Անպայման կձգտեմ, որ դրանք բազմակի օգտագործման լինեն: Համապատասխանաբար, թափոններից կխուսափեմ: Նաև կհոգամ փոխադրական ավտոմեքենաների սարքինության մասին, որպեսզի արտանետումները չաղտոտեն շրջակա միջավայրը:

Բիզնեսի լավ գաղափարը պետք է համապատասխանի բնական ռեսուրսների կայուն գործադրմանը և նկատի ունենա այն սոցիալական և բնական միջավայրը, որից այն կախվածության մեջ է:



Բիզնես գաղափարի վերլուծության ձև

Ձեր բիզնես գաղափարը թելադրում է.

Իմ բիզնես գաղափարը

Ի՞նչ կարիք կբավարարի իմ բիզնեսը

Ի՞նչ տեսակ ապրանք, ծառայություն կառաջարկեմ

Ո՞ւմ կվաճառեմ

Ինչպե՞ս կվաճառեմ իմ ապրանքը, ծառայությունը

Իմ բիզնեսը որքանո՞վ կախված կլինի շրջապատից, և ի՞նչ ազդեցություն կգործի շրջապատը դրա վրա:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ծուկան ձեզ է սպասում

Ստորև տրված է Կեսոյի 2 բիզնես գաղափար: Աշխատանքը բաղկացած է 3 մասից, դրանք կատարելու համար կիրառեք վերևում տրված բիզնես գաղափարի վերլուծության ձևը:

1. Նկարագրե՛ք Կեսոյի բիզնես գաղափարները:
2. Նկարագրե՛ք բիզնես գաղափարներ ձեր համայնքի միջավայրի հաշվառմամբ:
3. Մտածե՛ք ձեր բիզնես գաղափարի կամ գաղափարների մասին և պատրաստե՛ք շնորհանդես այդ մասին:

Կեսույի բիզնես գաղափարները

Մինչև կորոշեր սեփական բիզնես սկսել, Կեսուն գազօջախներ ներկրողի հետ աշխատանքի հնգամյա փոճառություն ուներ: Աղջկա մորաքույրը, որը մեծ մարկետի և տոնական գույքի վարձակալման կետի սեփականատեր է, նրան առաջարկեց ստարտափի ֆինանսավորում: Մորաքույրը ցանկանում էր միայն շահույթը կիսել և ոչ մի մասնակցություն չունենալ բիզնեսը վարելու մեջ: Աղջիկը ինքը պետք է գլխավորեր գործը: Դրանից լավ ինչ կարելի է առաջարկել երիտասարդին: Կեսուն էլ սկսեց մտածել հնարավոր բիզնես գաղափարների մասին:

Գաղափար 1

Ձեռագործ գորգերի և պատի ձեռագործ զարդանախշերի պատրաստում

Այս իրերով Կեսույի ընկերները հիացած են: Աղջիկը մտածում է, որ դրանք որպես հուշանվերներ հաճույքով կգնեն զբոսաշրջիկները: Թեև այն բանից հետո, ինչ մի քանի տեղական խանութների սեփականատերերի հետ զրուցեց, նկատեց, որ այդ շրջանում զբոսաշրջիկների նվազ թվաքանակ է այդ բիզնեսի շահույթաբեր լինելու համար:

Գաղափար 2

Գազօջախների խանութի բացում

Կեսուն փորձ ունի և գիտի, ինչպես մատակարարի խանութներին ներկրված գազօջախներ, նրան հայտնի է յուրաքանչյուր բրենդի գործառնությունների և որակի մասին: Աղջիկը հետազոտում է շուկան և տեսնում է, որ իր շրջանում բավականին շատ գազօջախի խանութ կա, և դրանց առևտուրը նվազ է: Այդ խանութները առաջարկում են գեղյի և խրախուսման տարբեր սխեմաներ, բայց գովազդային միջոցառումները վաճառքների քանակը նշանակալիորեն չեն մեծացրել: Կեսուն որոշում է մուտք չգործել այսպիսի բարդ շուկա:



Բազում ուղիներ գոյություն ունեն նոր բիզնես գաղափարի մշակման համար, ինչպիսիք են տեղական բիզնեսների հետագոտությունը կամ նրանց ներկա տիրապետողներին հարցեր առաջադրելը:





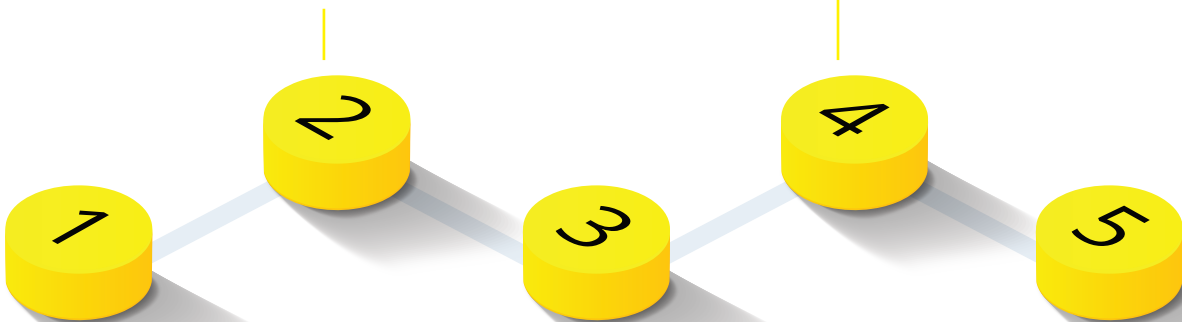
Ինչպե՞ս պետք է կազմեր ձեր բիզնես գաղափարների ցուցակը:

Ձեր բիզնես գաղափարների ցուցակ

Ուսումնասիրե՛ք տեղական բիզնեսի վայրը

Բիզնես գաղափարների հայտնաբերման ևս մի ուղի է տեղական համայնքի ուսումնասիրությունը: Պարզաբանե՛ք՝ ի՞նչ տիպի բիզնեսներ են արդեն գործում ձեր շրջանում և տեսե՛ք՝ գոյություն ունի՞, թե՞ ոչ որևէ այնպիսի բան, որի շուկան դեռևս գոյություն չունի: Հյուրընկալվեք ձեր շրջանի մոտակա արդյունաբերական վայրերում, շուկաներում և առևտրական կենտրոններում:

Բազմաթիվ ճանապարհներ գոյություն ունեն նոր բիզնես գաղափար գտնելու համար: Չմոռանաք ծանոթանալ հրապարակումներին և համացանցում գտնել տեղեկատվություն, որպեսզի տեսնեք, թե ինչ են անում ձեռնարկատերերը աշխարհի տարբեր անկյուններում: Դուք կարող եք ունենալ առևտրի ցուցահանդես այցելելու շանս:



Հենվե՛ք ձեր փորձի վրա

Դուք կարող եք բիզնես գաղափարներ ստանալ սեփական փորձառությունից կամ այլ անձանց փորձառությունից: Երբևէ ամբողջ օրը որոնե՛լ եք այն իրերը, որոնք ձեր շրջանում չեն գործող ոչ մի խանութում չեք կարողացել գտնել: Մտածե՛ք այն ապրանքի կամ ծառայության մասին, որը տարբեր ժամանակներում ցանկացել եք ստանալ և դժվարացել եք այն ձարել:

Սովորե՛ք հաջողակ բիզնես ունեցողներից

Դուք կարող եք շատ բան սովորել այն մարդկանցից, ովքեր ձեր շրջանում անցել են բիզնեսի հիմնադրման գործընթացը:

Բրեյնստորմինգ (գաղափարների տարափ՝ գեներացում)

Գաղափարների տարափը՝ գեներացումը, ենթադրում է բանականության բացում և բազմաթիվ տարբեր գաղափարների մասին մտածողություն: Բրեյնստորմինգն ամենաարդյունավետն է անցկացնել խմբում: Հավաքե՛ք ձեր ընտանիքի անդամներին կամ ընկերներին և խնդրե՛ք նրանց օգնել նրանով, որ դուրս գրեն իրենց գաղափարները: Բրեյնստորմինգի սեսիայի ժամանակ ընդունելի են բոլոր գաղափարները և ոչ մի գաղափարի մերժում տեղի չի ունենում: Գաղափարների ընտրությունը հաջորդ փուլն է:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Անվանե՛ք ձեր շրջանում գործող երեք բիզնես, որոնք համարում եք հաջողակ: Փորձե՛ք ընտրել այն բիզնեսները, որոնք գոնե երեք տարի գոյություն ունեն: Ջրուցե՛ք այդ բիզնեսների սեփականատերերի հետ: Օգտագործե՛ք «Բիզնես գաղափարի վերլուծության ձևը» (Էջ 46):

- ▶ Մտածե՛ք, որպես սպառող ո՞ր արտադրանքները և ծառայությունները չկան շուկայում:
- ▶ Ունկնդրե՛ք այլ անձանց: Ի՞նչ արտադրանք կամ ծառայություն նրանք չեն կարողանում ճարել շուկայում:
- ▶ Ի՞նչ մեկնաբանություններ են անում նրանք գոյություն ունեցող արտադրանքների և ծառայությունների մասին:
- ▶ Շրջե՛ք ձեր համայնքում: Ի՞նչ տեսակ բիզնես է արդեն գործում, և ի՞նչ թերություններ գոյություն ունեն:
- ▶ Ուշադրությամբ դիտարկեք ձեր համայնքում գոյություն ունեցող հիմնախնդիրները, օրինակ՝ բնապահպանության խնդիրները: Կարող է ձեր բիզնեսը վճռի այդ խնդիրները:
- ▶ Կազմե՛ք տարբեր տեսակի բիզնեսների ցուցակ, որոնք ձեր կողմերում գոյություն չունեն:
- ▶ Նկատի ունեցեք ձեր սեփական փորձառությունը, ունկնդրեք և նկատի ունեցեք այլ անձանց (որպես սպառողների) փորձը և ուսումնասիրեք ձեր միջավայրը: Օգտագործեք ստորև տրված ձևը. «Հիմնվել ձեր փորձառության վրա»:

Հիմնվել փորձառության վրա

- ▶ Թերթի վրա տեղափոխե՛ք ստորև տրված աղյուսակը ձեր անձնական սպառողական փորձառության հիման վրա:
- ▶ Գրառե՛ք այն, թե ինչ ասացին մյուսները իրենց սպառողական փորձառության մասին:
- ▶ Այնուհետև գրառե՛ք համապատասխան բիզնես գաղափարը, որի իրականացումը սպառողին կապահովի իրեն անհրաժեշտ ապրանքով կամ ծառայությամբ:

Անձնական փորձառություն	Բիզնես գաղափար
Այլ անձանց սպառողական փորձառություն	
Մեկնաբանություններ ոչ համապատասխան ծառայության մասին	
Բարդություններ, որոնց մարդիկ հանդիպում են իրենց սկսած գործերում	
Բնապահպանական հիմնախնդիրներ	

Համալիր առաջադրանքը կատարելուց հետո, խնդրում ենք ինքներդ գնահատե՛ք ձեր արդյունքները:

Պատասխանե՛ք ստորև առաջադրված հարցերին.

1. Նկարագրե՛ք՝ ինչպե՞ս ընթացավ համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացը:
 2. Բացատրե՛ք՝ ի՞նչ հարցի մասին արտահայտեցիք ձեր գիտելիքը համալիր առաջադրանքի միջոցով: Ինչո՞ւ եք ստեղծված առաջադրանքը ձեզ համար կամ հասարակության համար համարում օգտակար:
 3. Ինչպե՞ս կգնահատեիք համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացը:
 4. Գնահատե՛ք՝ ո՞ր նկարագրությունն է առավել լավ արտացոլում ձեր գիտելիքը ուսումնասիրվող հարցի առնչությամբ: (Պատասխանը հիմնավորե՛ք):
- ▶ Ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ ոչ մի տեսակ տեղեկատվություն չունեմ:
 - ▶ Ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ ունեմ միայն մեկ, չկարգավորված/չդասավորված ասոցիացիա՝ զուգորդություն/պատկերացում:
 - ▶ Ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ ունեմ միայն մի քանի, միմյանց հետ չկապակցված, չհամակարգված զուգորդություն/պատկերացում:
 - ▶ Կարող եմ.
 - ✓ ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ փաստերը և երևույթները քննադատաբար և փոխկապակցված ըմբռնել և վերլուծել,
 - ✓ ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ տեղեկատվությունը կապակցել այլ հարցերի հետ:



5. Համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացում ձեռք բերած գիտելիքը կապակցե՞ք աղյուսակում տրված հասկացություններին և ենթահասկացություններին: Պատասխանը հիմնավորե՞ք: Աղյուսակը փոխադրե՞ք թերթի վրա և գրառում կատարե՞ք աղյուսակի առաջին սյունակում:

Հասարակություն		
Ենթահասկացություններ		
	Առաջնային պահանջներ (Մով, ապաստան)	Մարդու պահանջմունքներ և կարիքներ
	Անվտանգություն (Ֆիզիկական, բարոյական)	
	Պատկանելության զգացում	
	Հարգանք	
	Ճանաչում	
	Ինքնաակտուալացում, բարոյականություն, ստեղծարարություն)	Հուզական-սոցիալական ունակություններ
	Հաղորդակցություն	
	Կոլաբորացիա	
	Բարոյագիտություն	
	Պատասխանատվություն	
	Էմպաթիա	
	Բնավորություն/կամք	
	Հակամարտության/վեճերի կառավարում	
	Հուզական-սոցիալական ունակություններ	

ՀԱՄԱԼԻՐ ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Համալիր առաջադրանքի պայման

Պատկերացրեք, որ խմբագրությանը փոխանցեցին թղթապանակ.
«Դեղորայքի շեմային գների ներդրում» (էջ 76-80):

Թղթապանակում կա.

- ▶ խմբագրությունում մուտքագրված 2 նամակ,
- ▶ քաղվածքներ «Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագրից»,
- ▶ պաշտոնական տեղեկատվություն,
- ▶ փորձագետների մեկնաբանություններ,
- ▶ օրենքում մտցված փոփոխությունների հղումը:

Այս փաստաթղթերը վերաբերում են տարբեր դիրքորոշումներից տեսած մեկ գործընթացին՝ պետության կողմից դեղերի շեմային գների հաստատմանը: Ձեր խնդիրն է ուսումնասիրել հարցը, վերլուծել պետության կողմից բիզնեսի գործերին միջամտության արդարացիությունը և ձեր դիրքորոշումը ընթերցողին ներկայացնել փաստարկված հոդվածի (250-300 բառ) տեսքով:

Աշխատանքում/աշխատանքի շնորհանդեսի ժամանակ ընդգծված ներկայացրեք.

- ▶ Ինչպե՞ս է արտացոլվում մարդու իրավունքների վրա դեղորայքի գնաճը և մատչելիության նվազումը: Ավելի կոնկրետ՝ ո՞ր իրավունքի պաշտպանությունն է կասկածի տակ ընկնում: (Քննարկե՛ք ծերունիների նամակը ձեզ հայտնի այլ պատմությունների օրինակի վրա):
- ▶ Որքանո՞վ է դեղերի գների վերին շեմի սահմանումը խախտում տնտեսական ազատության սկզբունքը և ի՞նչ ռիսկեր է պարունակում այն դեղագործական բիզնեսի համար: (Կապե՛ք խմբագրությունում ստացած նամակներին):
- ▶ Ինչո՞ւմ է կայանում պետության առջև ծառացած դիլեման, և որքանով են արդարացված պետության կողմից կատարված քայլերը մարդու իրավունքների պաշտպանության, ժողովրդավարության սկզբունքների պաշտպանության տեսակետից:

4. ԲԻԶՆԵՍԻ ԻՐԱՎԱԿԱՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐԸ

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացե՛ք ստորև առաջարկված «Համքարություն» տեքստին և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ձեռնարկատիրոջը համանման է վարպետը, թե՛ ոչ:
- ▶ Ի՞նչ նշանով են միավորվում վարպետները, արհեստավորները:
- ▶ Ի՞նչ հատկություններով էին այքի ընկնում համքարությունները:
- ▶ Ներկա ժամանակաշրջանի ձեռնարկատիրոջ և ձեռնարկատիրության ո՞ր կանոններն էին սահմանում և պաշտպանում համքարները:
- ▶ Ո՞վ էր հորինում համքարության կանոնները, աշկերտներ մեծացնելու փուլերը և ձևերը:
- ▶ Ժողովրդավարական մոտեցման ի՞նչ նշաններ կանվանեիք համքարային կանոններից:
- ▶ Ի՞նչ նպատակով էին մարդիկ իրենց զավակներին բերում համքարության: Որքանո՞վ գնահատված էր վարպետի մասնագիտությունը հասարակությունում:
- ▶ Ձեռնարկատիրական գործունեությունից բացի ի՞նչ գործառույթներ էին յուրացնում համքարները:
- ▶ Ի՞նչ դեր էր կատարում բարեգործությունը համքարության մեջ: Ձեր կարծիքով՝ ինչո՞ւ:
- ▶ Ինչո՞ւ էր ցարական իշխանությունը հակադրվում համքարության զարգացմանը:
- ▶ Ինչպե՞ս էր զարգացած մրցակցությունը համքարությունում:
- ▶ Ճակատագրական պահերին ի՞նչ վերաբերմունք էր համքարների և պետության միջև:
- ▶ Ինչպիսի՞ն է այդ վերաբերմունքը ձեռնարկատերերի և պետության միջև այսօր: Ի՞նչ դեր են կատարում ձեռնարկատերերն այսօր հասարակության, պետության կյանքում:

Համքարություն*

Արհեստագործության յուրաքանչյուր ճյուղ սեփական համքարությունն ուներ: Այս կազմակերպությանը անդամագրվել կարող էին բոլոր տեղական բնակիչ վարպետները՝ անկախ կոչումից և ազգային պատկանելությունից: Համքարությունն ուներ իր վարչությունը, այն ղեկավարում էր ուստաբաշին (վարպետների ղեկավարը՝ նախագահը), որն ընտրվում էր քվեարկությամբ: Բոլոր համքարություններն ունեին սեփական դրոշմ, որի վրա պատկերված էր ժապավեն (զինանշան, խորհրդանշան): Այդ ժապավենը ներկայացնում էր համքարության խորհրդանշանը:

Համքարությունն ուներ սեփական կանոնադրությունը, որտեղ խստորեն պահպանված էր գործընկերության սկզբունքը: Օրինակ՝ համքարության ոչ մի անդամ ձեռքը չէր մոտեցնի իր ընկերոջ կողմից սկսված գործին:

* Գոգիչաիշվիլի Փ., «Արհեստագործությունը Վրաստանում», Թբիլիսի, Թբիլիսիի պետական համալսարան, 1976 թ.



Համքարություն

– նախկինում արհեստավորների մասնագիտական կազմակերպություն:



1911. Тифли. Азиатский торговый базар. 1903.

Արհեստավորների համքարություն Թբիլիսիում: Ծնողների առաջին դիմումը՝ ուղղված վարպետին, այսպես էր սկսվում. «Ոսկորը՝ ինձ, միսը՝ քեզ, վարպետ, մեծացրու որդուս»:



Ենթավարպետ - աշակերտության երկրորդ աստիճան, որը «սանը» կրթվող-դաստիարակվողը, պետք է անցներ մինչև արհեստավորի որակավորում ստանալը:

I աստիճան՝ աշակերտություն (աշակերտություն)

Քաղաքի աղքատ բնակչությունը մեծ նշանակություն էր շնորհում արհեստին: Այդ պատճառով էր, որ նրանք իրենց երեխաներին փոքր տարիքից հանձնում էին աշակերտության որևէ վարպետի մոտ: Որպես աշակերտ հանձնելու տարիքը խստորեն չէր սահմանված, բայց սովորաբար աշակերտ հանձնելու տարիքը սկսվում էր 8-ից մինչև 10 տարեկան դառնալը և ավարտվում էր 13 տարեկան դեռահասների մոտ:

Թեև պետք է ասել նաև այն, որ աշակերտներ դառնում էին ոչ միայն նյութապես կարիքավոր, այլև հարուստ ընտանիքների զավակները: Հարուստ ծնողները շրջահայեցողություն էին դրսևորում և զավակին այն նպատակով էին հանձնում վարպետին, որ սովորած արհեստից կարողանար օգտվել կյանքի դժվար պահին դիմանալու համար:

Վարպետը իրեն հանձնված աշակերտին վարձ չէր վճարում: Վարպետը նրան միայն կերակրում էր և հաճախ նրա հագուստի մասին էր հոգում: Երբ աշակերտը արհեստը սովորում էր, նրան տարեկան աշխատավարձ էր նշանակվում: Աշակերտը իր արհեստին տիրապետում էր մոտավորապես 5-6 տարում, ինչը կախված էր նրա ընդունակությունից և արհեստի բարդությունից:

Այս գործում մեծ նշանակություն ուներ ազնվությունը: Վարպետները աշակերտի ազնվությունը փորձելու համար դիտավորյալ դուքանում դրամ էին գցում և հետո լուռ հետևում էին աշակերտի վարմունքին՝ դուքանը ավելի ժամանակ դրամը կյուրացնե՞ր, թե՞ վարպետին կտեղեկացներ գտած դրամի մասին:

II աստիճան՝ ենթավարպետություն

Ենթավարպետի անուն ստանալը գրեթե կատարվում էր պաշտոնականորեն. արհեստավորը որպես փորձագետ հրավիրում էր ուստաբաշուն, համքարության մի քանի անդամի, նրանք ստուգում էին աշակերտի ձեռքի աշխատանքը և համապատասխան եզրակացություն էին կայացնում: Եթե աշխատանքը գոհացուցիչ կլիներ, ենթավարպետին տրվում էր որակավորում: Միևնույն ոլորտի արհեստի ներկայացուցիչները հավաքվում էին արհեստանոցի մոտ, վերցնում էին դրոշակը և գումնայի նվազակցությամբ ուղղվում էին նախօրոք նշանակված որևէ պուրակ, որտեղ նրանց սպասում էր տոնական հյուրասիրություն:

Եթե ենթավարպետի աշխատանքը չէին հավանում, նա կրկին աշակերտ էր մնում մինչև իր գործը ավելի լավ կատարել էր սովորում:

Ենթավարպետը աշակերտից տարբերվում էր նաև նրանով, որ նա իր ուզած վարպետի մոտ աշխատելու իրավունք ուներ: Իսկ աշակերտը այն արհեստավորի մոտ պետք է մնար, ում մոտ նրան հանձնել

Էին ծնողները: Ենթավարպետը սահմանափակ էր մի բանում, նա չէր կարող արհեստավորի դուքանից դուրս անկախ աշխատել կամ առանց վարպետին հարցնելու պատվերներ ընդունել: Այն բանից հետո, երբ արհեստավորը կդառնար լիարժեք վարպետ, նա նույնպես այդպես էր վերաբերվում իր ենթականերին, աշկերտներին և ենթավարպետներին:

III աստիճան՝ արհեստագործություն

Երիտասարդ ենթավարպետին արհեստավոր «ձեռնադրելու» համար հրավիրում էին քահանայի, որը օրհնությունից առաջ արհեստավորին խելացի խորհուրդներ էր տալիս, իսկ ուստաբաշին երեք անգամ ապտակ էր հասցնում (դա նման էր արհեստավորին ատեստատ՝ վկայական տալուն):

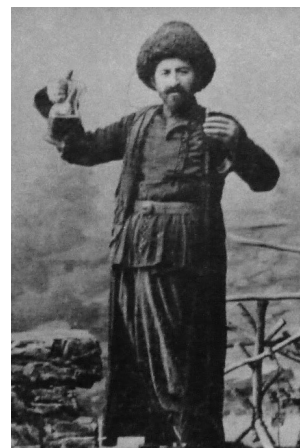
Դրանից հետո նստում էին սեղանի շուրջ և տեղի էր ունենում խնջույք: Համքարների տոնին մատաղ էին անում և պատրաստում էին շիլափլավ ճաշատեսակը, որը բաժանում էին աղքատ-կարիքավորներին և բանտարկյալներին:

Համքարության անդամները միշտ հոգատարությամբ էին վերաբերվում որբացած ընտանիքներին: Որբևայրուն ամեն օր ուղարկում էին խորագի՝ կերակուր և ոչ ոք չգիտեր, թե ով էր ուղարկողը:

Համքարությունը դարաչոխելիների պաշտամունքն էր: Ղարաչոխելին խիզախ, արդարամիտ, պատվավոր, ասպետական տեսքով, արտաքնապես վայելչակազմ անձնավորություն է, աջակցող և հաղթանդամ:

Երկրում ձեռնարկատերերի մեծամասնությունը ներկայացնում էին փոքր ձեռնարկությունները: Թբիլիսիում դեռևս 1850-ական թվականներին տարբեր համքարային արհեստավորների քանակը 40-ից անցնում էր: Այդ թվում հատկանշական էին արծաթագործությունը և ոսկերչությունը, գինագործությունը, փականագործությունը, աղամանագործությունը, գլխարկագործությունը (ասիական և եվրոպական), ջուլիակությունը, մանածագործությունը, դերձակությունը, կոշկակարությունը, ծխախոտագործությունը, հացթուխությունը, կավագործությունը, գինեգործությունը և այլն:

Վրաց արքաները հաճախ համքարներին դիմում էին որպես պայքարող ուժի, հատկապես այն ժամանակ, երբ գործը վերաբերում էր Թբիլիսիի պաշտպանությանը. «Համքարությունը վրացի թագավորների ժամանակ ներկայացնում էր տեղական կայազորը, որը Թբիլիսը պաշտպանում էր թշնամու հարձակումներից: Դեռևս 1803 թվականին, Գյանջայի բերդի գրավման ժամանակ վրացական զորքի հետ միասին Թբիլիսի համքարները մասնակցում էին քաղաքի պաշտպանությանը, 1826 թվականին համքարները ոչ շարային զինվորների հետ միասին պահակություն էին անում Նավթուղի հոսայտային, իսկ 1854 թվականին, գեներալ Ռեադի կողմից օսմանացիների հետ պատերազմի ժամանակ այլ քաղաքացիների հետ միասին գորակոչված էին նաև Թբիլիսի համքարները, և այդ



Ղարաչոխելի

Միխեիլ Վորոնցով

– 1844 թվականից մինչև 1854 թվականը Ռուսաստանի փոխարքան էր Կովկասում: Կառավարության ժամանակ ծառայում էր Կովկասի գաղութացման և կայսրության հետ լրիվ միաձուլելու գործին, ինչը կատարում էր ճկունորեն, առավելապես մշակութային միջոցառումներով: Համոզված էր, որ հարաբերությունները ավելի հեշտությամբ և հուսալիորեն ամրապնդվում են հենվելով մշակույթի և կրթության վրա, քան թե սվիններով:

Նրանք մեզ չեն անհանգստացնում, նրանք օգնում են իրենց անդամներին: Կարող է համբարությունն ունենա իր բացասական կողմերը, բայց որևէ փոփոխություն մտցնել այն հաստատությունում, որը դարեր շարունակ գոյություն ունի, դեռևս վաղ է, նրանց կարգերում, նրանց սովորություններում այնքան լավ կողմեր կան, որ այդ բարությունը գերազանցում է նրանց թերություններին:

Վորոնցով

ժողովուրդը ամբողջովին զինված միակամորեն ներկայացավ»...

Ցարական Ռուսաստանը դեմ էր համբարության ինստիտուտին: Նրանք համբարությունում տեսնում էին միավորված մանր առևտուր, որը օգտվում էր միատեսակ միապետական իրավունքներից: 1849 թվականին նահանգապետական վարչություն մտցվեց դիմում համբարության վերացման մասին, սակայն **Միխեիլ Վորոնցովը**, որը հանախ տեղական սովորությունների, ավանդույթների պաշտպանություն էր դրսևորում, չցանկացավ այդ հնագույն կազմակերպությունը միանգամից վերացնել:

Համբարության ինստիտուտը երկար տարիներ շարունակում էր գոյություն ունենալ, թեև, ինչ խոսք, ժամանակի հետ միասին ենթարկվում էր փոփոխությունների և աստիճանաբար կորցնում էր նախնական տեսքը: Վերջում, կառավարության որոշմամբ, բոլոր ճյուղերի համբարությունները, այսինքն՝ արհեստակցական կազմակերպությունները միավորեցին և քաղաքի արհեստակցական վարչությունում միասին տեղավորեցին, որտեղ երկար ժամանակ իշխում էին համբարային կանոն-սովորությունները և ավանդույթները:

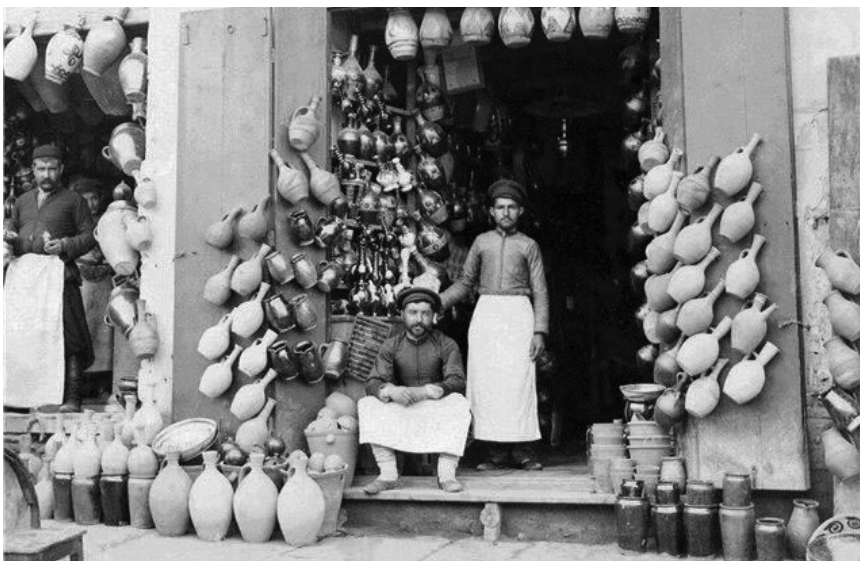
Ենթավարպետների մեծամասնությունը ձգտում էր անկախ ձեռնարկատեր լինել, այսպես կոչված, սեփական արհեստանոցը բացել, բայց նրանց ջանքերը պարտությամբ էին ավարտվում: Թեև արհեստագործությունը կադրեր պատրաստեց խոշոր արտադրության զարգացման համար, բայց խոշոր արտադրությունը այնքան զարգացած չէր, որպեսզի օգտագործեր այդ աշխատանքային ուժը:

Այդպիսով՝ համբարության արհեստավորների միայն փոքր մասն էր հետևում փոքր ձեռնարկատիրությանը: Հետզհետե փլուզվում էին համբարային կորպորացիաները՝ միավորումները: 1860-ական թվականներից Ռուսաստանում սկսվեց շարժում արհեստավորների համբարային միավորումների դեմ: Դրանք կա՛մ պետք է վերափոխվեին ազատ ընկերությունների, կա՛մ ընդհանրապես վերացվեին:

1867 թվականի ապրիլի 5-ի դրույթին համապատասխան, Թբիլիսիում ստեղծվեց արհեստավորների վարչություն: Այն հենվում էր «Տիտղոսական վարչության ձեռնարկումների վրա»: Վարչությունը քննարկում էր արհեստավորների միջև առաջացած վիճելի հարցերը, ինչպես նաև արհեստավորների դեմ «քաղաքացի բնակիչներից» (այսպես կոչված, պատվիրատուներից) հարուցած բողոքը «աշխատանքը փչացնելու և պատվերը տրված ժամկետում չկատարելու համար»: Վարչությունը մեղավորին տուգանում էր և վնասը վճարել էր տալիս:

Արհեստավորների ընդհանուր վարչությունը հոգում էր արհեստագործական արտադրության որակի ցուցանիշները բարելավելու մասին, որպեսզի ամրապնդեր արհեստավորների բարեկեցությունը: Բայց որքան ժամանակը անցնում էր, այդ հոգատարությունը ավելի դժվար հաղթահարելի պատճենների էր հանդիպում:

Թբիլիսիի արհեստավորների ղեկավարությունը 1913 թվականի հաշվետվությունում գրում էր, որ Թբիլիսիի բնակչության համար անհրաժեշտ «արհեստավորական աշխատանքների մեծամասնությունը Թբիլիսիում ներմուծվում է Ռուսաստանի տարբեր քաղաքներից և արտասահմանից» [Գուգուշվիլի Պ., 1961, էջ 35]: Դա առաջ էր բերում թբիլիսեցի արհեստավորների աշխատանքների ծավալի կրճատում, ինչը բացասաբար էր ազդում նրանց տնտեսական բարեկեցության վրա: Այդպիսի թախծալի երևույթը պետք է բացատրվի նրանով, որ արհեստավորները բոլորովին չէին հոգում իրենց գիտելիքների և արհեստավարժության մակարդակի բարձրացման մասին:



Հինթբիլիսյան արհեստանոց՝ համքարություն

Բիզնեսի միջավայր ստեղծում են պետությունը, մասնավոր և հասարակական կազմակերպությունները: Բիզնեսի ցանկացած ձևի մեկնարկը սահմանված է պետական օրենսդրությամբ:

Ձեռնարկատիրության իրավական բազա



- Վրաստանի Սահմանադրություն
- Օրենք «Ձեռնարկատիրության մասին»
- Հարկային օրենսդրություն

Օրենք «Ձեռնարկատիրության մասին»

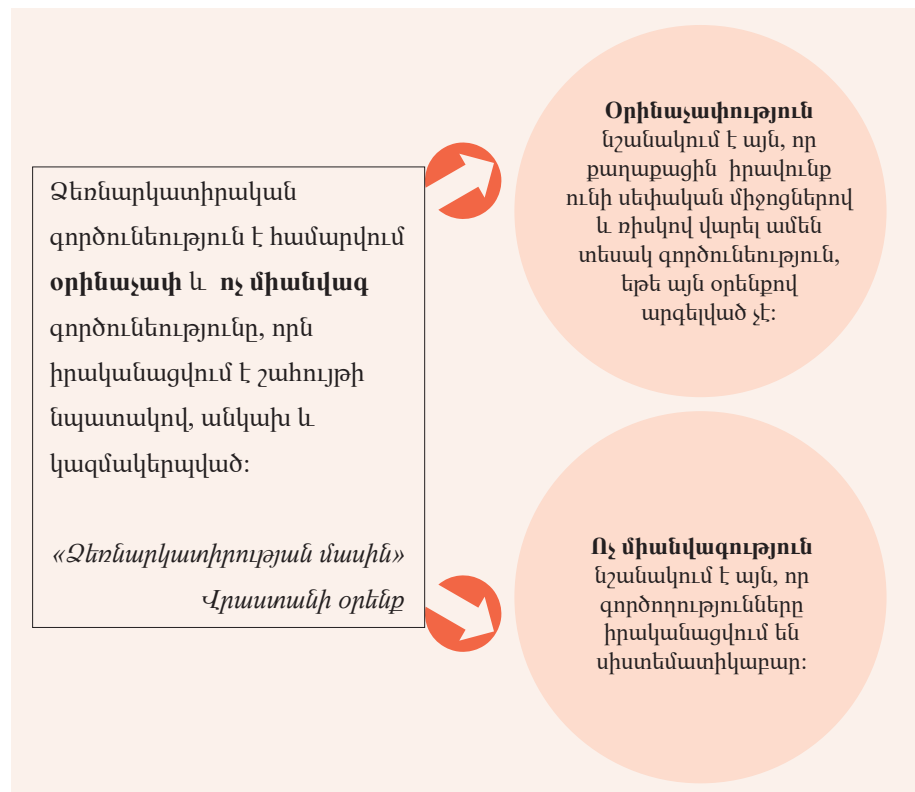
Բիզնես սկսելու նախապայմաններից մեկը բիզնեսի գրանցումն է: Վրաստանում ձեռնարկատիրական գործունեությունը կարգավորում է «Ձեռնարկատիրության մասին» օրենքը: Գործարարը պետք է հարմարվի «Ձեռնարկատիրության մասին» Վրաստանի օրենքով նախատեսված իրավական ձևերից մեկին: Ունենա օրենսդրությամբ սահմանված կառավարման մարմիններ և, որ գլխավորն է, գրանցված լինի համապատասխան ռեեստրում:



Ֆիզիկական անձ –
առանձին անձը՝ որպես
քաղաքացիական
իրավական սուբյեկտ:



Իրավաբանական անձ
- որոշված նպատակին
հասնելու համար
ստեղծված, սեփական
գույք
ունեցող
կազմակերպված
գոյացում, որն իր
գույքով ստանձնում
է պատասխանա-
տվություն և
սեփական անունով
ձեռք է բերում
իրավունքներ ու
պարտականու-
թյուններ, կնքում է
գործարքներ և
կարող է դատարանում
հանդես գալ որպես
հայցվոր կամ
պատասխանող:
Մասնավոր
իրավունքի
իրավաբանական
անձը կարող է
իրականացնել
ցանկացած
գործունեություն, որը
օրենքով արգելված չէ:



Ձեռնարկատիրական գործունեություն իրականացնելու իրավունք ունի ինչպես **ֆիզիկական**, այնպես էլ **իրավաբանական** անձը:



**Ի՞նչ տարբերություն կա ֆիզիկական անձի և
իրավաբանական անձի միջև:**

Ֆիզիկական անձ և իրավաբանական անձ հասկացությունը դեռևս Հռոմի իրավունքի մեջ դարձավ ակտուալ: Տնտեսական ակտիվությունների զարգացումը դեռ վաղուց առաջացրեց դրա անհրաժեշտությունը: Եթե պարզ ասենք, ֆիզիկական անձը միշտ մի անձնավորություն է, որն ունի անկախ որոշում ընդունելու և այլ սուբյեկտի՝ ինչպես ֆիզիկական, այնպես էլ իրավաբանական անձի հետ իրավաբանական

հարաբերության մեջ մտնելու ունակություն: Ֆիզիկական անձանց օրինակներ են տաքսիի պրոֆեսիոնալ վարորդը, ուսուցիչը, բժիշկը կամ խանութի սեփականատերը:

Իրավաբանական անձի առկայության համար, վրացական օրենսդրության համաձայն, անհրաժեշտ է դրա գրանցումը Հանրային ռեեստրի Ազգային գործակալությունում, որից հետո նրան շնորհվում է համապատասխան նույնականացման կոդ և անուն, ինչը նրա նույնականացման մասին տեղեկատվությունն է: Իրավաբանական անձանց օրինակներ են կոմերցիոն ընկերությունը, ոչ կառավարական կազմակերպությունը կամ կապիտալի ներդրման ընկերությունը:

Ֆիրմաները միմյանցից տարբերվում են: Դրանք տարբեր ապրանքներ և ծառայություններ են մատուցում և ընտրում են գործունեությունը կազմակերպելու տարբեր ձևեր:

Պատկերացրեք, որ դուք լավ գաղափար ունեք և ցանկանում եք ձեռնարկել ձեր սեփական գործը: Պետք է մտածեք՝ մենակ կկարողանա՞ք գործը զլխավորել, թե՞ գործընկեր է հարկավոր: Դրա հետ միասին պետք է ընտրեք ձեռնարկատիրական գործունեության իրականացման իրավական ձև:

Անհատ ձեռնարկատերը ֆիզիկական անձ է: Մնացած բոլոր իրավական ձևերի շրջանակներում անձնավորությունը իրավաբանական անձ է:



Վրաստանում «Ձեռնարկատիրության մասին» օրենքի համաձայն գոյություն ունեն ձեռնարկատիրության հետևյալ իրավական ձևերը.

Սոլիդար պատասխանատվության ընկերություն

Ընկերություն, որում մի քանի անձ միասնաբար, միասնական ֆիրմային անունով վարում են ձեռնարկատիրական գործունեությունը և ընկերության պարտականությունների համար վարկատուների առջև պատասխանատվություն են կրում որպես սոլիդար պարտատերեր՝ ողջ իրենց գույքով ուղղակիորեն և անմիջականորեն:

Սահմանափակ պատասխանատվության ընկերություն (ՍՊԸ)

Ընկերություն, որը պատասխանատվություն է կրում վարկատուների առջև ամբողջ իր գույքով, իսկ գործընկերոջ պատասխանատվությունը սահմանափակվում է կանոնադրական կապիտալում նրա բաժնին համապատասխան:

Համատիրություն (կոոպերատիվ)

Անդամների աշխատանքային գործունեության վրա հիմնված կամ անդամների տնտեսության զարգացման և եկամուտների մեծացման նպատակով ստեղծված ընկերություն, որի խնդիրն է իր անդամների շահերի բավարարումը: Համատիրության համար շահույթ ստանալը առաջնահերթություն չէ:

Անհատ ձեռնարկատեր (միանձնյա սեփականատեր)

Ձեռնարկատիրության այնպիսի ձև, որին տիրապետում է մեկ անձնավորություն կամ ընտանիք և որը ֆիրմայի պարտականությունների մասին պատասխանատվություն է կրում անձամբ, ամբողջ իր գույքով: Նա գործարար հարաբերություններում հանդես է գալիս որպես ֆիզիկական անձ:

Կոմանդիտային ընկերություն

Ընկերություն, որտեղ մի քանի անձինք ձեռնարկատիրական գործունեությամբ են զբաղվում մեկ ապրանքանիշի ներքո: Կոմանդիտային ընկերությունը բաղկացած է սահմանափակ և լրիվ գործընկերներից:

- ▶ Սահմանափակ գործընկերները ընկերության վարկատուների առջև պատասխանատվություն են կրում սահմանված երաշխավորական գումարով:
- ▶ Լրիվ գործընկերները ընկերության վարկատուների առջև պատասխանատվություն են կրում ինչպես համերաշխ պարտատերեր՝ ամբողջ իրենց գույքով ուղղակիորեն և անմիջականորեն:

Բաժնետիրական ընկերություն/ կորպորացիա

Իրավաբանական անձ, որն ունի բաժնետոմսերի բաժանված կանոնադրական կապիտալ: Կանոնադրական կապիտալի նվազագույն անվանական արժողությունը սահմանվում է օրենսդրությամբ:

Ձեռնարկատիրական գործունեություն իրականացնող սուբյեկտներ

Ձեռնարկատեր ֆիզիկական անձ

Անհատ ձեռնարկատեր

Ձեռնարկատեր իրավաբանական անձ

Սուլիդար
պատասխանատվության
ընկերություն

Կոմանդիտային ընկերություն

Սահմանափակ
պատասխանատվության
ընկերություն (ՍՊԸ)

Բաժնետիրական ընկերություն/
կորպորացիա

Անհատ ձեռնարկատեր

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Հալալան ազգությամբ ադրբեջանցի Վրաստանի քաղաքացի է: Նա ուսանողուհի է: Շատ մտածելուց հետո որոշեց սեփական գործ սկսել և ծագեց նաև գաղափար՝ ադրբեջանական քաղցրավենիք պատրաստել, փոքր վաճառասեղան վարձակալել և վաճառել:

Ադջիկը նախ և առաջ Հանրային ռեստորում գրանցեց իր բիզնեսը և այն «Հալալա» անվանեց: Խորհրդատուն նրան խորհուրդ տվեց գրանցվել որպես անհատ ձեռնարկատեր: Իսկ բացատրությունն այսպիսին էր. 1 կամ 2 մարդ կլինի աշխատանքով զբաղված, արտադրությունը և եկամուտն էլ փոքր կլինի: Այդպես դարձավ ուսանողուհի Հալալան անհատ ձեռնարկատեր:

Անհատ ձեռնարկատերը ստանձնում է **անսահմանափակ պատասխանատվություն**, ինչը նշանակում է, որ նա պատասխանատվություն չի կրում իր գույքով: Օրինակ, եթե Հալալան շահույթ չկարողանա ստանալ և վնասով ավարտվի նրա գործունեությունը, Հալալայի ունեցած գույքին (տուն, կավաձք, աշխատատեղ և այլն) ոչ ոք չի կաշի:



**Անսահմանափակ
պատասխանատվու-
թյունը** ենթադրում
է ամբողջությամբ,
ամբողջ իր գույքով
ուղղակի
պատասխանա-
տվություն
վարկատուների
(պարտատերերի) առջև
առաջացած պարտակա-
նությունները (պարտքը)
մարելու համար:

Սահմանափակ պատասխանատվության ընկերություն

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2



Ալեքսանդրը փոքր պարենային խանութի սեփականատեր է: Նա ամեն օր ապրանք է գնում և փոխադրման համար բեռնատար մեքենա է վարձակալում: Խանութի համար անհրաժեշտ սարքավորանքը նույնպես ինքը ձեռք բերեց: Նրա խանութում 1 բանվոր և 2 վաճառող է զբաղված: Ալեքսանդրը խանութը անկախ է վարում, ծախսերն ինքն է ծածկում, այդ պատճառով էլ շահույթը միայն ինքն է ստանում:

Ալեքսանդրը պարենային խանութը բանկից վերցված վարկի օգնությամբ բացեց: Այն հանգամանքն է հուսադրում, որ եթե ամեն ինչ լավ դասավորվի, պարտքը երկու տարում կմարի: Հակառակ դեպքում ստիպված կլինի պարտքը վերադարձնելու համար անձնական գույքով պատասխանատվություն կրել:

ՄՊԸ կարելի է մեկ կամ մի քանի ֆիզիկական կամ իրավաբանական անձի հետ միասին հիմնել: Սահմանափակ պատասխանատվության ընկերության կանոնադրական կապիտալը պետք է ներկայացնի առնվազն 200 լարի:

Ընկերության բարձրագույն մարմինը գործընկերների ժողովն է, որը կարող է դիտորդական խորհուրդ ստեղծել: Ընկերությունը անմիջականորեն ղեկավարում է ձայների մեծամասնությամբ ընտրված տնօրենը կամ տնօրենները: Տնօրեն կարող է լինել մեկ անձ, մի քանի գործընկեր կամ աշխատանքային պայմանագրով վարձակալված անձ:



ՄՊԸ-ն աշխարհում ձեռնարկատիրական ընկերության ամենատարածված ձևերից մեկն է, որի առաջացման հիմքում դրվեց երկու պատճառ: Առաջին՝ դրա ստեղծման ընթացակարգը անհամեմատ հեշտ էր, քան բաժնետիրական ընկերությանը, և երկրորդ՝ նրանք ունեն կանոնադրական կապիտալ, որով սահմանափակվում է ընկերության՝ վարկատուների առջև պատասխանատվությունը: Գլխավորապես այս երկրորդ պատճառը դարձավ

սահմանափակ պատասխանատվության ընկերություն ստեղծելու հիմքը, քանի որ հիմնադիրները հաճախ խուսափում են իրենց անձնական գույքով պատասխանատվությունից:

ԲԱԺՆԵՏԻՐԱԿԱՆ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

Վերջին ժամանակաշրջանում «Էլլիս» ընկերության արտադրանքը շուկայում ավելի ու ավելի հանրահայտ է դառնում: Ընկերության բաժնետոմսերը ձեռք բերելու ցանկություն արդեն ավելի շատ մարդկանց մոտ հայտնվեց, քանի որ շահույթը ավելի ու ավելի է մեծանում:

Բաժնետիրական ընկերության կանոնադրական կապիտալը բաժանված է բաժնետոմսերի: Նվազագույն կանոնադրական կապիտալը 15000 լարի է: Այն կարող է մեծանալ նոր բաժնետոմսերի թողարկմամբ: Բաժնետերն ունի ընկերության գործունեության մասին տեղեկատվություն ստանալու և իր պահանջները առաջադրելու իրավունք: Ընկերության կառավարման բարձրագույն մարմինն է բաժնետերերի ընդհանուր ժողովը: Նա նշանակում է դիտորդական խորհուրդ, որն իր հերթին նշանակում է տնօրինություն:



Սոլիդար պատասխանատվության ընկերություն

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 4

Հինգ ընկեր որոշեցին գովազդային ֆիրմա բացել: Ֆիրմայի հիմնադրման համար հինգը միասին որոշակի գումարը իրար միջև բաշխեցին: Ամենաշատը՝ առաջին, իսկ ամենաքիչը՝ երկրորդ ընկերը մտցրեց:

Պայմանագրի հիման վրա որոշվեց, որ հիմնադիրները շահույթի մասը կստանան մտցրած գումարի համաձայն:

Սոլիդար պատասխանատվության ընկերությունը ղեկավարելու իրավասություն չնորհվում է բոլոր գործընկերներին, թեև կանոնադրությամբ այլ պայմաններ նույնպես կարելի է նկատի ունենալ: Բոլոր հարցերը, բացի սովորական ձեռնարկատիրական գործունեությունից, քննարկվում են ընդհանուր ժողովում:

Եթե կանոնադրությունը մեկ գործընկերոջը դիտարկում է որպես ղեկավար դեմք, ապա մնացած գործընկերներն ունեն ընկերության ֆինանսական գործունեությունը վերահսկելու իրավունք: Ընկերության շահույթ-վնասը հաշվարկվում է տարեվերջին և դրանում որոշվում է յուրաքանչյուր գործընկերոջ բաժինը:



Կոմանդիտային ընկերություն

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 5



Տասը հարևան (ֆիզիկական անձանց տեսքով) Կախեթի տարածաշրջանի գյուղի արգասաբեր հողերի միավորմամբ ստեղծեցին կոմանդիտային ընկերություն: Ընկերությունը պլանավորում է ընդգրկվել արևածաղկի յուղի արտադրության բիզնեսում: Միացավ նաև գյուղատնտեսական տեխնիկայի սեփականատեր իրավաբանական անձ «Մկալավի» ընկերությունը: Կոմանդիտային ֆիրման անվանեցին «Մզեսումգիրա +»:

- Ֆիզիկական անձանց պատասխանատվությունը վարկատուների առջև սահմանափակվում է երաշխավորական գումարի վճարմամբ, իսկ «Մկալավի»-ի պատասխանատվությունը անսահմանափակ է:

Կոմանդիտային ընկերությունը կառավարելու համար գործադրվում են սովորար պատասխանատվության կառավարման ընդհանուր կանոնները, ինչպես նաև շահույթ-վնասը բաշխվում է համանման սկզբունքով:

Համատիրություն

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 6

- Մանանան Աճարայի բարձրալեռ գյուղերից է: Նա դասավանդում է աշխարհագրություն: Նա հաճախ անասուններին տանում էր արոտավայրեր, որտեղ միանգամայն պատահաբար ծանոթացավ մի մեղվաբույծի հետ: Մանանան օգնում էր նրան տարբեր գործերում: Երախտագետ մեղվաբույծը 5 փեթակի հիմք նվիրեց: Մանանան ձեռք բերեց ևս մի քանի փեթակ և մասնակցեց դրամաշնորհային նախագծերից մեկին, որտեղ ֆինանսավորում էին համատիրություններին: Մանանան հավաքեց իր շուրջը



բնակվող կանանց և միասնաբար հիմնեցին մեղվաբուծության համատիրություն: Նրանք գործում էին միասնաբար ինչպես ֆիզիկապես, այնպես էլ միմյանց օգնում էին արտադրանքի իրացման գործում: Մեղվաբուծության համատիրությունը այսօր էլ հաջողությամբ գործում է:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Բաժանվեք 4 խմբի, բաշխե՛ք իրավիճակները դրանց բովանդակության, բիզնեսի կազմակերպչական ձևերի մասին տրված տեղեկատվության (տես՝ էջ 58) և ձեր երևակայության հիման վրա, նկատի առնելով ստորև տրված հարցերը պատրաստեք շնորհանդես:

- ▶ Ձեռնարկատիրության ո՞ր իրավական ձևն է ձեր կողմից ընտրված իրավիճակում:
- ▶ Ձեր կարծիքով, բիզնեսի ընտրված ձևը որքանո՞վ մատչելի է այդպիսի գործունեության համար: Ինչո՞ւ:
- ▶ Հստակեցրե՛ք բիզնեսի այդ ձևի ուժեղ և թույլ կողմերը:
- ▶ Ի՞նչ խորհուրդներ կուղղեք հիմնադիրներին նրանց ռիսկերը կրճատելու համար:
- ▶ Ինչպե՞ս պետք է գործեն հիմնադիրները, որպեսզի պարզերես կատարեն օրենսդրական նորմերը, որոնք պետությունը սահմանել է նրանց համար:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Աննան երեխա ժամանակից կարողանում էր շուղերով գործել: Գործում էր գլխարկներ, ձեռնոցներ, սեղանի սփռոցներ և այլն: Թեև միայն ընկերների և հարազատների խնդրանքով էր դա կատարում: Նա գիտա-հետազոտական ինստիտուտում էր աշխատում, բայց մի քանի տարուց հետո կրճատման ենթարկվեց և առանց միջոցների մնաց:

Աննան որոշեց շուղերով գործելը օգտագործել բիզնեսի համար: Նա անհատական «Ձիգզագ» ձեռնարկությունը հիմնադրեց և սկսեց գործել արտադրանք՝ վաճառքի համար: Աննային իր աշխատանքը դուր է գալիս, իր ժամանակը ինքն է տնօրինում, տանը տարեց մայր ունի և նրան նույնպես կարողանում է խնամել:

Աննայի գործած արտադրանքը լավ է վաճառվում և դրա պահանջարկն այնքան մեծ է, որ անհրաժեշտ է մի քանի գործողների վարձել: Բայց այս դեպքում հարկ կլինի լրացուցիչ վարկ վերցնել, որի դիմաց տունը պետք է գրավ դրվի: Իսկ դա մեծ ռիսկերի հետ է կապված, քանի որ գործած արտադրանքը այնուամենայնիվ սեզոնային





Դիվիդենդ՝

շահաբաժին

- բաժնետիրոջ եկամուտը, որը նա ստանում է կորպորացիայի շահույթից:



Է: Այս պատճառով Աննան դեռևս չի մտածում արտադրության ընդարձակման մասին և սահմանափակվում է արտադրանքի փոքր ծավալով:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Երեք ընկերներ՝ Գիորգին, Նինոն և Թեոնան որոշեցին ինտերնետ-սրճարան բացել: Ֆիրմայի հիմնադրման համար երեքն էլ որոշակի գումար ներդրեցին: Բոլորից ավելի դրամ Գիորգին մտցրեց, իսկ ամենապակասը՝ Նինոն:

Պայմանագրի հիման վրա որոշվեց, որ հիմնադիրները շահույթից բաժին կստանան մտցրած գումարի համաձայն: Թեոնային հանձնարարվեց դիտորդի պարտականությունը և սպառողների հետ հարաբերությունը, Նինոյին՝ մուտքագրված գումարը ստանալը և օրվա վերջին հաշվապահական փաստաթղթերը կարգավորելը, Գիորգին՝ ցանցի վարչարարությունը (կառավարումը):

Ընկերները աշխատում էին համերաշխ, թեև երբեմն այս կամ այն հարցի շուրջ նաև վիճաբանում էին: Դա հիմնականում Գիորգիից էր սկսվում: Երեկ նա հայտարարեց, որ առավել լուրջ և պատասխանատու աշխատանք է կատարում, ինչի համար ուրիշ տեղ ավելի լավ վարձատրություն կստանար: Իսկ այստեղ փաստորեն անվճար է աշխատում և կորցնում է բարձր եկամուտ ստանալու հնարավորությունը: Նա ընկերներից առաջարկեց նոր աշխատակից վարձել:



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

«Էկոպրոդյուստ» ընկերությունը նոր հնարավորություններ է դրսևորում: Նրա արտադրանքը շուկայում ավելի ու ավելի հանրահայտ է դառնում: Ընկերության բաժնետոմսեր ձեռք բերելու ցանկությունը վերջին ժամանակաշրջանում շատերի մոտ հայտնվեց, քանզի շահույթը ավելի ու ավելի մեծանում է:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 4

«Դեկա» համատիրությունը ստեղծվեց 5 անձի կազմով: Դրանում հիմնականում միավորվեցին հարազատներ: Սկսեցին ջերմոցային բիզնես, սկզբում անեցնում էին բանջարեղեն, կանաչեղեն և ծաղիկներ, հետո անեցրին ելակ: Համատիրության անդամները որոշեցին ընդարձակել ելակի արտադրությունը: Այդ նպատակով նրանք օգտվեցին դրամաշնորհային հնարավորությունից և ներկայացրին բիզնես պլան հավելյալ մակերեսի վրա ժամանակակից տեխնոլոգիայի

ռոռգման-վնասագերծման և ջեռուցման համակարգով, օդափոխիչ սարքավորանքներով և սառնարանային պահեստով ջերմոցային տնտեսություն սարքավորելու համար:

Համատիրության գլխավոր առավելությունը կայանում է նրանում, որ համատիրության անդամները ընդունում են միասնական որոշումներ, նրա աշխատանքում բոլորը ընդգրկված են հավասարաչափ ինչպես ֆիզիկապես, այնպես էլ փաստաթղթերի, վնասագերծման և այլ հարցերի կարգավորման տեսանկյունից:



ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ի՞նչ եք կարծում, դեղագործական բիզնեսում բիզնեսի կազմակերպման համանման ձև կիրառվե՞լ է, թե՞ ոչ: Բերե՛ք օրինակ:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Ի՞նչ է ՍՊԸ-ն և ո՞վ է անհատ ձեռնարկատերը. <https://bit.ly/3Y9pWuu>
- ▶ Ո՞վ է բոլորից շատ արտադրում. <https://bit.ly/3RpGJaC>
- ▶ ՍՊԸ, թե՞ անհատ ձեռնարկատեր. <https://bit.ly/3DTZtJZ>
- ▶ Եկամտի աղբյուր – ձեռնարկատիրական գործունեություն. <https://bit.ly/3DxdpJy>

5. ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ ԳՐԱՆՑՈՒՄ

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացե՛ք ստորև գետեղված պատմությանը «Ջիզբեյքեր»-ի մասին և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ե՞րբ սկսեց այլուժեի հերոսը մտածել ձեռնարկատիրության, բիզնեսի մասին:
- ▶ Սկզբում ի՞նչ գաղափարներ ուներ աղջիկը:
- ▶ Ի՞նչ հարցում էր նրան օգնում իրավաբանական կրթությունը:
- ▶ Նրա՞ որպես ձեռնարկատեր ձևավորման գործում ի՞նչ դեր խաղաց խնայողություն կատարելու սովորությունը:
- ▶ Աղջիկը առաջին հերթին ո՞ր բիզնես գաղափարի մասին մտածեց և ի՞նչ պլանավորեց:
- ▶ Ի՞նչը խանգարեց առաջին երազանքը իրականացնելու հարցում:
- ▶ Նման գաղափարը ինչպե՞ս դարձավ հանրահայտ մեր երկրում:
- ▶ Ձեր կարծիքով, աջակցության դեպքում հաջողությամբ կգարգանա՞ր այլուժեի հերոսի առաջին բիզնես գաղափարը:
- ▶ Ո՞րն էր աղջկա համար իր երազանքի գաղափարն իրականացնելու առաջին քայլը:
- ▶ Ինչպե՞ս Վեկոն դրամ ձեռք բերեց բիզնես սկսելու համար:
- ▶ Ի՞նչ դեր ունեցավ հարազատների քննադատությունը բիզնես ռիսկը սեփական անձի վրա վերցնելու հարցում:
- ▶ Ինչպե՞ս իրականացրեց Վեկոն երեխա ժամանակից չիզբեյքերի հրուշակեղենի խանութ ստեղծելու երազանքը:
- ▶ Գրանցվելու համար բիզնեսի ո՞ր ձևը ընտրեցին գործընկերները: Ձեր կարծիքով՝ ինչո՞ւ:
- ▶ Ի՞նչ հետազոտություն անցկացրեց նա: Գաղափարը իրականացնելու համար ո՞ր գործընկերոջը գտավ:
- ▶ Սկզբում ո՞վ էր կատարում ցրիչի դերը: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ինչո՞ւ գործընկերները որոշեցին աշխատել առցանց հայեցակարգով:
- ▶ Ի՞նչն էր ձեռնարկատերերի գլխավոր խնդիրը:
- ▶ Ինչպիսի՞ ազդեցություն գործեց քովիդ համաճարակը Վեկոյի բիզնեսի և ընդհանրապես՝ բիզնեսների վրա:
- ▶ Որտե՞ղ սկսեցին աղջիկները չիզբեյքերներ արտադրել:
- ▶ Ինչպե՞ս ընկերները մեծացրին առևտուրը (ի՞նչ սեզոններ յուրացրին):
- ▶ Ներկայումս ի՞նչ մարտահրավերներ ունի «չիզբեյքերը»:
- ▶ Ինչպե՞ս կրնոթագրեք Վեկոյի ձեռնարկատիրական հատկությունները: Նրա գործընկերների հատկանիշները:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ գործոնների պատճառով «չիզբեյքերի» արտադրությունը ձեռք բերեց հաջողություն մինչև համաճարակը, համաճարակի ժամանակ և համաճարակից հետո:

«Չիզբեյքեր»

Ես Վեկոն եմ: Ձեռնարկատիրություն բառը մանկությունից լսել եմ մեր ընտանիքում մորիցս: Հայրս նույնպես ընդգրկված էր բիզնեսում: Երկուսն էլ հաճախ էին կրկնում, որ իմ սովորություն-ունակությունները և բնավորությունը շատ կօգնեն և օգտակար կլինեն հաջողակ ձեռնարկատեր ձևավորվելու գործում: 5 տարեկան հասակում արդեն ունեի իմ վանդակավոր տետրը գրառումների համար, որը կոչվում էր «բանկ» և հավաքում էի ծննդյան օրերին և Նոր տարվան ընտանիքի անդամների նվիրած դրամը: Այնուհետև իմ քույրը և ես համատեղ «ներդրումներ» էինք կատարում մեր «բանկի» խնայողություններից ցանկալի իրերի համար: Դա իմ մեջ մշակեց խնայողություն կատարելու սովորություն և զգացնել տվեց սեփական դրամն ունենալու հարմարավետությունը:



Հետագայում արդեն իմ ուղեղում սկսեցին ծնվել տարբեր գաղափարներ: Դեռևս 2006 թվականին, երբ շուկայում գոյություն չուներ, այսպես կոչված, «takeaway» (դուրս բերելու) սուրճ և դեսերտ, քաղցրավենիք, այն ժամանակ իմ ոչ այնքան էլ կատարելագործված համակարգչում ստեղծեցի ընկերության լոգոն, մտածեցի անունը, նկարեցի բաժակներ իրենց դիզայնով և մտածեցի նաև տեղը, որտեղ պետք է բացեի առաջին խանութը, թեև իմ շրջապատում ոչ ոք չէր հավատում, որ այդ բիզնեսը հաջողության կհասնի: Իսկ սեփական կապիտալը ոչ էլ այնպես շատ էր (այն ժամանակ 15 տարեկան էի): Տարիներ հետո նման բիզնեսը սկսեց հաջողությամբ գործել Վրաստանում և այժմ արդեն երկրի սահմաններից դուրս հանդիպում են վրացական բրենդներ, ինչը շատ է ուրախացնում:

Չնայած իրավաբանական կրթություն ստանալուս, երբեք չի դադարել իմ ուղեղում բիզնես գաղափարների ձևավորման գործընթացը: Ընդհակառակը, այդ մասնագիտությունը օգնում է իմ գաղափարները օրենքին և կանոններին համապատասխան զարգացնելուն: Մի գաղափարին հետևում էր երկրորդը, բայց սեփական կապիտալի սակավությունը դարձավ գլխավոր խոչընդոտը գաղափարներն իրականացնելու համար: Դրա հետ միասին շատ ուշադիր ունկնդրում էի մարդկանց, ովքեր քննադատաբար էին տրամադրված իմ բիզնես գաղափարների նկատմամբ, և այդ քննադատությունը որոշում ընդունելու մեջ իմ ռիսկերը նվազեցնում էր:



Այնուամենայնիվ, իմ կյանքում եկավ մի պահ՝ 24 տարեկանում, երբ հասկացա, որ եթե կա վաճառքի հեռանկար, ունես հուսալի գործընկեր և հավատում ես քո գաղափարին, պետք է ռիսկի դիմես:

Սեփական գաղափարների նկատմամբ հետզհետե ավելի մեծ հավատ առաջացավ: Հասկացա նաև այն, որ լավ էր ստացվում

մարդկանց հետ հարաբերությունը, նրանց համոզելը, գործընթացները կազմակերպելը, կառավարելը և եկամուտը ճիշտ նպատակային բաշխելը:

Ճիշտ այդ ժամանակ որոշեցի ևս մեկ գաղափար իրականացնել:

Առաջին անգամ 13 տարեկանում համոտեսցի չիզբեյք, իսկական չիզբեյք, այսինքն՝ պանրի թխվածքարվիթ: Դա Լոնդոնի օդանավակայնում էր: Չիզբեյքը այն օրվանից դարձավ իմ սիրելի աղանդերը:



Թբիլիսիում ամենուրեք որոնում էի նման համի թխվածքարվիթ, բայց իզուր: Տարիների ընթացքում ընդամենը 1-2 սննդի օբյեկտում հնարավոր դարձավ չիզբեյք փորձել, թեև համացանցը տեղեկացնում էր, որ աշխարհում գոյություն ունեն չիզբեյքերի տարբեր տեսակներ: Իսկ ինձ անչափ հետաքրքրում էր դրանց համը և հավատում էի, որ որակյալ և համեղ աղանդերի շատ սպառող կլինի Վրաստանում:

Ավելի ուշ ծանոթացա Նինոյի (իմ գործընկերը) հետ, ով, իմ համոզմամբ, Վրաստանում լավագույն հրուշակագործն է: Ծանոթանալուց հետո մտերմացանք և նրա հետ կիսեցի իմ ցանկությունը՝ սեփական չիզբեյքի արտադրություն և խանութ ունենալու մասին: Նինոն ինձ աջակցեց նշված գաղափարը իրականացնելու մեջ և սկսվեց ակտիվ հետազոտության գործընթացը.

- ▶ Ի՞նչ էինք ցանկանում արտադրել, որտե՞ղ, ինչպե՞ս, ի՞նչ ձևով:
- ▶ Ովքե՞ր էին մեր պոտենցիալ մրցակիցները:
- ▶ Որտե՞ղ կվաճառեինք մեր արտադրանքը և ի՞նչ գնով:
- ▶ Ո՞վ կլինեին մեր նպատակային լսարանը: Ինչպիսի՞ն կլինեին մեր քիզնես մարտավարությունը և այլն:

Կապիտալ չունեինք և որոշեցինք 50-ական լարի դնել, գրանցել ընկերությունը Սահմանափակ պատասխանատվության ձևով և դրանով կատարել առաջին քայլերը: Այսպես 2019 թվականի նոյեմբերին ծնվեց ՍՊԸ «Չիզբեյքերը»:

Գլխավորը, ինչի շուրջ պայմանավորվեցինք և ինչպես պարզվեց՝ արդարացված էր, դա առցանց հայեցակարգի ընտրությունն էր: Որոշեցինք, որ գերադասելի է վարձակալության ծախսով գործունեության ծախսը մեծացնելը փոխարինել արտադրանքի առցանց վաճառքով և վարձակալել միայն արտադրության տարածք:

Հետևյալ քայլը դարձավ 5 ընտրված չիզբեյքերի համոտեսումը տարբեր ճաշակ ունեցող մարդկանց հետ և բաղադրության վերջնական մշակումից հետո իմ բնակարանում սեփական ձեռքերով և մեր

ընկերների օգնությամբ նկարահանեցինք առաջին լուսանկարները: Բացեցինք սոցիալական էջեր և սկսեցինք վաճառել մեր ընկերների օգնությամբ:

Ցրիչները անձամբ մենք էինք, մեր ընտանիքի անդամների հետ միասին:

Միմյանց առջև պայման դրեցինք, որ որակի պահպանմանը և միայն դրա բարելավմանն ենք ձգտելու և եթե դրան սպառնալիք լինի, գերադասելի է բիզնեսը փակել:

Բիզնեսի գործարկումը սկսելուն անմիջապես հաջորդեց համաճարակը: Ճիշտ այդ ժամանակ մեր առցանց հայեցակարգը բոլորից ավելի արդարացրեց, քանի որ միակ հրուշակեղեն վաճառողներն էինք, որ ունեինք հստակեցված առաքման ծառայություն, ունեինք նաև արտադրանքը սպառողին մատուցելու համապատասխան թույլտվություն՝ չնայած պարեկային ժամին և այլն: Այս հարմարավետությունը և մեր արտադրանքի որակը, ինչպես նաև հաճախորդների սպասարկման բարձր մակարդակը, շուտով մեզ բերեց ճանաչում:

Այնուհետև սկսեցինք և մեծացրինք կորպորատիվային վաճառքները, մենք առաջինն էինք, որ սպառողներին առաջարկեցինք առանց շաքարի և առանց ալյուրի դեսերտների գիծը, մշակեցինք նորացված արտադրանքներ տարբեր բիզնեսների հետ միասին և 2 անձից բաղկացած թիմը շուտով հինգ անգամ մեծացավ:

Մարտահրավերներ կային և մշտապես առկա են կադրերի, թե հումքի մատում, ինչպես նաև կապիտալի անհրաժեշտության կողմից, թեև առանց մարտահրավերները հաղթահարելու ո՛չ մարդը կարող է մեծանալ և ո՛չ էլ՝ բիզնեսը:

Կարծում եմ, որ չիզբեյքերը հավաստիացրեց նրանում, որ եթե հավատում ես գաղափարին, ունես այդ գաղափարի տեխնոլոգիական իրականացման մեջ (իմ դեպքում՝ Նինո, հրուշակագործ) իրավասու գործընկեր, ինքդ կազմակերպված անձ ես և չես վախենում ռիսկից, անպայման պետք է փորձես: Կարող է պատահի որևէ գաղափար չարդարացվի, բայց վերլուծությունը, թե ինչու չի արդարացվում, կարևոր է: Առանձն փորձարկման հաջողությունը չի գալիս:

Եվ վերջում՝ այսօրվա դրությամբ չեզբեյքերը **բրենդ է**, որը կապված է որակյալ հրուշակեղենի արտադրության հետ, որը միշտ ձգտում է կրել ճիշտ սոցիալական արժեքներ, ներառյալ, բայց չսահմանափակվելով կանանց հզորացմանն աջակցելով, անօթևան կենդանիներին խնամելով, հարգելով իր հաճախորդների ցանկությունները և իհարկե, մտադիր է աճել և զարգանալ:



Բրենդ - անվան, բառի, խորհրդանշանի և դիզայնի միասնություն, որը որոշակի արտադրանք է բնութագրում, և դրանով այլ արտադրանքները հաշտվում են:

Ձեռնարկատեր սուբյեկտների գրանցման կարգը և պայմանները կարգավորում է Վտաստանի «Ձեռնարկատիրության մասին» օրենքը: Դրա նպատակն է ձեռնարկատիրական գործունեություն իրականացնող սուբյեկտների հաշվառքը:

Ձեռնարկատիրոջ պետական և հարկային գրանցումն իրականացնում է գրանցման համար իրավասու պետական հաստատությունը:

Գրանցման պահին ձեռնարկատիրական ռեսսուրսում մտցվում են համապատասխան տվյալները: Ձեռնարկատիրական ռեսսուրսում մտցված տվյալները հրապարակային են:



Ինչպե՞ս է ստեղծվում իրավաբանական անձ:

Իրավաբանական անձ ստեղծվում է համար անհրաժեշտ է.

- ▶ Արտադրության անվանումը
- ▶ Հիմնադրման փաստաթղթերի թվարկությունը
- ▶ Գործունեության հիմնական տեսակները
- ▶ Հիմնադիրների ով լինելը
- ▶ Արտադրության իրավական ձևը
- ▶ Սկզբնական կապիտալի ձևավորման աղբյուրները



Ձեռնարկատիրական ռեսսուր – ցանկ, որը տնտեսական հարաբերություններում իրավական նշանակություն ունի:

Ընկերությունն օրենքով սահմանված իրավունքներն ու պարտականությունները ստանձնում է միայն **ձեռնարկատիրական ռեսսուրում** մուտքագրվելուց հետո:

Արտադրության գրանցման համար անհրաժեշտ է ստեղծել կանոնադրություն, որտեղ մտցված կլինեն օրենքով պահանջվող բոլոր պարամետրերը, հարաբերությունների կարգավորման համար անհրաժեշտ բոլոր դետալները: Ընկերության կանոնադրությունը ստորագրում են հիմնադիր գործընկերները:



Ինչպե՞ս է կատարվում ձեռնարկատեր սուբյեկտի գրանցումը:

Վրաստանի «Ձեռնարկատիրության մասին» օրենքով ֆիզիկական անձը որպես անհատ ձեռնարկատեր գրանցվելու կամ փոփոխությունը գրանցելու համար գրանցող մարմնին ներկայացնում է դիմում և ինքնությունը հաստատող վկայական: Դիմումում պետք է նշվի.

- ▶ դիմողի անունը,
- ▶ տեղեկատվություն ձեռնարկության գտնվելու վայրի (իրավաբանական հասցեի) մասին,

- ▶ դիմողի անձնական համարը,
- ▶ դիմումը լրացնելու ամսաթիվը,
- ▶ դիմողի ստորագրությունը:

Գրանցման դիմումը լրացնելու համար անձը իրավունք ունի կիրառել գրանցող մարմնի կողմից տրված գրանցման դիմումի ձևը կամ դրա պատճեն:

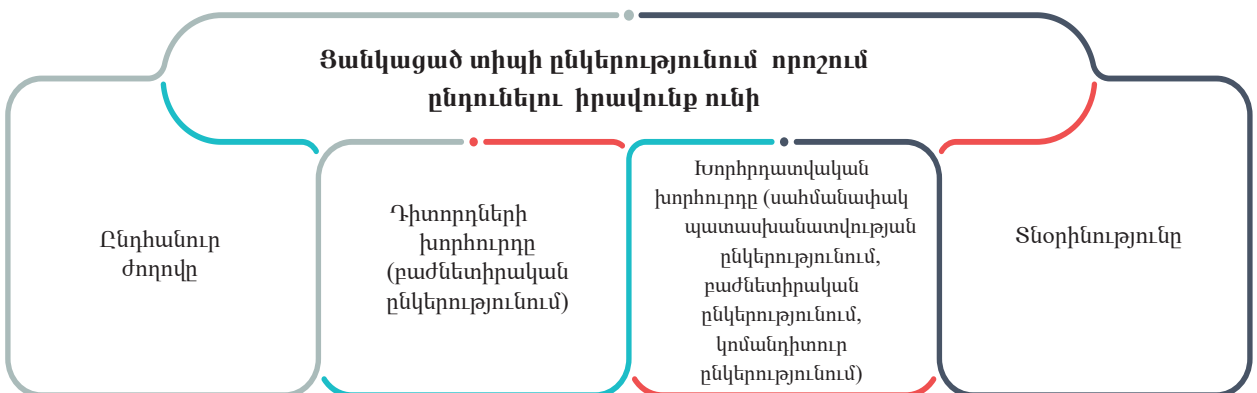
Ձեռնարկատեր սուբյեկտի գրանցումը ներառում է հետևյալ աստիճանները.

- ▶ դիմումը և դրան կցված փաստաթղթերը ներկայացնել Հանրային ռեեստրի Ազգային գործակալությունում,
- ▶ դիմումը և կցված փաստաթղթերը համապատասխանում են սահմանված պահանջներին,
- ▶ ֆիրմայի գրանցումը,
- ▶ գրանցող մարմինը գրանցված ֆիրմային շնորհում է նույնականացման կոդ:

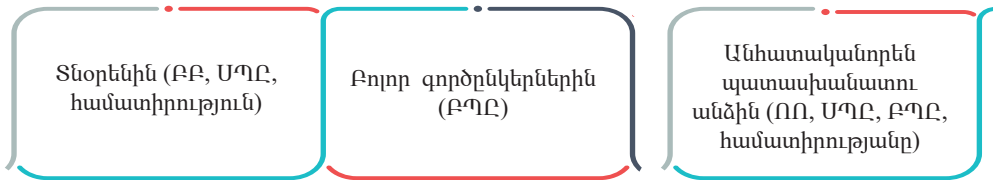
Ձեռնարկության գրանցումը չեղարկում է գրանցող մարմինը՝ ձեռնարկության գրանցումը վերացնելու մասին իրավասու անձի դիմումի և իրավասու անձի կամ մարմնի կողմից ձեռնարկության սնանկացման գործի վարույթի կամ վերացման գործընթացի ավարտման մասին որոշում ներկայացնելու հիման վրա:

ԱՇԽԱՏՆՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Բաժանվե՛ք խմբերի, յուրաքանչյուր խումբը կազմի ձեռնարկության
- նախագիծ ալգորիթմի համաձայն: Աշխատանքն ավարտելուց հետո կատարե՛ք շնորհանդես:



Ղեկավարելու իրավասություն է շնորհվում



Ընկերությունը կարող է ստեղծել իրեն ենթակա միավոր-մասնաճյուղ, որը չի ներկայացնում իրավաբանական անձ:

Բիզնեսի կազմակերպության բոլոր ձևերն ունեն իրենց առաջնահերթությունները և թերությունները:

Ճեռնարկատիրության իրավական ձևերը		
	Առաջնահերթությունները	Թերությունները
Անհատական ձեռնարկություն 	- Վերահսկողության պարզություն - Ազատ գործունեության հնարավորություն - Պետության կողմից չի զգում նշանակալի կարգավորում	- Դժվար է հայթայթել դրամական միջոցներ (կապիտալ) ընդարձակվելու համար - Ոչ բավարար կայուն է - Սահմանափակ պատասխանատվություն ունեցող ձեռնարկություն է - Սեփականատերը ստիպված է զբաղված լինել կառավարման բոլոր գործառնություններով
Գործընկերություն (ընկերություն) 	- Կազմակերպության պարզություն - Կառավարման մասնագիտացման հնարավորություն - Ավելի շատ ֆինանսական ռեսուրսներ ստանալու հնարավորություն, քան անհատ ձեռնարկատիրոջ դեպքում է (դրամական միջոցների միավորում) - Սահմանափակ կարգավորման սուբյեկտ	- Սեփականությունը բաժանելու ժամանակ անհամաձայնության հակում - Գործընկերներից մեկի գործից դուրս գալու կամ վախճանի դեպքում ինքնաբերաբար դադարեցնում է գոյությունը - Անսահմանափակ պատասխանատվության սուբյեկտ - Սահմանափակ
Կորպորացիա (բաժնետիրական ընկերություն) 	- Բաժնետոմսերի և օրիգինալների վաճառքի ճանապարհով մեծ քանակությամբ կապիտալի կուտակման հնարավորություն - Բաժնետերերի սահմանափակ պատասխանատվություն - Կայունություն և հարատևություն: Իրավաբանական անձ - Մասնագիտացված ղեկավար, անձնակազմի վարձակալման հնարավորություն	- Պետության կողմից նշանակալից կարգավորում - Ծանր հարկային բեռ և կազմակերպչական ծախսեր - Կրկնակի հարկազանձում. համատիրական եկամուտների և դիվիդենդների վրա - Բաժանված սեփականություն և վերահսկում (հիմնախնդիր - «ղեկավար- կատարող»)

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Թվարկե՛ք հինգ համատիրություն, որոնց արտադրանքից օգտվում է ձեր ընտանիքը:
- ▶ Եթե հնարավորություն ունենաք, ձեռնարկատիրության ո՞ր իրավական ձևին կշնորհեք գերապատվությունը և ինչո՞ւ:
- ▶ Ի՞նչ նշանակալից տարբերություն կարող եք գտնել այն ձևերի միջև, որոնք գործում են սպասարկման ոլորտում (օր.՝ գեղեցկության սրահ) և այն ֆիրմաների միջև, որոնք գործում են արտադրության ոլորտում (օր.՝ դեղագործական ձեռնարկություն):
- ▶ Որոշե՛ք, ո՞ր տիպի ֆիրմային են բնորոշ հետևյալ յուրահատկությունները.
 - ✓ ազատ գործելու ունակություն,
 - ✓ շատ մարդկանց գրավելու ունակություն,
 - ✓ ուժեղ տնտեսական խթան,
 - ✓ մեծ կապիտալային ծախսեր,
 - ✓ ռիսկ՝ մրցակիցների դեմ պայքարի ժամանակ:
- ▶ Թվարկե՛ք Վրաստանում հայտնի ապրանքային նշանները (հատուկ պատկեր կամ խորհրդանիշ, որի միջոցով ճանաչելի է դրա արտադրության ֆիրման):
- ▶ Վերհիշե՛ք աշխարհում հայտնի բիզնեսմենների: Ի՞նչը պայմանավորեց նրանց հանրահայտ լինելը:

ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Հետագոտե՛ք ձեր դպրոցի (տան, գյուղի, քաղաքի, համայնքի) մոտ գոյություն ունեցող ֆիրմաները իրավական ձևի համաձայն: Լրացրե՛ք աղյուսակը և պատասխանե՛ք՝ ո՞ր ձևն է ավելի շատ տարածված:

Ֆիրմաների անվանում	Անհատական ձեռնարկություն (ԱԶ)	Սոլիդար պատասխանատվության ընկերություն (ՍՊԸ)	Կոմանդիտական ընկերություն (ԿԸ)	Սահմանափակ պատասխանատվության ընկերություն (ՍՊԸ)	Բաժնետիրական ընկերություն (ԲԸ)	Համատիրություն
--------------------	-------------------------------	--	--------------------------------	---	--------------------------------	----------------

6. ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻՇՏ ԱԶԱԼՈՒՐՁ Է

ԱՇԽԱՏԵՔԸ ՉՈՒՅԳԵՐՈՎ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված տեղեկատվությունների թղթապանակին.
«Դեղորայքի շեմային գների ներդրում»,

Թղթապանակը ներառում է.

- ✓ խմբագրությունում մուտքագրված **2 նամակ**,
- ✓ **քաղվածքներ «Մարդու իրավունքների» համընդհանուր հռչակագրից**,
- ✓ **պաշտոնական տեղեկատվություն**,
- ✓ **փորձագետների մեկնաբանություններ**,
- ✓ **օրենքում մտցված փոփոխությունների հղում**:

Պատասխանե՛ք առաջադրված հարցերին.

- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ո՞ր հոդվածի կամ հոդվածների պաշտպանության պարտականությունը ծառացավ պետության առջև դեղորայքի թանկացման և անհասանելիության պայմաններում: Պատասխանը կոնկրետացրե՛ք քեյսի համաձայն:
- ▶ Վերհիշե՛ք մարդու իրավունքների հռչակագրի այդ հոդվածի կամ հոդվածների (տես՝ էջ 78) խախտման ձեզ հայտնի օրինակներ (կյանքից, մեղիայից, գրական ստեղծագործություններից): Պատասխանը հիմնավորե՛ք,
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ձեռնարկատերերի դիրքորոշումը հաշվի առնելով պետությունը ո՞ր հոդվածը կամ հոդվածներն է պարտավոր պաշտպանել: Զննարկե՛ք՝ քեյսի համաձայն:
- ▶ Վերհիշե՛ք այդ հոդվածի խախտման այլ համանման օրինակներ (ֆիլմից, գրական ստեղծագործությունից): Պատասխանը հիմնավորե՛ք:

ՆԱՄԱԿ 1

Թանկագին խմբագրություն, այս նամակը գրում ենք երկու տարեց մարդիկ, որպեսզի ձեր օգնությամբ մեր ձայնը հասցնենք իշխանությանը:

Ես և իմ ամուսինը բնակվում ենք մայրաքաղաքից և շրջանային կենտրոնից հեռու գտնվող մի գյուղում: Արդեն 80-ն անց ենք: Պատահեց այնպես, որ մենք ստիպված ինքներս ենք մեր մասին հոգում, մեր զավակները իրենց առողջական խնդիրների, իրենց դեղերի մասին են հոգում և անգամ մեզ տեսակցել չեն կարողանում: Իմ ամուսնու կարծիքով, այն պատճառով չեն գալիս, որ չեն կարող մեզ օգնել:

Երկուսիս էլ անհանգստացնում են խրոնիկական հիվանդություններ (սրտանոթային, շաքար), տարիքային խնդիրներ և ստիպված ենք մշտապես դեղեր ընդունել: Գյուղի բժիշկը առավել խնայողական դեղեր նշանակեց և դրանցից մի քանիսը ծրագրով անվճար

ստանում ենք:Բայց, չնայած դրան, դեղեր գնելու համար ամսական 400 լարի է հարկավոր: Եթե դեղերը գնենք, հարկերի և սննդի համար կենսաթոշակը չի բավարարում, եթե դեղերը չգնենք, հիվանդությունը նեղում է և հաճախ շտապ օգնությանն ենք անհանգստացնում, ինչը այնուամենայնիվ հավանելու բան չէ:

Այժմ հեռուստացույցով լսեցինք, որ որոշ դեղերի վրա կառավարությունը դեղատոների գները իջեցրեց և դրանից շատ ուրախացանք, ծերեր ենք, բայց մենք էլ իրավունք ունենք հետևել մեր առողջությանը, իսկ առանց դեղի ինչ կդառնանք:

Շնորհակալություն փոխանցեք պետությանը, լավ է, որ հիշեցին ժողովրդի հիմնախնդիրը և գները նվազեցնում են: Խնդրեք՝ ստուգեն, որ այդ օրենքը ամենուրեք պաշտպանեն, որքան մեզ նման և մեզնից ավելի կարիքավոր կա: Լավ կլինի՝ մթերքների գներն էլ իջեցնեն:

Հարգանքներով՝ Լիզա և Գոգի Խիխրիկյաններ

ՆԱՄԱԿ 2

Թանկագին խմբագրություն, դիմում ենք դեղագործների պրոֆեսիոնալ միավորման անունից:

Հասկանում եք, մեզ անհանգստացնում է պետության կողմից կատարված արմատական քայլը մասնավոր բիզնեսին սահմանափակումներ հաստատելու մասին:

Մեր ասոցիացիայի անդամները բարեխիղճ վճարողներ են, և մեր եկամուտներով քիչ գումար չի մտնում պետության բյուջեի մեջ: Մենք ժողովրդավարական երկրում ենք ապրում և մտածում ենք, որ պետությունը պարտավոր է գործել տնտեսական ազատության սկզբունքի պաշտպանությամբ: Ինչ վերաբերում է սոցիալապես անպաշտպան բնակչությանը, նրանց նկատմամբ պետությունը կարող է դեղերի **սուբսիդավորում** կատարել և այդպես հոգալ նրանց իրավունքների պաշտպանության մասին:

Շատ ձեռնարկատերեր հայտարարում են, որ կոնկրետ դեղամիջոցներ կան, որոնք զեղչ կատարելու հնարավորություն չեն տալիս և ստիպված կլինեն դրանց ներկրումը դադարեցնել, ինչը կրկին խնդիրներ կստեղծի մարդկանց առողջության համար: Հատկապես զայրացնում են պատժամիջոցները, որոնք շատ մանր ձեռնարկատերերի համար կարող են կործանարար լինել: Առանց դատարանի նման պատժամիջոցների գործարկումը ուղղակիորեն սահմանափակում է ձեռնարկատիրոջ ազատությունը, արդարացիության սկզբունքը:

Խնդրում ենք հասարակության բանավեճի դուրս բերեք այս թեման, լսեք փորձագետների կարծիքները և սպասումները: Մենք նույնպես ունենք մեր իրավունքները և մենք նույնպես այս երկրի քաղաքացիներ ենք: Այդ պատճառով խնդրում ենք մեր ձայնը հասցնել պետությանը:

Ստորագրում է միավորման 60 անդամ:



Սուբսիդացում

– տեղական մարմինների, ֆիրմաների, առանձին անձանց կամ այլ պետությունների համար սահմանված դրամական կամ նյութական օգնություն պետության կամ հատուկ հիմնադրամների կողմից:

Քաղվածքներ Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագրից

Հոդված 1

Մույն Հռչակագրում ամրագրված բոլոր իրավունքներն ու ազատությունները շնորհվում են յուրաքանչյուր անձի՝ առանց որևէ տեսակի խտրականության, այն է՝ ռասա, մաշկի գույն, սեռ, լեզու, կրոն, քաղաքական կամ այլ հայացք, ազգային կամ սոցիալական ծագում, ունեցվածք, կոչում կամ այլ կարգավիճակ: Բացի այդ, անթույլատրելի է այդ երկրի կամ տարածքի քաղաքական, իրավասության հետ կապված որևէ տարբերակում, անկախ այն բանից՝ այդ տարածքը անկախ է, խնամակալակա՞ն, ոչ ինքնակառավարվո՞ղ, թե՞ այլ կերպ սահմանափակված իր ինքնիշխանությամբ:

Հոդված 11.1.

Քրեական հանցագործության համար մեղադրվող յուրաքանչյուր ոք իրավունք ունի համարվելու անմեղ, քանի դեռ նրա մեղավորությունն ապացուցված չէ ըստ օրենքի, հրապարակային դատաքննությամբ, որի ժամանակ նա ունեցել է իր պաշտպանության համար անհրաժեշտ բոլոր երաշխիքները:

Հոդված 25.1.

Յուրաքանչյուր ոք ունի իր և իր ընտանիքի ամողջության ու բարեկեցության համար բավարար կենսամակարդակի, այդ թվում՝ սննդի, հագուստի, բնակարանի և ամողջապահության ու սոցիալական անհրաժեշտ ծառայությունների իրավունք, ինչպես նաև ապահովության իրավունք՝ գործազրկության, հիվանդության, հաշմանդամության, այրիանալու, ծերության կամ իր կամքից անկախ հանգամանքներում գոյության այլ միջոցներից զրկվելու դեպքում:

Հոդված 29. 1.

Յուրաքանչյուր ոք պարտականություններ ունի հասարակության առջև, քանզի միայն հասարակությունում է հնարավոր նրա անձի ազատ ու լիարժեք զարգացումը:

Հոդված 29.2.

Իր իրավունքներն ու ազատությունները իրականացնելիս յուրաքանչյուր ոք ենթակա է միմիայն այնպիսի սահմանափակումների, որոնք սահմանված են օրենքով՝ բացառապես ուրիշների իրավունքների և ազատությունների պատշաճ ճանաչումն ու հարգանքը երաշխավորելու և ժողովրդավարական հասարակությունում բարոյականության, հասարակական կարգի և ընդհանուր բարեկեցության արդարացի պահանջներն ապահովելու նպատակով:

Պաշտոնական տեղեկատվություն*

15 փետրվարի, 2023 թվական

Գործարկվեց 800-ից ավելի խրոնիկական և ուռուցքաբանական դեղորայքի ռեֆերենտ գինը:

«Այսօրվանից գործարկվում է դեղերի վրա ռեֆերենտ գինը: Շատ ուրախ եմ, որ մի քանի ընկերություն հաշվի առնելով ռեֆերենտ գնի կարևորությունը, մինչև դրա գործարկումը, կոնկրետ դեղորայքի վրա արդեն գինը նշանակալիորեն իջեցրել են: Սա առաջին փուլն է և արդեն հաջորդ ժամանակաշրջանում կշարունակենք ռեֆերենտ գներ սահմանել դեղորայքի նաև այլ խմբերի վրա», - նշեց առողջապահության նախարարը կառավարության նիստի ավարտից հետո:

Նրա իսկ խոսքով, ռեֆերենտ գինը տարածվեց 800-ից ավելի խրոնիկական և ուռուցքաբանական դեղորայքի վրա: Իսկ ընդհանուր առմամբ, բարեփոխումը երկրում դեղերի արժողությունը էժանացրեց 40%-ով:

Նախարարը ուշադրությունը կենտրոնացրեց նաև ռեֆերենտ գնի սահմանման և գործարկման ընթացակարգերի վրա և հայտարարեց, որ դեղորայքի մի մասի վրա սահմանված գնի փոփոխությունը, որի դեմ բողոքեց դեղագործական սեկտորը, կգործարկվի մարտի 15-ից:

«1200-ից ավելի դեղամիջոցների մի մասը բողոքարկվեց: Ճիշտ այդ պատճառով այսօր 800-ից ավելի դեղի ռեֆերենտ գինը մտավ ուժի մեջ: Մնացած 400-ից պակաս դեղերի մեծ մասի վրա կատարվեց դեղերի արժողության վերանայում: Իսկ ընդհանուր առմամբ, մարտի 15-ից բոլոր 1200 դեղամիջոցի վրա կգործարկվի ռեֆերենտ գին», - ասաց նախարարը և ընդգծված ավելացրեց, որ դեղորայքի գնի հաշվման նշված մեթոդոլոգիան Եվրոպայում և աշխարհի այլ երկրներում փորձարկված պրակտիկա է:

«Մեծածախ ռեֆերենտ գինը, ինչպես նաև մարժաները, որոնք դեղատներին սահմանեցինք, այլ երկրների համանման դեղամիջոցների գներից են դուրս բերված: Դա ընդհանուր առմամբ այն իրավական մարժան է՝ ապրանքի առք ու վաճառքի գների տարբերությունը, ինչը այս սեգմենտը և այս արդյունաբերությունը պետք է ունենա: Եթե այս գներն ընդունելի են տարբեր և համեմատաբար բարձր եկամուտ ունեցող շատ երկրներում, որտեղ բնակչության մեկ շնչի հաշվարկով GDP-ն (համախառն ներքին արդյունքը) շատ ավելի բարձր է և որոնք տնտեսապես ավելի զարգացած են, ապա մեր երկրում առավել ևս խնդիր չպետք է լինի:

* «Ինչ կփոխեն ռեֆերենտ գները շուկայում», տեսանյութ.
<https://bit.ly/3WUkVVJ>
<https://bit.ly/3Hoe8he>



Մեծածախ առևտուր

– ապրանքի առք-վաճառք խոշոր չափաքանակներով, մեծածախ գներով, որոնք հատվաճառ գների համեմատությամբ ցածր են:



Ռեֆերենտ գին –

դեղամիջոցի վաճառքի կամ արտահանման գնի վերին շեմ, որը սահմանում է պետությունը:



Սեկտորին մենք թողնում ենք այն անպայման և իրավական մարժան, ինչը հարկավոր և անհրաժեշտ է ինչպես մեծածախ, այնպես էլ հատվածառ ընկերության գործունեության համար», - հայտարարեց նախարարը:

Հիշեցնենք, որ բնակչության համար դեղերի հասանելիությունը մեծացնելու նպատակով պետությունը խրոնիկական և ուռուցքաբանական դեղորայքի արժողության այն առավելագույն շեմը սահմանեց, որից բարձր գնով դրանց իրացումը արգելվում է:

Փորձագետի մեկնաբանություն

Փորձագետ 1. «Նորությի էությունը կայանում է նրանում, որ փոխվեց պետական քաղաքականությունը դեղագործական արտադրանքի շրջանառության ոլորտում, և եթե այսօր պետական քաղաքականությունը դեղագործական արտադրանքի շրջանառության ոլորտում նախատեսում է արդյունավետ, անվտանգ և որակյալ դեղագործական արտադրանքի առկայություն Վրաստանի շուկայում, առաջարկված փոփոխություններով պետական քաղաքականությունը դեղագործական արտադրանքի շրջանառության ոլորտում նախատեսում է որակյալ, անվտանգ և արդյունավետ դեղագործական արտադրանքների մատչելիության ապահովում»:

Փորձագետ 2. Որոշ երկրներում (Մոլդովա, Ադրբեջան), որտեղ բոլոր դեղամիջոցների վրա մտցվեց ռեֆերենտ գին, խնդիրներ ստեղծվեցին: Ընկերություններին ձեռնառու չէր դեղերի վաճառքը ցածր գնով:

Եթե պետությունը խրոնիկական հիվանդություններով անձանց մի մասի համար դեղորայք գնի (սուբսիդավորում կատարի), իսկ մնացածին, որոնք ծրագրի մեջ չեն ընկնում, դեղորայքի համար ռեֆերենտ գին առաջարկի, ընկերությունը կրկին կունենա դեղ ներկրելու մոտիվացիա:

Վիդեո ռեսուրս – «Ինչ կփոխեն ռեֆերենտ գները շուկայում», տեսանյութ. <https://shorturl.at/iDJNR>



ԱՇԽԱՏԵՔ ԶՈՒՅԳԵՐՈՎ

Վերլուծե՛ք՝ ժողովրդավարության ո՞ր սկզբունքն է խախտվում.

ա) դեղերի ոչ մատչելի գների դեպքում,

բ) առողջապահության անմատչելիության դեպքում,

գ) պետության կողմից դեղամիջոցների շեմային գներ սահմանելու դեպքում,

դ) գնախախտումների համար ձեռնարկատերերի նկատմամբ պատժամիջոցներ սահմանելով:

Տրված աղյուսակը արտագծեք տետրում կամ թերթի վրա և ինքնուրույն լրացրեք, այնուհետև կիսվե՛ք միմյանց հետ, քննարկե՛ք փաստարկներով:

Ժողովրդավարության սկզբունք	Դեղերի մատչելի գներ	Առողջապահության հասանելիություն	Դեղամիջոցների շեմային գների ներդրում	Գնախախտումների վրա առանց դատարանի պատժամիջոցների սահմանում
Հավասարություն				
Օրենքի գերակայություն				
Քաղաքացիական մասնակցություն, ինկլյուզիվություն				
Թափանցիկություն և հաշվետվության պարտավորություն				
Արդարացի ընտրություններ				
Անբռնազրուս մեթոդներով գործունեություն				
Հանդուրժողականություն				
Բազմակուսակցականություն				
Տնտեսական ազատություն				
Իշխանության բաշխում				



ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ստեղծել 4 խումբ:

I. Օրենսդիրների

II. Գործադիր իշխանության

III. Դեղագործական ընկերությունների առաջնորդների

IV. Սպառողների

Եվս մեկ անգամ վերանայե՛ք տրված փաստաթղթերը (էջ 76-80) և հարցերի հիման վրա պատրաստե՛ք շնորհանդես, որը իրավիճակը կներկայացնի՝ ելնելով ձեր խմբի դիրքորոշումից:

- ▶ Ի՞նչը առաջացրեց այս փոփոխությունների իրականացման անհրաժեշտությունը և այդ նորույթը համարո՞ւմ եք արդարացի: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, ի՞նչ կհետևի այդ փոփոխությանը:
- ▶ Օրենքում փոփոխությունների իրականացումը ընկալո՞ւմ եք, թե՞ ոչ որպես պետության կողմից միջամտություն ազատ շուկայի կանոններում: Բացատրե՛ք ինչո՞ւ:
- ▶ Որքանո՞վ ժողովրդավարական եք համարում պետության կողմից գների շեմի սահմանումը: Պատժամիջոցների սահմանո՞ւմը: Հիմնավորե՛ք ձեր դիրքորոշումը:
- ▶ Ի՞նչ վնասի և ի՞նչ օգուտի սպասում ունի կոնկրետ ձեր խումբը այդ փոփոխություններից: Ի՞նչ վնաս կամ օգուտ կստանան այլ խմբերը:
- ▶ Դուք ինչպե՞ս կկարգավորեիք այդ խնդիրը:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ծանոթացե՛ք և բաժանե՛ք ստորև տրված իրավիճակները: Պատասխանե՛ք հարցերին, օգտվե՛ք այդ նույն ակտիվության վերջում տրված **տեղեկատվությունից Վրաստանի մրցակցության գործադիր մարմնի մասին:**

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1*

- ▶ Ի՞նչ խնդրի առջև հայտնվեց ՍՊԸ «Բեռնափոխադրումներ»-ը:
- ▶ Օրենքի առկայությունը կարո՞ղ է համարվել մրցակցության պահպանության երաշխիք:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ նպատակով գոյություն ունի մրցակցության գործադիր մարմին, ի՞նչ դեր է ստանձնել նա օրենքի գործադրման գործընթացում:
- ▶ Ի՞նչ դեր կատարեց մրցակցության գործադիր մարմինը երկու իրավաբանական անձանց միջև ծագած կոնֆլիկտում:
- ▶ Ինչպե՞ս կընթանային երևույթները, եթե այս մարմինը չլիներ կամ չկատարեր իր պարտականությունը:

* Աղբյուր. Փետելավա Ս., Գոգիաշվիլի Շ. «Հակամոնոպոլիստական՝ հակամենաշնորհային կարգավորման պրակտիկա», «Նոր Վրաստան» հրատարակություն, Թբ., 2013:

- ▶ Համեմատել՝ այդ կոնֆլիկտը «դեղամիջոցների գների շեմ» ներառելու մասին (էջ 76-80) իրավիճակի հետ: Ի՞նչ ընդհանուր կամ տարբերվող բնութագրիչներ ունեն այդ հակամարտությունները:

«Վրաստանի երկաթգիծ» և «Փոխադրող»

Վրաստանում բեռնափոխադրումների շուկայում գերիշխող վիճակ ունեցող տնտեսական գործակալ ՍՊԸ «Վրաստանի երկաթիծը» ստեղծեց արհեստական պատմեջ ՍՊԸ «Բեռնափոխադրումներին», որը վարձակալել էր Վրաստանի փոստից 10 փոստային-բեռնատար վագոն՝ փոստի և բեռների փոխադրումների համար:

ՍՊԸ «Բեռնափոխադրումները» հայցով դիմեց մրցակցության գործադիր մարմնին, որպեսզի հանվեր ՍՊԸ «Վրաստանի երկաթգծի» կողմից բեռնափոխադրումների շուկայի հետ մրցակցության սահմանափակումը:

Հարցը վերաբերում էր ՍՊԸ «Վրաստանի երկաթգծի»՝ որպես համապատասխան շուկայում գերիշխող վիճակ ունեցող տնտեսական գործակալի կողմից իր իրավիճակի չարաշահմանը (անբարենպաստ պայմանների ստեղծում պայմանագրի ձևակերպման ձգձգման ճանապարհով), որի հետևանքով տեղի էր ունենում համապատասխան շուկայում գործող ձեռնարկատեր սուբյեկտի՝ ՍՊԸ «Փոխադրողների» շուկայից վտարում, ինչը արգելված է գործող օրենսդրությամբ:

Մրցակցության գործադիր մարմնի միջամտությունից հետո ՍՊԸ «Վրաստանի երկաթգծի» ղեկավարությունը կարգավորեց մի շարք վիճելի հարցեր: Թեև շարունակում է չլուծված մնալ «Վրաստանի երկաթգծի» հետ համապատասխան գործունեություն իրականացնելու իրավունք ստանալու համար անհրաժեշտ պայմանագրի ձևակերպման հարցը: Պարզվեց անհամաձայնության պատճառը. ՍՊԸ «Վրաստանի երկաթգիծը» համաձայն էր ձևակերպել պայմանագրի միայն փոստային փոխադրումների մասին, քանզի ՍՊԸ «Փոխադրողների» վագոնները, գերիշխող իրավիճակ ունեցող տնտեսական գործակալի դիրքորոշմամբ, հատկացված են միայն փոստային փոխադրումների համար:

Մրցակցության գործադիր մարմնի կողմից հայտնաբերված փաստաթղթերի և փորձագետներից ստացած գնահատումների, այդ թվում՝ «Էլեկտրավագոնշին» գործարանի կողմից տրված եզրակացության հիման վրա պարզվեց, որ ՍՊԸ «Փոխադրումների» վագոնները ներկայացնում են «փոստային-բեռնային» դասի վագոններ և դրանք միանգամայն բավարարում են բեռնատար վագոնների նկատմամբ առաջադրված պահանջները:

Վերջնականապես, մրցակցության գործադիր մարմինը օրենքի համաձայն կարգավորեց ձեռնարկատեր սուբյեկտների միջև առաջացած վիճելի հարցը:



Արգելված է
համաձայնությունը
ձեռնարկությունների
շրջանում, որոնք կարող
են ազդեցություն
ունենալ անդամ
պետությունների միջև
առևտրի վրա և որոնց
նպատակը/արդյունքը
մրցակցության
վերացումը,
սահմանափակումը կամ
խեղաթյուրումն է:

*Եվրամիության
մրցակցության
օրենսդրություն, հոդված
101*



ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Ծանոթացե՛ք ստորև բերված դեպքին՝ «Երեք տենոր»:
Պատկերացնենք, որ այդ համաձայնությունը այսօրվա դրությամբ
հետաքննում են Եվրամիության մրցակցության օրենսդրության
101-րդ հոդվածին համապատասխան:

- ▶ «1» և «2» ալբոմների վաճառքի խթանումը **101 հոդվածի**
տեսակետով կհամարվի՞, թե՞ ոչ անօրեն:
- ▶ Այս համաձայնությունը նպատակամղված է մրցակցության
սահմանափակման՞ը, թե՞ այս սահմանափակումը ներկայացնում
է այդ համաձայնության գործողության արդյունք:
- ▶ Եթե պահանջեն ստուգում, արդյունքների ո՞ր ցուցանիշները պետք
է ներկայացնի հայցվորը մրցակցության սահմանափակման
կապակցությամբ:
- ▶ Ո՞ր դրույթներն են պահանջում հետագա հիմնավորում և,
ձեր կարծիքով, ինչպիսի՞ հաստատող փաստաթղթեր պետք է
ներկայացնեն կողմերը:
- ▶ Սահմանափակումը պետք է քննարկեն համատեղ «3» նախագծի
առնչությամբ, եթե այն խոչընդոտում էր յուրաքանչյուր
ընկերության «ազատ լողին» միասնական շուկայում:
- ▶ Ձեր կարծիքով, դրա պատճառով կշահի՞, թե՞ ոչ սպառողը, քանի
որ նրանք հավանաբար կգնեն մեծ քանակությամբ ալբոմներ
«3» համերգի ձայնագրությամբ:

Երեք տենոր

Աշխարհահռչակ երեք տենորները՝ Խոսե Կարերասը, Պլասիդո
Դոմինգոն և Լուչիանո Պավարոտին, մասնակցում էին համերգների
շարքին, որոնք համընկնում էին ֆուտբոլի 1990 թվականի,
1994 թվականի և 1998 թվականի աշխարհի առաջնությունների
եզրափակիչներին:

«PolyGram» ընկերությունը պատրաստեց 1990 թվականի համերգի
«1» ձայնագրությունը, որը երբևէ չուկա հանված դասական
ձայնագրություններից ամենահաջողակն էր:

«PolyGram» ընկերությունը պատրաստեց 1994 թվականի համերգի
«2» ձայնագրությունը և իրացրեց այն: Սա նույնպես հաջողակ էր,
բայց առաջին ձայնագրության համեմատությամբ նվազ քանակով
վաճառվեց: Երկրորդ ձայնագրության նվազ հաջողությամբ իրացման
պատճառներից մեկը առաջին ձայնագրության համեմատությամբ
կարող էր լինել այն, որ երգացանկը մասնակի համընկնում էր:

1998 թվականի համերգի մոտեցման հետ միասին «PolyGram» և
«Warner» ընկերությունները համաձայնեցին նոր՝ «3» ալբոմի
համատեղ թողարկման մասին: Տարբեր էքսկլյուզիվ՝ բացառիկ
իրավունքների պատճառով ընկերություններից ոչ մեկը չկարողացավ
անկախորեն ձայնագրել «3» ալբոմը: Երկու կողմերն էլ համաձայնեցին

միասնաբար համերգի կազմակերպիչներից ձեռք բերել համերգի ձայնագրության իրավունք և միմյանց միջև բաժանել ծախսերն ու շահույթը:

«1» և «2» ալբոմները հատուկ հանեցին համաձայնության գործողության տիրույթից, թեև յուրաքանչյուր կողմը պահպանում էր նախկին ալբոմների իրացման իրավունքը:

Քիչ ժամանակ էր մնացել համերգին, երբ երկու կողմերն էլ տեղեկացան, որ այս երրորդ համերգի երգացանկում բավական թվով ավելի վաղ կատարված ստեղծագործություններ կան: Հավելյալ պայմանագրով կողմերը համաձայնեցին, որ «3» ալբոմի թողարկումից առաջ 10 շաբաթվա ընթացքում և դրանից հետո կողմերից յուրաքանչյուրը ձեռնպահ կմնար մարկետինգային գործերի բոլոր տեսակներից, վաճառքի խթանումներից (ինչպիսին է հատուկ զեղչը) և իրենց գովազդից՝ «1» և «2» ալբոմների առնչությամբ:

Ընկերությունները պնդում էին, որ համաձայնությունը չի սահմանափակել մրցակցությունը երաժշտական սկավառակների շուկայում:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

- ▶ Ինչպիսի՞ հակամրցակցային գործունեության հետ գործ ունենք:
- ▶ Ի՞նչ եք լսել ոչ բարեխիղճ մրցակցության մասին:
- ▶ Ո՞ւմ իրավունքների խախտման փաստ էր առկա:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, ինչո՞ւ չհաջողվեց բացահայտել տեսրեր ներկրող տնտեսական գործակալին:
- ▶ Ունե՞ր, արդյոք, մրցակցության գործադիր պետական մարմինը երկրորդ պետական մարմնին (մաքսային դեպարտամենտ) որևէ գործողություն պարտավորեցնելու իրավունք:

Ձեռնարկատիրական գործունեությունում ուրիշի անվան անօրեն կիրառում

«Միխարուլի» ֆիրմա-ստուդիայից մրցակցության գործադիր մարմին ներկայացվեց բողոք այն կապակցությամբ, որ երկրի տարածքում գործող հատավաճառ առևտրական ցանցում հայտնվել են 48 և 90-թերթանոց տեսրեր, որոնց կազմի վրա դրոշմված էին «Միխարուլի» ֆիրմա-ստուդիայի ծրագրերի վարողների լուսանկարները, ինչի մասին համաձայնություն և թույլտվություն գոյություն չունեն ո՛չ ծրագրի վարողի և ո՛չ էլ ստուդիայի ղեկավարության կողմից:

Բողոքի ուսումնասիրության գործընթացում պարզվեց, որ նշված տեսրերը ներկրել են Թուրքիայից:

Ցավոք, չհաջողվեց կոնկրետորեն ճշտել՝ ով և երբ է թողարկել այդ արտադրանքը Վրաստանի սահմաններից դուրս: Այդ պատճառով անհրաժեշտ եղավ գործողությունները համակարգել պետական մաքսային դեպարտամենտի և նրա տարածաշրջանային ծառայության հետ: Չնայած նշվածին, քանի որ ապրանքի այս տեսակը հռչակագրում ընդգրկված էր ընդհանուր կոդով (4902, 4903 – տարբեր տեսակի տպագրված արտադրանք, առանց տետրերի առանձնացման), կոնկրետ ներկրողներին որոշելը անհնար դարձավ:

- ▶ Մրցակցության գործադիր մարմինը պետական մաքսային դեպարտամենտին կատարելու համար ներկայացրեց պարտադիր գրագրությունը «Միխարովի» ֆիրմա—ստուդիայի ծրագրերի վարողների արտապատկերներով (լուսանկարներով) երկրում տետրեր ներկրելը արգելելու և այդ ուղղությամբ առանձնահատուկ խիստ վերահսկողություն իրականացնելու վերաբերյալ:
- ▶ Մրցակցության գործադիր մարմնի երկրամասային ծառայություններին ցուցումներ տրվեցին այդ տեսակ արտադրանքի տարածաշրջանային շուկաներում իրացման անթույլատրելիության և այդ որոշումը չկատարելու դեպքում համապատասխան պետական մարմինների հետ միասին արտադրանքը իրացումից հանելու վերաբերյալ:

Սահմանված ժամկետները լրանալուց հետո մրցակցության գործադիր մարմինը խախտման փաստերի կրկնություն չկարողացավ բացահայտել:

Տեղեկատվություն Վրաստանի մրցակցության գործադիր մարմնի մասին

- ▶ Վրաստանի մրցակցության Ազգային գործակալությունը ստեղծվել է «Մրցակցության մասին» Վրաստանի օրենքի հիման վրա և Վրաստանի կառավարության 2014 թվականի ապրիլի 14-ի որոշմամբ հաստատված դրույթին համապատասխան:
- ▶ Գործակալությունը ներկայացնում է անկախ Հանրային իրավունքի իրավաբանական անձ, որը հաշվետու է Վրաստանի խորհրդարանի, Վրաստանի վարչապետի և հասարակության առջև:
- ▶ Գործակալության հիմնական խնդիրն է մրցակցության քաղաքականության իրականացումը, Վրաստանում մրցակցության զարգացմանը նպաստող պայմանների ստեղծումը, պահպանումը և այդ նպատակով բոլոր տեսակի հակամրցակցային համաձայնությունների և արարքների անթույլատրելիությունը, բացահայտումը և խափանումը:

Վրաստանում մրցակցության առաջին գործադիր մարմինն էր Վրաստանի պետական հակամենաշնորհային ծառայությունը, որը գոյություն ուներ 1997 թվականի մարտի 14-ից մինչև 2005 թվականի օգոստոսի 19-ը, այնուհետև՝ Վրաստանի ազատ առևտրի և մրցակցության գործակալությունը 2005-2011 թթ., հետո՝ ՀԻԲ մրցակցության և պետական գնումների գործակալությունը 2012 թվականի հունվարից մինչև 2014 թվականի ապրիլի 14-ը:

Գործակալության նպատակն է.

Շուկայում ապահովված լինեն պատշաճ պայմանները տնտեսական գործակալների ազատ թույլտվության համար, բացահայտվեն և արմատախիլ արվեն շուկա մտնելու վարչական, իրավական և խտրականության պատճենները:

Տնտեսական գործակալների գործունեությունում պաշտպանված լինի իրավահավասարության սկզբունքը և թույլ չտրվի մրցակցության ոչ իրավահավասար սահմանափակում:

Ապահովված լինի իրավասու մարմնի կողմից որոշում ընդունելիս հրապարակայնության, օբյեկտիվության, թափանցիկության և խտրականությունից զերծ սկզբունքների պահպանումը:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված իրավիճակին և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Որքանո՞վ արդարացված է ձեռնարկատիրոջ բողոքը:
- ▶ Ի՞նչ արդյունքներ կբերի ձեռնարկատիրոջը բողի ներկրման վրա սահմանափակում հաստատելը:
- ▶ Ի՞նչ արդյունքներ կբերի պետությանը սահմանափակում հաստատելը, որը այս դեպքում սպառողի դերում է:
- ▶ Ո՞ր փաստարկը կլինի արդարացված պետության կողմից ձեռնարկատիրոջ խնդրանքի մերժման դեպքում:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, մրցակցությունը կմարի՞, թե՞ պետությունը շուկան կգոհի ինքնակարգավորման համար:
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ որքանո՞վ մրցունակ է Վրաստանի տնտեսությունը:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Բրդյա գործվածքեղենի շուկայում միակ տեղական ձեռնարկությունն է: Այստեղ Ազգային բանակի հանդերձանքին անհրաժեշտ գործվածք է պատրաստվում:

Գործվածքեղենի շուկայում կուտակված ներկրած ապրանքի մրցակցությունից պաշտպանվելու համար ձեռնարկատերը պետությունից պահանջում է ներկրման վրա հարկերի սահմանում: Նա գտնում է՝ քանի որ իր արտադրությունը ազգային պաշտպանության համար կարևոր է, պետությունը պարտավոր է մրցակիցների հետ պայքարում նրան օգնություն ցուցաբերել:



6. ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻՇՏ ԱԶԱԼՈՒՐՁ Է

Դուք արդեն գիտեք՝ մրցակիցները որքան խնդիրներ են ստեղծում ձեռնարկատիրոջը: Ձեռնարկատերը եթե որակը պահպանելու, գինը իջեցնելու, նորարարությունների մասին մշտապես չմտածի, մրցակից ֆիրմաները սպառողների հոսքը իրենց կողմը կուղղեն և նրան հարկ կլինի շուկան թողնել: Երբ շուկայում մի քանի խոշոր վաճառող է, նրանցից յուրաքանչյուրի արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկը կախված է մրցակիցների գնային քաղաքականությունից:



Ով գիտի՝ քանի ձեռնարկատեր է մտածել, որ եթե ընդհանրապես մրցակիցներ չունենար, որքան հեշտ կլինեիր շահույթ ստանալը: Յուրաքանչյուր ձեռնարկություն սեփական շահերի օգտին կսահմաններ բարձր գներ, շուկայում կստեղծեր դեֆիցիտ և սպառողին կստիպեր բարձր գին վճարել այնպես, որ հոգ չէր տանի որակի, գովազդի, նորարարությունների, փաթեթավորման մասին... Բայց մրցակցությունը անխուսափելի է... Վաճառողները ոչ թե շուկային իշխելու, այն փոխմատչելիությամբ բաժանելու մասին անգամ չեն կարողանում համաձայնել, քանզի եկամուտները բարձրացնելու նպատակով համաձայնության որևէ մասնակից այնուամենայնիվ գինը անպայման կնվազեցնի:

Շուկաները մրցակցային «խաղի» կանոնները կամավոր չեն կազմում: Մրցակցության կանոնները պաշտպանելու համար, ինչպես ցանկացած մրցույթի ժամանակ, անհրաժեշտ է չեզոք կողմի միջամտությունը: Այդպիսի կողմ պետությունն է, նա միշտ աչալուրջ է, հեռվից հետևում է և պաշտպանում է շուկան, որպեսզի որևէ ձեռնարկատեր կամ ձեռնարկատերերի խումբ չսահմանափակի մրցակցությունը, չգրավի շուկան և չձգտի վերահսկել ռեսուրսները: Չի բացառվում, այսպես կոչված, գնային պատերազմը, գիշատիչ գների ստեղծումը:



Գնային պատերազմը կամ գիշատիչ գները նշանակում է ծախսերից ցածր գների սահմանում: Երբ ձեռնարկությունները միմյանց հետ համաձայնության հիման վրա միաժամանակ նվազեցնում են գները, որպեսզի շուկայից վտարեն, և/կամ թույլ չտան ոլորտում նոր մրցակիցների մուտքը, որոնց համար այդպիսի գինը անընդունելի է: Նրանց շուկայից վտարելուց հետո գները կրկին կբարձրանան և բոլոր կորուստները կփոխհատուցվեն:

Գների գիշատիչ բարձրացումը մեծ ֆիրմաների տակտիկան է, նրանք նշանակալից ֆինանսական ռեսուրսներ ունեն, այդ պատճառով կարող են դիմակայել կորուստներին: Կարճատև կորուստները ֆիրման երկարատև շահույթներով պետք է մարի, այլ կերպ այդ քաղաքականությունը չի կարողանա արդարացնել, այդ պատճառով գների գիշատիչ անկմանը միշտ ուղեկցում է գների նշանակալից բարձրացում:

Բիզնեսի կառավարումը կարգավորում են իրավական նորմերը՝ պետական օրենքները, որոշումները, կանոնները և ծրագրերը, դրանք ոչ թե միայն սպառողի հետաքրքրությունների համար են ստեղծվում, այլ ստեղծվում են երաշխիքներ նաև ձեռնարկատերերի համար:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Վերհիշե՛ք՝ որքանո՞վ պաշտպանված է մրցակցությունը Վրաստանում:
- ▶ Ինչպե՞ս են պաշտպանված սպառողի իրավունքները մեր երկրում:
- ▶ Գիտե՞ք այնպիսի դեպքեր, երբ պետության միջամտությունը կանխել կամ նվազեցնել է գների վերահսկման համաձայնագրերը:

Պետության կողմից մրցակցության պաշտպանությունը արդյունավետ է, այն ազդեցություն է գործում տնտեսական որոշումներ ընդունելու վրա, աջակցում է երկրի տնտեսական զարգացմանը և կայունացմանը:

Սպառողի պաշտպանություն

Օրենքով թույլատրելի **մենաշնորհի** տեսակներից մեկը հանդիսանում է **պետական թույլատրագիրը՝ լիցենզիան**: Պետությունը սպառողին պաշտպանում է նաև այլ օրենքներով և դրույթներով: Դժվար կգտնվի ապրանք, որը չի կրում կառավարական կարգավորման որևէ նշան: Օրինակ՝ սննդամթերքներ արտադրողները պարտավոր են փաթեթի վրա գրառել՝ ինչ է տեղադրված տուփի կամ բանկայի մեջ, ինչ բաղադրիչներ է պարունակում: Առանց հանգամանորեն անցկացրած քննության անթույլատրելի է դեղը վաճառքի դուրս բերել:

Ընդարձակ է այն ապրանքների թվարկությունը, որոնք պետության կողմից վերստուգում պետք է անցնեն առողջության և անվտանգության կանոններին համապատասխանության վերաբերյալ: Օրինակ՝ ավտոմեքենաների կառուցվածքը պետք է բավարարի անվտանգության չափորոշիչները: Դրա հետ մեկտեղ այն պետք է ունենա վնասակար արտանետումների վերահսկման սարքեր և անվտանգության բարձիկներ՝ վթարի դեպքում վարորդի և ուղևորների համար: Կառուցվածքի անվտանգությունն պահանջվում է նաև շինարարություններից:

Այն պահանջների շրջանում, որոնցով կառավարությունը պաշտպանում է սպառողներին, կարևոր է այն, որ վաճառողից պահանջվում է ցանկացած վաճառվող ապրանքի վրա գնի պարզ նշումը: Ուշադրություն է դարձվում նաև այն բանի վրա, որ գովազդը սպառողին չպետք է խաբի:

Սպառողի անվտանգությունը պետության կողմից բնակչության պաշտպանության գլխավոր հարցերից մեկն է: Ընկերությունը պատասխանատվություն է կրում իր արտադրանքը պահելու և օգտագործման գործընթացում սպառողի կյանքն ու



Մենաշնորհ

– շուկայական իրավիճակ, երբ շուկայում մեկ արտադրող է և բազմաթիվ սպառողներ:



Լիցենզիա՝

թույլատրագիր – վարչական մարմնի կողմից օրենքով սահմանված պայմանների բավարարման հիման վրա անձին շնորհված որոշված գործունեություն իրականացնելու իրավունք:

Վրաստանի մրցակցության Ազգային գործակալությունը իրավասու է.

Վրաստանի տարածքում պաշտպանել սպառողի իրավունքները և օրինական շահերը, իրականացնել խախտումների կանխում և աջակցել խախտված իրավունքների վերականգնմանը, բացահայտել փաստերը և համապատասխանաբար արձագանքել:

6. ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻՇՏ ԱԶԱԼՈՒՐՁ Է

սեփականությունը պահպանելու համար (չի պայթի, վնասակար չի լինի, մեխանիկական խաթարումներ չի առաջացնի և այլն): Ընկերությունները նաև պատասխանատվություն են կրում, որպեսզի արտադրանքի թողարկման գործընթացը ընթանա սանիտարական նորմերի և քիմիական բաղադրությունների ամբողջական պահպանությամբ:

Երկրի **առևտրի պալատը** իրավասու է սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով սահմանել ապրանքային չափորոշիչներ՝ ստանդարտներ:

Կառավարությունը ոչ միայն գովազդի բարեխղճությունը պետք է վերահսկի, այլև պետք է վերահսկի արտադրանքի փաթեթավորումը, պիտակը, պահեստային պայմանների պահպանումը:

Պետությունը պաշտպանում է նաև սպառողի տեղեկացվածության իրավունքը: Տեղեկատվությունը պետք է մատուցվի պիտակով կամ տպագիր հրատարակություններով, բուկլետներով և այլն:

Տեղեկացվածության իրավունք նշանակում է, որ ապրանք և սպասարկում ձեռք բերելիս սպառողը գիտենա.



Հիշե՛ք ծխախոտի վրա եղած գրառումը. «Առողջապահության նախարարությունը զգուշացնում է, ծխելը վնասարար է ձեր առողջության համար»:

Տեղեկատվությունը պետք է մատուցվի պիտակով կամ տպագիր հրատարակությամբ, բուկլետներով և այլն:

ԱՇԽԱՏՆԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Հայտնի է, որ պետական օրենսդրությունը խոչընդոտում է մի ֆիրմայի կողմից այլ ֆիրմային նեղություն պատճառելը: Ի՞նչ եք կարծում, մրցակցության այդպիսի պաշտպանությունը չի՞ տանում, արդյոք, մինչև ազատ մրցակցության սահմանափակում:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Պաշտպանենք ձեռնարկատերերին և սպառողներին:

Բաժանվե՛ք երկու խմբի, մի խումբը կազմի ձեռնարկատերերի պաշտպանության օրենսգիրքը, երկրորդը՝ սպառողների պաշտպանության օրենսգիրքը:

- ▶ Պատրաստե՛ք շնորհանդես: Աշխատելու համար տրվում է 15 րոպե:
- ▶ Վերջնական տարբերակը գրատախտակի վրա իրար կողքի փակցրեք: Շնորհանդեսից հետո նշեք երկու օրենսգրքերի ընդհանուր հոդվածները:
- ▶ Զննարկե՛ք՝ ինչո՞ւ այս օրենսգրքերում հայտնվեցին ընդհանուր հարցեր:
- ▶ Համեմատե՛ք այս վեճը «Դեղորայքի շեմային գների ներդրում» թղթապանակի իրավիճակների հետ:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Մրցակցություն և ձեռնարկատերեր

Ֆիրմաները հաճախ պահանջում են մրցակցության օրենսդրական սահմանափակում: Օրինակ՝ անցյալ դարի 90-ական թվականներին Ֆրանսիայում տարբեր սեգմենտների վաճառողները լրատվամիջոցներով հետաքրքիր պահանջներ էին բարձրաձայնում և կառավարությունից պահանջում էին աջակցություն: Առաջարկում ենք քաղվածքներ որոշ պահանջներից:

Զննարկե՛ք յուրաքանչյուր պահանջը և դատողություն արե՛ք:

- ▶ Ինչպիսի՞ արդյունքներ կհետևեին ձեռնարկատերերի պահանջների բավարարմանը կառավարության կողմից աջակցության դեպքում
 - ա) կարճաժամկետ ժամանակաշրջանում,
 - բ) երկարաժամկետ ժամանակաշրջանում:

Պահանջ 1. «...Հինգ տարվա ընթացքում բոլոր սանտեխնիկները յուրաքանչյուր ուսումնական կիսամյակում ընդհանուր ֆիզիկայի և հիդրավիկայի քննություն պետք է հանձնեն, միայն դրանից հետո նրանց կտրվի աշխատելու լիցենզիա՝ թույլատրագիր»:

Պահանջ 2. «...Նորաբաց սպասարկման կենտրոնի սեփականատեր պարոն Դավիթը մամլո ասուլիսում հայտարարեց, որ պետությունից պահանջում է ոլորտի կարգավորում: «Պետք է սահմանափակվի այն **դիլետանտների** ազատությունը, ովքեր իրենց բակապաններ և տնային հավաքարարներ են կոչում և բնակչությանը ծառայություն



Դիլետանտ-
մակերեսային
կրթություն ունեցող,
մասնագիտական
գիտելիք չունեցող անձ:

6. ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄԻՇՏ ԱԶԱՆՈՒՐՁ Է

են մատուցում ցածր զներով», - հայտարարեց նա և բոլոր այն անձանց նկատմամբ, ովքեր նման գործունեություն են վարում և սպասարկումների կենտրոնում հաշվառքի վրա չեն գտնվում, կառավարությունից պահանջեց հետաքննություն սկսել և վարչական պատիժ սահմանել»:

Պահանջ 3. Տնտեսագետների մի մասը ապացուցում է, որ «օրենքը, որը սահմանափակում է մրցակցին, սահմանափակում է նաև մրցակցությունը»: Ի՞նչ հիմք ունեն նրանք այդպիսի հայտարարություն անելու համար:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Սպառողի իրավունքների պաշտպանությունը և վստահությունը վաստակելը օգտակար է նաև ընկերության համար, քանի որ սպառողը ընտրությունը կատարում է այդպիսի ֆիրմաների օգտին:

- ▶ Թվարկե՛ք այն վրացական ընկերությունները և արտադրանքները, որոնք ձեռք են բերել սպառողի առանձնահատուկ վստահությունը:
- ▶ Համաձայն եք, թե՞ ոչ տնտեսագետների շրջանում տարածված հետևյալ կարծիքին. որպեսզի պահպանենք մրցունակ տնտեսական համակարգը, հարկավոր են այնպիսի օրենքներ ուժեղ ֆիրմաների գործողությունների դեմ, որոնք արգելում են ծախսերից ավելի ցածր զնով վաճառել:

Ինչպե՞ս է պետությունը պաշտպանում ձեռնարկատիրոջ իրավունքները:

- ▶ Սահմանադրությամբ
- ▶ Երկրի քաղաքական կայունությամբ
- ▶ Ձեռնարկատիրության մասին օրենքով
- ▶ Հարկային օրենսգրքով
- ▶ Լիցենզիայի պահանջներով
- ▶ Տարբեր օրենքներով

Ինչպե՞ս է պետությունը պաշտպանում սպառողի իրավունքները:

- ▶ Սահմանադրությամբ
- ▶ Շրջակա միջավայրի պահպանության պահանջներով
- ▶ Մրցակցության պաշտպանությամբ
- ▶ Ներկրման վրա մաքսային սակագների և քվոտաների սահմանմամբ
- ▶ Ֆինանսական կարգավորման գործիքներով
- ▶ Պատժամիջոցներով

ՍԱ ՀԵՏԱԲԵՐՔԻՐ Է

Ծերմանի օրենքը

Ծերմանի օրենքը ԱՄՆ-ի կոնգրեսն ընդունեց 1890 թվականին: Օրենքը արգելում է ցանկացած պայմանագիր, միավորում և գաղտնի գործարք, որն ուղղված է նահանգների միջև առևտրի սահմանափակումներին կամ առևտրի որևէ մասը մենաշնորհային դարձնելուն: Ցանկացած երկու մրցակից, որոնք միավորվել և դարձել են գործընկերներ, կարող են մեղավոր ճանաչվել մրցակիցների համար առևտուրը դժվարացնելու և շուկայի մեծ մասը գրավելու նպատակով միավորվելու համար, այդ պատճառով դաշնային դատարանները նրանց դեմ են հանդես գալիս և կայացնում են եզրակացություն, որ այդպիսի միավորումները, Ծերմանի օրենքի համաձայն, պետք է արգելվեն (յուժարվեն): Օրինակ՝ աշխարհում ամենամեծ և ծաղկող հեռուստահաղորդակցության «T&» ցանցը 1974 թվականին մեղադրվեց հեռախոսային արդյունաբերությունը մենաշնորհելու փորձի մեջ և դատավճռով 1982 թվականին բաժանվեց 22 տեղայնացված գործող ընկերությունների:

2000 թվականին ամբողջ աշխարհում աղմուկ բարձրացրած դատարանը «Մայքրոսոֆթ» ընկերությունը համարեց մենաշնորհային և հակամենաշնորհային օրենսդրության հիման վրա նրա բիզնեսը մասնատելու դատավճիռ կայացրեց:



Սակագին – ինչ-որ բանի հարկազանձման կամ վարձատրության դրույքների աղյուսակ, ժողովածու:



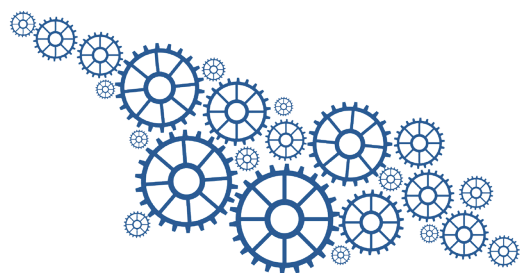
Քվոտա – հարկազանձման քանակ, որը սահմանվում է յուրաքանչյուր հարկավճարի ենթարկվող միավորի վրա:

Արտադրի՛ր Վրաստանում

«Արտադրի՛ր Վրաստանում» ծրագիրը ձեռնարկատիրության զարգացման համար իրականացնում է տարբեր անհրաժեշտ մեխանիզմներ:

Քննարկենք դրանցից մեկը՝ միկրո և փոքր ձեռնարկատիրության աջակցության ծրագիրը:

Միկրո և մանր ձեռնարկատիրության պետական ծրագրի շրջանակներում հայտարարված դրամաշնորհային մրցույթին մասնակցության իրավունք ունի Վրաստանի ցանկացած չափահաս քաղաքացի՝ որպես ձեռնարկատեր սուբյեկտ, որը ծրագրի շրջանակներում ֆինանսավորում չի ստացել կամ առաջին անգամ է մասնակցում, ինչպես նաև ձեռնարկատեր սուբյեկտը, որը մեկ անգամ արդեն ստացել է միկրո և փոքր ձեռնարկատիրության մասով սահմանված աջակցությունը, բացի դրամաշնորհային մրցույթում հաղթանակած բենեֆիցիարներից:



ԱՐՏԱԴՐԻ՛Ր ՎՐԱՍՏԱՆՈՒՄ

Ծրագրի սահմաններում գործող ձեռնարկատեր սուբյեկտները դրամաշնորհի ստանալու հնարավորություն կունենան նաև նրանց համար արդեն ֆինանսավորված գործունեության ընդարձակման կամ նոր բիզնես նախագծի դեպքում:

Ծրագիրն իրականացվում է Վրաստանի ողջ տարածքում: Ծրագրի շրջանակներում հնարավոր է ֆինանսավորել 300-ից ավելի տնտեսական գործունեություն:

«Արտադրի՛ր Վրաստանում» պետական ծրագրի միկրո և փոքր ձեռնարկատիրության մի մասի նպատակն է.

- ▶ միկրո և փոքր բիզնեսի զարգացումը,
- ▶ ժամանակակից ձեռնարկատիրական մշակույթի արմատավորումը,
- ▶ նոր աշխատատեղերի ստեղծումը,
- ▶ կորոնավիրուսի համաճարակով առաջացած բացասական տնտեսական ազդեցության կրճատումը:

Ծրագրի սահմաններում ֆինանսական օգնություն ցուցաբերելու ճանապարհով, ինչպես գոյություն ունեցող, այնպես էլ կարողունակ ձեռնարկատերերին հնարավորություն է ընձեռվում սկսել սեփական գործը, իսկ խորհրդատվական բաղադրիչի գոյությունը ապահովում է բիզնես կատարելու տեսանկյունից շահագրգռված անձանց գիտելիքը բարձրացնել:

Ծրագրի երկու կարևոր բաղադրիչներ են հանդիսանում բիզնես սկսելու կամ գործող բիզնեսը ընդարձակելու-զինելու համար անհրաժեշտ ֆինանսական աջակցությունը և տեխնիկական օգնությունը:

Ֆինանսական աջակցությունը նախատեսում է կարողունակ բենեֆիցիարներին նպատակային դրամաշնորհի հատկացնել առնվազն 30 000 լարիի չափով, Իմերեթի, Գուրիա, Կախեթի, Ռանա-Լեչխումի և Քվեմո Սվանեթի տարածաշրջաններում՝ առնվազն 40 000 լարիի չափով:

«Արտադրի՛ր Վրաստանում» ծրագրի մասին մանրամասն տեղեկատվությունը կարող եք տեսնել այս հղումի վրա.
<https://bit.ly/3Eigc9H>



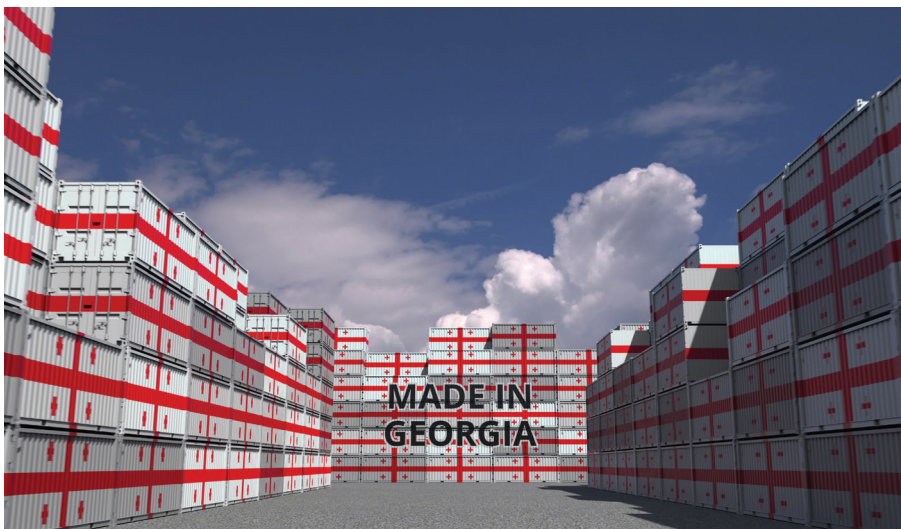
Տեխնիկական օգնությունը նախատեսում է ընդհանուր ձեռնարկատիրական հարցերի և բիզնես պլան կազմելու գործում վարժանքների անցկացում ներուժ ունեցող բենեֆիցիարների համար, որոնք հաջողությամբ կանցնեն ծրագրի բիզնես գաղափարների փուլը:

ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Հաջորդ դասի համար ծանոթացե՛ք «Օգտակար ռեսուրսների» վերջին հղումի վրա տեղադրված տեսապուժեին:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Փոքր բիզնես <https://bit.ly/3JA4gna>
- ▶ Միկրո բիզնեսը ինչպես համարենք համամասնակցություն՝ «Արտադրի՛ր Վրաստանում» 30 000-լարիանոց դրամաշնորհին <https://bit.ly/40hJAqd>
- ▶ Սպառողի իրավունքների պաշտպանություն <https://bit.ly/3Y59V9y>
- ▶ Զբաղվածների պաշտպանության սկզբունքներ <https://bit.ly/3X-VQ6Be>
- ▶ Զբաղվածների պաշտպանություն Վրաստանում <https://bit.ly/3H-QQOtS>
- ▶ Տեսապուժե. «Ի՞նչ ներուժ ունի ձկնարդյունաբերությունը» <https://bit.ly/3Ht56Qa>



7. ԻՆՉՊԵՄ ՊԵՏՔ Է ԳՈՐԾԻ ՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված նյութերին.

1. «Հիվանդությունների պատճառով ձկան ֆերմաները փակվում են»

2. Տեսասյուժե. «Ի՞նչ ներուժ ունի ձկնարդյունաբերությունը»

- ▶ Դո՛ւրս գրեք, ի՞նչ հիմնախնդիրներ կարգավորելու մասին է խնդրում ձեռնարկատերը պետությունից:
- ▶ Ձեր կարծիքով, որքանո՞վ արդարացի են այդ պահանջները:
- ▶ Հանձնառո՞ւ է պետությունը այդ հարցերը կարգավորելու համար: Ինչո՞ւ:

Այս նույն նյութի վրա հենվելով՝ պատրաստե՛ք շնորհանդես՝ օգտագործելով հետևյալ հարցերը.

- ▶ Բիզնեսի զարգացման համար մատչելի միջավայրի ստեղծումը որքանո՞վ է հանդիսանում պետության պարտականություն:
- ▶ Ինչպե՞ս է վերահսկում պետությունը ձեռնարկատիրոջ արտադրանքի որակը: Առանց վստահելի լաբորատորիայի հնարավո՞ր է եզրահանգումներ կատարելը:
- ▶ Պարտավո՞ր է, թե՞ ոչ պետությունը ճյուղի զարգացման նպատակով կատարել քայլեր որակյալ լաբորատորիա ստեղծելու համար:
- ▶ Ո՞ր հիմնախնդիրները պետք է կարողանան կարգավորել ձեռնարկատերերը սեփական ուժերով, ուժերի համախմբմամբ: Ինչո՞ւ:
- ▶ Դուք ի՞նչ խորհուրդ կտայիք ձկան ֆերմաների սեփականատերերին:
- ▶ Ինչպե՞ս կարելի է այս վիճակը կապել մեր համալիր առաջադրանքի իրավիճակի հետ:

Հիվանդությունների պատճառով ձկան ֆերմաները փակվում են*

Ձկան ֆերմերային տնտեսությունները արտադրության գործընթացում ամենակարևոր հիմնախնդիրը համարում են ձկան հիվանդությունները: Երկրում հետազոտական լաբորատորիայի բացակայության պատճառով ձկնարդյունաբերողները դժվարանում են կանխարգելել հիվանդությունները, ինչը հաճախ դառնում է դրանց փակման պատճառ:

«Սոփոյի կարմրախայտը» կարմրախայտի տնտեսության հիմնադիրն ասում է, որ ավագանային մշակույթի մասին օրենքը ֆերմերների վրա դրեց ձկան հիվանդությունների մոնիթորինգի պարտականություն, սակայն առանց լաբորատորիայի դա չի կարող կատարվել:

«Ակվակուլտուրայի (ձկան բազմացում) մասին օրենքում» ամենակարևոր մասերից մեկն այն է, որ մենք ձեռնարկությունում

* Աղբյուր. <https://bit.ly/3Yt349q>



Ակվակուլտուրա – ջրային կենդանի օրգանիզմի (ձուկ, մոլուսկա, խեցգետնաման, ջրաբույս) բազմացում այնպիսի միջոցների կիրառմամբ (կուլտիվացում, աճեցում, բազմացում), որոնց նպատակն է այս օրգանիզմի արտադրության մեծացումը միջավայրի բնական հնարավորություններից դուրս:

պետք է վերահսկենք ձկան առողջությունը, բայց դրա համար մեզ անհրաժեշտ է համապատասխան լաբորատորիա, որը շատ թանկ հաճույք է: Ինչպես նաև որակյալ ձկնաբանների լուրջ դեֆիցիտ է: Պետությունը եթե մեզ պարտավորեցնում է ձկան ձեռնարկությունում հիվանդությունների մոնիթորինգին համապատասխանաբար գործենք, նաև ինքն իրեն պետք է պարտավորեցնի, որ մեզ համար մատչելի լինի հետազոտական լաբորատորիան: 12 տարի է այս ոլորտում եմ և անընդհատ այդ մասին եմ խոսում. ձկան հիվանդությունների մեծագույն խնդիր ունենք: Տնտեսությունների փակման հիմնական պատճառներից մեկը նաև այն էր, որ չեն կարողանում կառավարել հիվանդությունները», - ասում է Սոփո Դիասամիձեն:

Եվս մեկ հիմնախնդիր, որը ֆերմերային տնտեսություններին անհանգստացնում էր, դա ձկան սննդի բարձրացված գինն էր և դրա պահեստավորումը ոչ համապատասխան պայմաններում: Սոփո Դիասամիձեն ասում է, որ այժմ մեկ բեռնամփոփ կերը արժե 30 000 եվրո, իսկ անցյալ տարի 20 000 եվրո արժեր:

«Ձկան կերի հարցով նույնպես կախված ենք ներկրումից: Չնայած նրան, որ ձկան կերի հիմնական բաղկացուցիչ բաղադրիչը՝ ձկան ալյուրը, արտադրվում է մեզ մոտ, այն արտադրամասերի սարքավորումը, որոնք ձկան կեր պետք է արտադրեն, այնքան թանկ է նստում և մեր արտադրողականությունը այնքանով չի կարողանում պատասխանել դրան, որ ներդրողները խուսափում են: Կարևոր է ոչ միայն որակյալ կերի ներկրումը, այլև դրա ճիշտ պահեստավորումը, քանզի շուտ փչացող արտադրանք է և անհրաժեշտ են համարժեք պայմաններ: Մենք՝ ֆերմերներս, հաճախ հանդիպում ենք ոչ բարեխիղճ բիզնես օպերատորների, որոնք այս հարցը չեն նախատեսում», - ասում է ֆերմերը:



Ձկնաբան -

կենդանաբանության
ճյուղերից մեկը, որը
ուսումնասիրում է
ձկների կենսակերպի
բոլոր կողմերը,
դրանց կառուցվածքը,
սիստեմատիկան,
էկոլոգիան և մշակում
է ձկնորսության
և բազմացման
կենսաբանական
հիմունքները:



ԱՇԽԱՏՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- ▶ Հասարակական քաղաքականության հարցերից ընտրեք մեկը՝ ձեզ համար ամենահետաքրքիր հարցը,
- ▶ ձեր կողմից ընտրված հարցի շուրջը մշակեք այնպիսի հասարակական քաղաքականություն (օրենք, դրույթ կամ պետական ծրագիր), որը արձագանքում է հիմնախնդրին,
- ▶ որոշե՛ք՝ ո՞ր նպատակի (նպատակների) աջակցությանն է ձգտում ձեր կողմից մշակված մոտեցումը և բացատրե՛ք՝ ի՞նչ ազդեցություն կգործի այն այլ նպատակի (նպատակների) հասնելու վրա,
- ▶ որոշե՛ք՝ ի՞նչ տնտեսական համակարգում կարելի է մշակված այս մոտեցումը իրականացնել և ինչո՞ւ: Տնտեսական համակարգի ո՞ր տեսակն է (հրամայական կամ շուկայական) ավելի շատ համապատասխանում այս քաղաքականությունը կյանքի կոչելուն,
- ▶ խմբերը պատրաստում են շնորհանդես և միմյանց հետ փոխանակում են կարծիքները:

Հասարակական քաղաքականության հարցեր.

1. Բոլոր քաղաքացիներին պետությունը պետք է ապահովի անվճար շտապ բժշկական սպասարկմամբ:
2. Հասարակական կուտակման տեղերում ծխելը պետք է արգելվի:
3. Վրացական հավկիթ արտադրողներին պաշտպանության նպատակով ներկրված հավկիթի վրա սակագինը պետք է բարձրացվի:

Մենք՝ Վրաստանի քաղաքացիներս, որոնց անսասան կամքն է ժողովրդավարական հասարակարգի, տնտեսական ազատության, սոցիալական և իրավական պետության հաստատումը, մարդու համընդհանուր ճանաչված իրավունքների և ազատությունների ապահովումը, պետական անկախության ամրապնդումն ու այլ ժողովուրդների հետ խաղաղ հարաբերությունները, հիմք ընդունելով վրաց ազգի բազմադարյա պետականության ավանդույթները և Վրաստանի՝ 1921 թվականի Սահմանադրության պատմաիրավական ժառանգությունը, Աստծո և երկրի առջև հռչակում ենք սույն Սահմանադրությունը:

Վրաստանի Սահմանադրության նախաբան

Վրաստանի Սահմանադրությունը հանդիսանում է ինչպես քաղաքական, այնպես էլ տնտեսական փաստաթուղթ: Այս փաստաթուղթը ճիշտ է բոլոր երկրների սահմանադրությունների համար: Տնտեսական և քաղաքական ազատությունը էական է երկրի բարօրության և աճի համար: Ճիշտ այդ պատճառով տարբեր երկրների սահմանադրություններում մտցված են



Պրեամբուլա

- նախաբան՝
նշանակալից,
պաշտոնական
փաստաթղթի
ներածական մաս:

շուկայական տնտեսության գործունեությանը աջակցող և խթանող շատ պայմաններ: Այդպիսով՝ երկրի տնտեսության էական նրբագծերը սահմանում է սահմանադրությունը:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Բացատրեք, թե ինչպես կարելի է սահմանադրության նախաբանը օգտագործել շուկայական տնտեսության մեջ՝ պետության միջամտությունը, օրինակ՝ նվազագույն աշխատավարձի մասին օրենքը, սոցիալական ապահովությունը, գործազրկության փոխհատուցումը, անվտանգության կանոնակարգերը հիմնավորելու համար:
- ▶ Ինչպես է պաշտպանում ձեռնարկատերերին սահմանադրության ստորև տրված 9-րդ հոդվածը:
- ▶ Կապակցե՛ք սահմանադրության քաղվածքները «Դեդոռայքի շեմային գների ներդրում» ակտիվության հետ (էջ 76-80):
- ▶ Ձեր կարծիքով, հնարավո՞ր է, թե՞ ոչ հասնել լրիվ տնտեսական ազատության:

1. Տնտեսական ազատությունը ճանաչված և ապահովված է:
2. Պետությունը հոգ է տանում ազատ և բաց տնտեսության, ազատ ձեռնարկատիրության և մրցակցության զարգացման մասին:
3. Թույլ չի տրվում չեղարկել մասնավոր սեփականության համընդհանուր իրավունքը:

Վրաստանի Սահմանադրություն, հոդված 6

Երբեմն մարդու ազատությունը հասարակության ընդհանուր բարօրության համար պետք է սահմանափակվի: Օրինակ՝ անօրեն է որոշ տեսակի ապրանքի և սպասարկման (օր.՝ հաշիշի, ընտրական ձայների) առք-վաճառքը: Գոյություն ունեն արտադրանքներ (օր.՝ ալկոհոլ և ծխախոտի արտադրանք), որոնց առք-վաճառքը հաճախ մասնակիորեն սահմանափակված է (օրինակ՝ տարիքային սահմանափակում):

Հասարակությունն ընդունում է օրենքներ, որոնք երբեմն ընդարձակում, իսկ երբեմն սահմանափակում են տնտեսական ազատությունը:

Գների մակարդակի անսպասելի փոփոխությունը վնասաբեր է մարդկանց մի խմբի համար, բայց հնարավոր է մատչելի լինի մյուս խմբի համար: Օրինակ՝ արտադրանքների գնի բարձրացումը վնաս է բերում սահմանված եկամուտ ունեցող մարդկանց, բայց շահույթ կբերի նրանց, ովքեր վաճառքից օգուտ են ստանում: Գների կայունությունը մատչելի է տնտեսական անվտանգության և ներդրումների համար:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Որքանո՞վ մեծ պետք է լինի պետության դերը մեր տնտեսությունում՝ անսահմանափակ, թե՞ սահմանափակ: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Կարդացե՛ք քարտերի վրա նկարագրված տարբեր անձնական և սոցիալական նպատակները:
- ▶ Պետության ո՞ր գործողություններին եք համաձայնում և որի՞ն՝ ոչ:
- ▶ Որքանո՞վ են օգնում կամ որքանո՞վ են վնաս հասցնում պետական ծրագրերը մարդկանց և ողջ երկրին այն նպատակի կատարմամբ, որը ձեր քարտի վրա է նկարագրված:
- ▶ Անվանե՛ք ձեր քարտի վրա նկարագրված ծրագրերի դրական և բացասական կողմերը:

Առևտրական քարտեր

1. Նպատակ. ջինսերի վաճառք

Հնարավոր է տարբեր ոճերի, մակնիշների, գնի և որակի ջինսեր գնել, որոնք վաճառում են տարբեր խանութներ:

2. Նպատակ. ջինսերի վաճառք

Հնարավոր է միայն մեկ ոճի ջինսեր գնել, որոնք թողարկված են պետական ձեռնարկության կողմից: Արտադրության քվոտաները սահմանել են պետական պլանավորողները: Հաճախ ջինսեր խանութներում չեն ճարվում: Միայն սև շուկայում է՝ բարձր գներով:

3. Նպատակ. մաքուր օդ

Արտադրական ընկերությունները պետք է կրճատեն աղտոտումը կամ տուգանքներ վճարեն:

4. Նպատակ. մաքուր օդ

Պետական գործիչները ձեռնարկությանը հանձնարարում են արտադրանքի թողարկման բարձր ծավալ, ինչը առաջ է բերում աղտոտում, բայց հետո օդի որակի բարելավման համար քննարկում են արտադրությունը կրճատելու մասին:

5. Նպատակ. մաքուր ջուր

Պետությունը վաճառում է աղտոտման իրավունքը և տալիս է թույլատրագիր՝ լիցենզիա: Ֆիրմաները թույլատրագիր գնում են այն դեպքում, եթե թույլատրագիր գնելը ավելի էժան է նստում, քան չաղտոտելու համար ծախսերը:

7. Նպատակ. արժեզրկման զսպում

Կենտրոնական բանկը բարձրացնում է տոկոսադրույքը, երբ ուզում է արժեզրկումը կրճատել:

9. Նպատակ. ընկերության մրցունակության պահպանում

Որոշ ընկերություններ ազատում են աշխատուժին այն նպատակով, որ կրճատեն արտադրանքի գինը և բարձրացնեն արտադրողականությունը, որպեսզի մրցակցեն ներքին և արտասահմանյան ֆիրմաների հետ:

11. Նպատակ. լավ մայրուղիներով քայլել

Նոր ճանապարհներ են կառուցվում և հարկավճարումներով հաջողվում է դրանք լավ վիճակում պահել:

13. Նպատակ. տեղափոխվել ավելի մեծ տուն

Անհատները կարող են գնել, վաճառել կամ վարձակալել տուն, հողակտոր կամ բնակարան:

6. Նպատակ. մաքուր ջուր

Աղտոտման վերահսկման միջոցառումները անց են կացվում միայն այն ժամանակ, եթե աղտոտման կրճատումը պետական գործիչների և պլանավորողների համար ավելի կարևոր նպատակ է, քան պետական ձեռնարկության կողմից ավելի շատ ապրանք թողարկելը և ծառայություն մատուցելն է:

8. Նպատակ. արժեզրկման զսպում

Ապրանքի և ծառայության վրա պաշտոնական գները սահմանում են պետական պլանավորողները և սովորաբար պաշտոնական գների մակարդակի վրա արժեզրկում գոյություն չունի:

10. Նպատակ. ընկերության մրցունակության պահպանում

Կրճատումը (աշխատող ուժի ազատումը) խոչընդոտում է պետական պլանավորման նպատակին (գործազրկության վերացումը): Միջազգային առևտուրը սահմանափակում են, որպեսզի աջակցեն ազգային ինքնապահովմանը և բացառեն մրցակցությունը արտասահմանյան ֆիրմաների կողմից:

12. Նպատակ. լավ մայրուղիներով քայլել

Պետական պլանավորողները հատկացնում են որոշակի ռեսուրսներ ճանապարհներ կառուցելու և վերանորոգելու համար, իսկ այլ ռեսուրսներ՝ պետական ֆիրմաներում ապրանք թողարկելու և ծառայություններ մատուցելու համար:

14. Նպատակ. տեղափոխվել ավելի մեծ տուն

Պետությունը կառուցում է բնակարաններ և առաջարկում է դրանք ընտանիքներին այնպիսի չափանիշների վրա հենվելով, ինչպիսիք են ընտանիքի անդամների թիվը և բնակարանի հերթում գտնվելու տևողությունը: Անհատներն իրավունք չունեն գնել կամ վաճառել տները, բնակարանները կամ հողակտորները:

15. Նպատակ. քոլեջ ընդունվել և երկրաբանություն սովորել

Անհատները կարող են ցանկացած քոլեջ կամ համալսարան ընդունվել և առարկաներ ընտրել: Ուսանողները պետք է վճարեն ուսման վարձ:

16. Նպատակ. քոլեջ ընդունվել և երկրաբանություն սովորել

Պետական պլանավորողները որոշում են՝ ով որ առարկան պետք է սովորի: Կառավարությունը վճարում է ուսումնարան ընդունված ուսանողների ուսման վարձը:

17. Նպատակ. նոր բիզնես սկսել

Ձեռնարկատերերը կարող են գնել, վաճակալել և կազմակերպել ռեսուրսները նոր բիզնես սկսելու համար:

18. Նպատակ. նոր բիզնես սկսել

Պետական սեփականությունում եղած մեծ գործարանները արտադրում են արտադրանքի մեծ մասը: Պետական պլանավորողները որոշում են՝ կառուցե՞ն, թե՞ ոչ նոր գործարաններ և ստեղծե՞ն նոր ֆիրմաներ:

19. Նպատակ. աղքատների և ծերերի մասին հոգատարություն

Հարկային եկամուտները օգտագործվում են տարբեր օգնությունների, բժշկական և սոցիալական ապահովագրությունների ապահովման համար: Շատ աշխատողներ ունեն մասնավոր թոշակ կամ խնայողություն:

20. Նպատակ. աղքատների և ծերերի մասին հոգատարություն

Պետության կողմից երաշխավորված են բոլոր քաղաքացիների բժշկական օգնությունը, թոշակը և բնակության տարածքը:

21. Նպատակ. լավ աշխատանք

Ցանկության դեպքում՝ ծառայության ընտրության և փոփոխման ազատություն: Լավ աշխատանքը գնահատվում է բարձր աշխատավարձով և այլ շահույթներով, որոշ մարդիկ ուրիշներից ավելի են վաստակում:

22. Նպատակ. լավ աշխատանք

Մարդկանց տարբեր աշխատանքներում միատեսակ, պետական պլանավորողների կողմից սահմանված աշխատավարձ են վճարում: Առանց պետության թույլտվության սահմանափակ է նոր աշխատանքի, նոր բնակության վայրի և այլնի ընտրության ազատությունը:

23. Նպատակ. գործազրկությունից խուսափել

4-5 % գործազրկությունը համարվում է լրիվ զբաղվածություն, քանզի աշխատողները փոխում են աշխատանքը: Պետության տնտեսական քաղաքականությունը ուղղված է գործազրկությունը վերացնելուն:

24. Նպատակ. գործազրկությունից խուսափել

Բոլորը զբաղված են, այդ պատճառով պաշտոնապես գործազրկություն գոյություն չունի: Որոշ աշխատանքներ պահպանված են նաև այն ժամանակ, երբ դրանք գրեթե ոչինչ չեն բերում, միայն թե բոլորը զբաղված լինեն:

Պետության տնտեսական գործառնությունները

Հասարակական ապրանքի և ծառայությունների թողարկում

Հասարակական ապրանք (ազգային պաշտպանություն, ճանապարհներ, մայրուղիներ, պուրակներ...) և ծառայություններ, որոնք բնութագրվում են ընդհանուր օգտագործմամբ:

Ուղեկցող (արտաքին) ներգործությունների ուղղում

Պետությունը կարող է հարկային քաղաքականություն գործադրել այն բանի համար, որպեսզի կարգավորի ապրանքի և ծառայությունների գերթողարկումը կամ ոչ բավարար թողարկումը: Օրինակ՝ միջավայրի աղտոտման վերահսկողություն. պետությունը հարկեր է սահմանում ձեռնարկության վրա, որը օղը աղտոտում է և դրանով սահմանափակում է նրա գործունեությունը:

Մրցակցության պահպանում

Ծուկայական տնտեսության երկրները ապահովում են մրցակցությունը տարբեր շուկաներում: Վաճառողների շրջանում մրցակցության արդյունքում հետևում են ցածր գներ, արտադրանքի բարձր որակ և ծառայողների ավելի լավ սպասարկում:

Օրենքների կատարման ապահովում

Պետությունը ստեղծում է օրենքներ, որոնք սահմանում են քաղաքացիների տարբեր իրավունքները: Օրինակ. օրենք՝ ձեռնարկատիրության մասին, օրենք՝ սեփականության մասին և այլն: Սեփականության իրավունքները ներառում են մասնավոր սեփականության կիրառման, զարգացման և փոխանցման իրավունքը, եկամուտներ վաստակելու, խնայողության և մեծացման իրավունքները, աշխատանքը փոփոխելու իրավունքը:

Եկամուտների բաշխում

Պետությունը բաշխում է եկամուտները հարկեր սահմանելու ճանապարհով և օգնություններ հատկացնելու ծրագրերով: Օրինակ՝ պետությունը տալիս է սոցիալական պաշտպանության նպաստներ և գործազուրկների փոխհատուցումներ:

Արժեզրկման և գործազրկության կրճատում

Գների ընդհանուր մակարդակը պահպանելու, այսինքն՝ արժեզրկումը և գործազրկության բարձրացումը դադարեցնելու համար պետությունը իրականացնում է հարկային և ծախսային քաղաքականություն, որը ազդեցություն է գործում գործազրկության, արտադրության և գների ընդհանուր մակարդակի վրա, օրինակ. պետության կողմից անցկացվող միջոցառումներ **արժեզրկումը** կասեցնելու կամ զբաղվածությունը խթանելու համար:



Ինֆլացիա -

գնաճ՝ ապրանքի
և ծառայության
գների ընդհանուր
մակարդակի աճ:
Պարզ եթե ասենք՝
արտադրանքի
թանկացում: Փողի
գնողունակության
նվազմանը նույնպես
գնաճ են ասում, քանի
որ գների բարձրացման
պատճառով, օրինակ,
100 լարիով այլևս
չես կարող գնել
այնքան ապրանք և
ծառայություն, որքան
մեկ ամիս կամ մեկ
տարի առաջ էիր գնում:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Օգտվե՛ք պետության տնտեսական գործառնությունների ինֆոգրաֆիկայից (էջ 103) և հենվելով դրան, քննարկե՛ք «առևտրական» քարտերի մասին, մասնավորապես, ո՞ր նպատակի կատարմանն է ծառայում կամ չի կարող ծառայել պետության տնտեսական գործառնության կամ գործառնությունները: Ինչպե՞ս է նպատակը հասանելի:
- ▶ Ընտրե՛ք պետության գործառնություններից մեկը: Նկարագրե՛ք ինչպես է կատարվում այն շուկայական տնտեսությունում:
- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն կգործեր այս կամ այն պետական ծրագրի կատարումը ձեզ վրա:
- ▶ Քննարկե՛ք պետության տնտեսական դերը կոնկրետ իրավիճակներում.
- ▶ Իշխանության իրավասությունն է օգնություն ցուցաբերել Թբիլիսիի կառավարությանը օդանավակայանների և այլ նման տրանսպորտային օբյեկտների շինարարությունում:
- ✓ Համաձայնո՞ւմ եք, թե՞ ոչ այդ առաջարկությանը: Բացատրե՛ք ձեր պատասխանը:
- ✓ «Մասնավոր սեփականության, մրցակցության և շահույթ ստանալու մոտիվի պաշտպանությունը պետության կողմից հավասարության, արդյունավետության և գների կայունության պահպանման լավագույն ուղին է»:
- ✓ Համաձայնո՞ւմ եք, թե՞ ոչ այս նախադասությանը: Հիմնավորե՛ք ձեր կարծիքը:
- ✓ Քաղաքապետարանը միջոցներ չպետք է ծախսի պուրակների և զբոսայգիների շինարարության և շահագործման վրա: Դա մասնավոր բիզնեսի գործն է: Համաձայնո՞ւմ եք, թե՞ ոչ այդ առաջարկությանը: Պարզաբանե՛ք ձեր պատասխանը:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Վրաստանի մրցակցության Ազգային գործակալության պաշտոնական էջը <https://bit.ly/3HTffan>

8. ՄՈԴԵԼԱՎՈՐՈՒՄ

Խաղանք «Մամախա»

Փոքր խմբերում՝ տրիադներում (եռյակներում), անցկացրեք փոխունկնդրման 3 փուլ: Յուրաքանչյուր փուլ տևում է 5 րոպե: Հանգամանորեն ընթերցե՛ք այս հրահանգները.

1. Բաժանվե՛ք եռյակների: Ամրացրե՛ք ամրակներ. A, B, C: Բաժանե՛ք դերերը. A – հռետոր, B – ունկնդիր, C – արբիտր:
2. A հռետորը ընտրում է ստորև տրված թեմաների թվարկությունից (էջ 104) որևէ թեմա և խոսում է հարցի մասին, արտահայտում է տեսակետներ, ուշադրությունը կենտրոնացնում է կարևոր հարցերի վրա:

B ունկնդիրը ուշադրությամբ լսում է A-ին և այնուհետև տրիադում՝ եռյակում, իր բառերով կրկնում է լսածը, ամփոփում է հռետորի պատմածը և կայացնում է եզրակացություն: Անհասկանալիության դեպքում հռետորն իրավունք ունի դադարեցնել նրա պատմածը և ուղղել:

C արբիտրը հետևում է, որպեսզի ունկնդիրը հռետորի պատմածից որևէ բան բաց չթողնի կամ չխեղաթյուրի այն, ոչինչ չավելացնի կամ մեկնաբանություն չկատարի: Այնուհետև ունկնդրին կրկնության համար 10-միավորանոց սանդղակի վրա միավոր է գրում:

Խաղի ընթացքում յուրաքանչյուր մասնակից 3 անգամ փոխում է դերը:

II փուլում B մասնակիցը դառնում է հռետոր, ընտրում է թեման և քննարկում է, C մասնակիցը ունկնդիր է, իսկ A մասնակիցը՝ արբիտր:

Հաջորդ փուլում դերերը կրկին փոփոխվում են և ամեն ինչ կրկնվում է:

Փուլ	Հռետոր	Ունկնդիր	Արբիտր
I	A	C	B
II	B	A	C
III	C	B	A

Հիշե՛ք.

- ▶ Յուրաքանչյուր փուլում միայն հռետորն է ընտրում թեման:
- ▶ Տրիադայում՝ եռյակում, մեկ անգամ ընտրված թեմայի կրկնությունը անթույլատրելի է:
- ▶ Փուլերից յուրաքանչյուրի տևողությունը հինգ րոպե է:
- ▶ Հռետորը թեման պետք է տեսաբանի ծավալուն: Անթույլատրելի է միայն մի քանի ընդհանուր պարբերություններով սահմանափակվել:
- ▶ Ուսուցիչը կնախագծուշացնի փուլի մեկնարկի և ավարտի մասին:

Պատրաստվե՛ք. խմբային աշխատանքն ավարտելուց և դասարանի արդյունքները քննարկելուց հետո ունկնդիրների կարգից լավագույնները պետք է կարճատև շնորհանդեսում ամփոփեն այն թեման, որից բարձր գնահատական են ստացել խմբում: Այս անգամ միավոր նշանակում է ուսուցիչը:

Գնահատական ստանում են ինչպես ունկնդիրը, այնպես էլ իր փուլի հռետորը և արբիտրը:

Օգնե՛ք միմյանց բարձր գնահատական ստանալու մեջ:

Հրահանգ հռետորների համար.

- ▶ Կարդացե՛ք թեմաների թվարկությունը,
- ▶ ընտրե՛ք ցանկալի թեման,
- ▶ պատմելիս ձայնի ելևէջներով առանձնացրե՛ք հիմնական հարցերը,
- ▶ ասվածը հիմնավորե՛ք օրինակներով:

Քննարկվելիք թեմաներ.

- ▶ Օրենքի գերակայություն երկրի տնտեսությունում,
- ▶ բնապահպանություն՝ կառավարության տնտեսական գործառնություն,
- ▶ ճշմարտացիություն, օրինականություն և հաշվետվություն բիզնեսում,
- ▶ շահույթ ստանալու խթաններ,
- ▶ ինչո՞ւ է պետությունը պաշտպանում մրցակցությունը,
- ▶ ի՞նչ է նշանակում տնտեսական ճշմարտացիություն,
- ▶ արդյունավետ իրավական ձևեր փոքր բիզնեսի համար,
- ▶ իրական վիճակ Վրաստանի շուկայում,
- ▶ շուկայում ֆիրմաների համագոյակցության պայմաններ,
- ▶ մրցակցության նշանակությունը ձեռնարկատիրության/բիզնեսի զարգացման համար,
- ▶ որքանով պաշտպանված են սպառողների իրավունքները Վրաստանում:

Խաղի ավարտից հետո քննարկե՛ք.

- ▶ Որքանո՞վ լավ էիք ունկնդրում:
- ▶ Յուրաքանչյուրիդ համար ի՞նչն էր դժվար հռետորի բառերը այլ բառերով շրջաբանելիս:
- ▶ Եղա՞վ, արդյոք, դեպք, երբ ունկնդրողը հարցի մասին հռետորից ավելի տեղեկատվություն ուներ: Դժվա՞ր էր նման դեպքում խաղի կանոնները պահպանել, չարտահայտել սեփական կարծիքները:
- ▶ Ձեր ո՞ր ունակությունները ցույց տվեց խաղը:
- ▶ Որքանո՞վ ճիշտ եզրակացություններ կատարեց B մասնակիցը A-ի պատմածից:





Ժողովրդավարություն		
Ենթահասկացություններ		
	Հավասարություն	Ժողովրդավարության սկզբունքներ
	Հանդուրժողականություն	
	Թափանցիկություն	
	Հաշվետվություն	
	Օրենքի գերակայություն	
	Բազմակուսակցականություն	
	Իշխանության բաշխում	
	Տնտեսական ազատություն	
	Արդարացի ընտրություններ	
	Ինկլյուզիվություն	
	Մասնակցություն	
	Ոչ բռնի մեթոդներով գործունեություն	
	Կյանքի իրավունք	Մարդու իրավունքներ
	Ազատություն (գերությունից պաշտպանություն)	
	Մեփականության իրավունք	
	Անձնական անձեռնմխելիության իրավունք	
	Անձնական և ընտանեկան գործերին միջամտության բացառում (անձնական գրագրության գաղտնիություն)	
	Խոսքի և արտահայտության իրավունք	
	Հանգստի իրավունք	
	Կարծիքի, խղճի և դավանանքի ազատություն	
	Տեղաշարժի իրավունք	
	Վտարանդիության պատճառով ապաստարան ստանալու իրավունք	
	Անմեղության կանխավարկած	
	Արդարացի դատարանի իրավունք	
	Կրթության իրավունք	
	Աշխատանքային իրավունքներ	
	Սպառողի իրավունքներ	
	Առողջապահության իրավունք	
	Անվտանգության իրավունք	
	Ընտանիք ստեղծելու իրավունք	
	Խաղաղ ժողովների և ասոցիացիաների մասնակցության իրավունք	
	Հասարակության մշակութային կյանքին մասնակցելու իրավունք	
	Քաղաքացիության իրավունք	

ՀԱՄԱԼԻՐ ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Համալիր առաջադրանքի պայման

Ծանոթացե՛ք պատմությանը՝ «Փենովանի» (Շերտավոր) սոցիալական ձեռնարկության հաշված և չհաշված արդյունքները (էջ 111-114): Այլ տեղեկատվությունների և այս պատմության ու այլ փորձերի հաշվառումով պատրաստե՛ք **գովազդային բուկլետ «Փենովանի» ձեռնարկությունը՝** սոցիալական փոփոխությունների գործակալ:

Աշխատանքում/աշխատանքի շնորհանդեսի ժամանակ ընդգծված ներկայացրե՛ք.

- ▶ Սոցիալական ո՛ր հիմնախնդրի կարգավորումն է ներկայացնում «Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը: Որքանո՞վ ճիշտ են որոշված այս հիմնախնդիրն առաջացնող պատճառները և դրանց նշանակությունը:
- ▶ Վերլուծե՛ք սոցիալական հիմնախնդրի կարգավորման ընտրված ճանապարհի արդարացիությունը և սոցիալական ձեռնարկատիրությունը որպես մասնակցության սանդղակի աստիճան՝ «Փենովանիի» օրինակով:
- ▶ Ինչպե՞ս են «Փենովանի» ձեռնարկության գործունեությունում նախատեսված կայուն զարգացման սկզբունքները: Զննարկե՛ք կոնկրետ ուղղությունների համաձայն:

9. ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԶԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՇԽԱՏՆՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Առաջին փուլ

Անհատապես ծանոթացն՝ք ստորև տրված «Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկության հաշվարկված և չհաշվարկված արդյունքները» տեղեկատվությանը և լրացրե՝ք տրված աղյուսակի առաջին սյունակը. գրառե՝ք, ի՞նչն էր ձեզ համար հետաքրքիր, կարևոր, նոր, ի՞նչ հարցեր առաջացան:

Երկրորդ փուլ

Կազմե՛ք խմբեր, միմյանց հետ կիսվե՛ք ձեր կարծիքներով և հարցերով, խմբում կրկին քննարկե՛ք տրված տեքստը և երկրորդ սյունակում մուտքագրե՛ք խմբում արտահայտված ձեզ համար հետաքրքիր, կարևոր կարծիքները, հարցերը, որոնց պատասխանը ձեզ հետաքրքրում է:

Երրորդ փուլ

Խմբերի շնորհանդեսի և բանավեճի ժամանակ ուշադրությամբ լսե՛ք համադասարանցիներին, ուսուցչի հետադարձ կապը և երրորդ սյունակում գրառե՛ք ձեզ համար հետաքրքիր կարծիքները:

Ձույգի գրառումներ	Դասարանական բանավեճի գրառումներ	Գրառումներ ուսուցչի հետադարձ կապից և վերըմբռնումից հետո
-------------------	---------------------------------	---

«Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկության հաշվարկված և չհաշվարկված արդյունքները

«Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկությունում արդեն զբաղված է 12 կին: Այսօր նրանց միավորում է գործը: Մինչ այդ միմյանց չէին էլ ճանաչում, բայց նրանց մոտ ընդհանուրն այն էր, որ բոլորը եղել էին ընտանեկան բռնության զոհ: Նրանց պատմությունները տարբեր են, բայց այնուամենայնիվ իրար նման են. ընտանիքի ստեղծում, փշրված հույսեր, բռնություն, օգնություն որոնելու անարդյունք փորձեր, ինչպես նաև բռնություն՝ արդեն անտանելի...

Վերջում՝ բռնության զոհերի հանգրվանում ապաստարանում, վերականգնման գործընթաց և իսպանացի խոհարարից թխողի





մասնագիտություն սովորել, աշխատել սկսել, սեփական եկամուտ, ինքնավստահության բորբոքում, հույսերի աշխուժացում:

Ոչ կառավարական կազմակերպությանը, որն արդեն տարիներ շարունակ աշխատում է բռնության թեմայով, լավ էին ծանոթ այդ սոցիալական խնդիրները և դրանք պայմանավորող պատճառները: Առավելապես (նրանց դեպքում այդպես էր) ընտանեկան բռնության գոհ են դառնում այն կանայք, որոնք վաղ ամուսնության պատճառով չեն կարողացել ո՛չ կրթություն ստանալ, ո՛չ մասնագիտություն ունենալ, ո՛չ էլ աշխատանքային փորձ, իսկ միջավայրը «խորհուրդներ» էր տալիս. «համբերիր», «ընտանիքը հո չե՛ս քանդի»:

Ոչ կառավարական կազմակերպության առաջնորդները մեկ անգամ կրկին վերլուծեցին ամեն ինչ, հաշվում էին, հաշվարկում էին, ներդրողների էին ընտրում, որոնում էին: Նոր ոչինչ չեն հայտնաբերել. այդ կանանց մեծամասնությանը բռնությունից փրկվելու գլխավոր պատճենը ստեղծել են կրթություն, մասնագիտություն չունենալը, տնտեսապես ամուսնուց կախվածությունը, գնալու տեղ չունենալը, հասարակական կարծրատիպերը:

Նախ և առաջ նրանց պետք է վերադարձնել հավատը սեփական կարողությունների նկատմամբ: Սովորեցնել նորովի ապրել: Մինչև սոցիալական ձեռնարկության գործարկումը հրավիրեցին խոհարարի, անցան ուսուցում մի քանի կոնկրետ ուղղություններով՝ կիսաշերտավոր խմորի պատրաստում, միջուկների պատրաստում, հրուշակային արտադրանք... Այդ ժամանակ սոցիալական ձեռնարկության պարագլուխները հոգում էին փուռը լրիվությամբ և կանոնների պահպանությամբ սարքավորելու մասին: Հարկ եղավ ներդրման մի քանի աղբյուր որոնել, որպեսզի անհրաժեշտ սարքեր և գույք ձեռք բերեին, հումքի աղբյուր գտնեին: Պետությունը նույնպես օգնեց՝ տարածքը փոխանցեց երկարաժամկետ վարձակալությամբ: Որոշ առևտրական օբյեկտներ գները իջեցրին, ոմանք գրոյական ապառիկ ձևակերպեցին, հումքն էլ զեղչ գնով գտան նույնպես սոցիալական ձեռնարկատերերի մոտ: Շատ ներդրողների մոտ հանդիպեցին նաև խուլ՝ չարձագանքող պատի, բայց դրանից չվախեցան, գործը այնուամենայնիվ սկսեցին:

Այսօր արդեն պատվեր պատվերի ետևից է գալիս, նրանք արտադրանք են պատրաստում տարբեր միջոցառումների համար (վարժանքներ, հանդիպումներ, կոնֆերանսներ...), արդեն այնտեղ ևեթ բացված խանութում արտադրանքը ձեռք են բերում նաև սովորական սպառողները: Արտադրանքը հավանության է արժանանում, գներն էլ համեմատաբար մատչելի են, արտադրանքի տեսքը գրավիչ է. խաճապուրի, լոբիանի, հավի, տավարի մսով, սնկով, կարտոֆիլով բլիթներ, խմորեղեն: Էկոլոգիական փաթեթավորման նյութ, հարմար պնակներ և տախտակներ, բարեհաճ սպասարկում տեղում մատուցելով և ֆուրջետային սեղանների դասավորում-հավաքումով: Կարճ ասած՝ ամեն ինչ լավ է ստացվում, ամեն օր ավելի ու ավելի զարգացնում են մասնագիտական ունակությունները: Գործը

բաշխված է և, եթե անհրաժեշտ է, միմյանց փոխարինում են:

- Ի՞նչ կասեք ձեր աշխատանքի մասին, հավանո՞ւմ եք: Բավարարո՞ւմ է Ձեզ:

- Գո՞հ եք, - հարցնում ենք Էկային՝ «շեֆ-խոհարարին», ինչպես գործընկերներն են անվանում:

- Հավանո՞ւմ եմ: Սա ինձ համար միայն աշխատանք չէ, սա իմ վերակենդանացման, հույս առաջանալու տեղն է, որտեղ ինձ լիարժեք մարդ եմ զգում: Մեկ տարի առաջ լրիվությամբ կորած, դժբախտ մարդ էի, եթե երեխաներս չլինեին, ապրել նույնիսկ չէի ուզում, քանի որ չգիտեի՝ ինչ անել, չէի դիմանում անտանելի կենցաղին և զնալու տեղ չունեի, ոչ էլ երբևէ աշխատել էի, մասնագիտություն նույնպես չունեի, 16 տարեկան ամուսնացել էի: Հետո՝ երեխաներ... Այսօր գիտեմ, որ իմ երեխաներն ունեն ապաստարան, վարձակալած, բայց այնտեղ ոչ ոք ինձ չի նեղի, երեխաները հաճախում են մանկապարտեզ, ես ունեմ աշխատանք, աշխատավարձ: Ունեմ փաստաբան և սպասում եմ դատարանի ավարտին բնակարանը կիսելու և ալիմենտի կապակցությամբ: Ունեմ ապագայի պլաններ... Այստեղ բոլորիս մոտ հույս առաջացավ, հետն էլ միմյանց օգնում ենք, կիսվում ենք:

Հաջորդ հարցը ուղղեցինք սոցիալական ձեռնարկության ղեկավարին, տիկին Մերիին. -Ի՞նչ կասեք ձեր ձեռնարկության մասին, որքանո՞վ իրեն արդարացրեց:

- Չգիտեմ՝ դուք արդարացնելու մեջ ի՞նչ ի նկատի ունեք, այդ պատճառով մի փոքր ընդարձակ կբացատրեմ: Մեր սոցիալական ձեռնարկության գլխավոր առաքելությունը բռնության գոհ կանանց սոցիալականացումն է, նրանց կրթությունը և զբաղվածությունն է: Ինչ խոսք, ուրախ եմք, որ կոմերցիոն տեսակետից նույնպես գործը լավ է ընթանում, պատվերներ ունենք, սա նույնպես մի տեսակ աջակցություն է հասարակության, ոչ կառավարական սեկտորի կողմից, փորձում են մեր ծառայությունից օգտվել: Ծահույթի մեծ մասով ջերմոց պատրաստեցինք, այնտեղ էլ աշխատանքի տեղավորեցինք մեր բենեֆիցիարներին: Մեր խմբի կողմից այս սոցիալական ձեռնարկության հիմնումը բավականին համարձակ քայլ էր, ճիշտ է, ոչ կառավարական կազմակերպությունում աշխատանքի մեծ փորձ ունեի, բայց արտադրությունում բոլորովին անփորձ էի: Բայց համարձակվեցինք, մինչ այդ բազմատեսակ ուսուցում անցանք այս տեսակ գործունեության մասին և՛ Վրաստանում, և՛ Եվրոպայում: Խիզախեցինք, քանզի պարզորոշ տեսնում էինք, որ այս կանանց համար կենսականորեն անհրաժեշտ էր մասնագիտություն և աշխատանք: Մեզ համար գլխավորը շահույթը չէ, մեզ համար գլխավորը բռնության գոհերի վիճակը գոնե մի փոքր թեթևացնելը և նրանց գործազրկության և աղքատության չմատնելն է: Կանայք կյանքը նոր աչքերով են տեսնում, հավատում են իրենց ուժին:

- Առանց շահույթի ինչպե՞ս կարող եք գոյություն ունենալ,

ինչպե՞ս կշարունակեք ձեր գործունեությունը:

- Եթե ոտք ես դնում սոցիալական արտադրություն, պետք է նախապես իմանաս, որ սա սովորական բիզնես չէ, և դու (ձեռնարկատիրոջն ի նկատի ունեմ) շուկայի կանոններին ամբողջությամբ չես կարող տրվել: Պետք է պատրաստ լինես նաև այն բանի համար, որ կարող ես պարտություն կրել բիզնեսի տեսակետից, բայց արդեն պետք է ունենաս օգնող պլան՝ որտեղ, ինչպես գտնել ռեսուրսներ ոտքի կանգնելու համար: Դու շղթայված ես սոցիալական հիմնախնդրին և ոչ թե անձնական շահույթ ստանալուն: Իսկ սոցիալական հիմնախնդրի ետևում այս մարդիկ են կանգնած՝ իրենց ծանր պատմություններով, հազիվ կենդանացած հույսերով: Այդ պատճառով պետք է հավաքես ուժերդ նոր շունչ բացելու համար և սկզբից սկսես գործը ուղղել: Երբ միայն ձեռնարկատեր ես և շահույթ ես սպասում, որևէ խնդրի առաջացման դեպքում քո որոշումն է՝ կշարունակե՞ս, թե՞ ձեռքերդ թափ կտաս... Այստեղ, մեզ մոտ այլ կերպ է...

- Ինչպե՞ս կգնահատեք ձեր արդյունքները:

- Սոցիալական ձեռնարկության արդյունքները դժվար է հաշվարկել, քանի որ դրանք միայն գումարով կամ քանակով, մի խոսքով, թվանշաններով չեն չափվում, սոցիալական հիմնախնդիրներն այնքան բազմաճյուղ են, դժվար է դրանք չափել: Հապա, ով կհաշվի՝ ի՞նչ արժե խաղաղ անցկացրած ամեն մի գիշերը երեխայի համար, որը մինչ այդ ամեն գիշեր հայրիկի ու մայրիկի կռիվը անկողնում կույ լեկած կամ դուրս վռնդված և դողացնելով էր լսում: Կամ ի՞նչ արժեն այս կանանց մտքում կենդանացած հույսերը, ժպիտը, որը բերում է սպառողի շնորհակալությունը:

Սա հաշվելը անհնար է և ճիշտ սա է սոցիալական ձեռնարկության առանձնահատկությունը և խթան հանդիսացողը – հաղթած, նվազած սոցիալական հիմնախնդիրներ: Բիզնեսի արդյունքները հաշվարկելի են, շահույթը՝ չափվում է, բայց երբեմն այդ աստղաբաշխական թվերը իմաստը կորցնում են, եթե մտածում ես և հիշում ես, որ այսօր էլ փոքրիկը խաղաղ քնի և մի պատառ հացի կարոտ է... Կարծում եմ, որ ապագան ճիշտ սոցիալական ձեռնարկատիրությանն է:



ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Վերանայե՛ք վերևում տրված «Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկության հաշվարկված և չհաշվարկված արդյունքների մասին պատմությունը (էջ 111-114) և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ձեր բառերով փորձե՛ք ձևակերպել սոցիալական ձեռնարկատիրության պարզաբանումը: Համեմատե՛ք ձեզ հայտնի ձեռնարկատիրական գործունեության որևէ օրինակի հետ:
- ▶ Սոցիալական ի՞նչ հիմնախնդրի է կոդմոնորոշված «Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկությունը:
- ▶ «Սոցիալական» անվանումից ելնելով, ի՞նչ հիմնական առաքելություն, նպատակ ունի այս ձեռնարկությունը:
- ▶ Վերհիշե՛ք, ի՞նչ է նշանակում սոցիալական պետություն: Ո՞ւմ պարտականությունն է սոցիալական հիմնախնդիրների մասին հոգատարությունը:
- ▶ Ի՞նչ էք կարծում, սոցիալական ձեռնարկատիրությունը պատկանո՞ւմ է քաղաքացիական մասնակցության ձևին:
- ▶ Սոցիալական ձեռնարկության միջոցով ի՞նչ ազդեցություն է գործում քաղաքացիական հասարակությունն այս խնդիրների վրա: Ո՞ւմ հետ և ինչպե՞ս է համագործակցում քաղաքացիական սեկտորը (փորձե՛ք նկարագրել՝ գործածելով «գործընկերություն» բառը):
- ▶ Վերհիշե՛ք քաղաքացիական մասնակցության աստիճանները: Ձեզ համար ո՞ր աստիճանի հետ է զուգորդվում (ասոցացվում) սոցիալական ձեռնարկատիրությունը: Հիմնավորե՛ք ինչո՞ւ:

Քաղաքացիական մասնակցության աստիճաններ

Իշխանության վերահսկողություն	Իրական քաղաքացիական մասնակցություն
Իշխանության դելեգիրացում	
Գործընկերություն	
Հրաժեշտ	Խորհրդանշական մասնակցություն
Խորհրդակցում	
Տեղեկացվածություն	
Թերապիա	Մասնակցություն չունենալ
Մանիպուլյացիա (ձեռնաձուլություն)	

- ▶ Ի՞նչ կապ էք տեսնում «Փենովանի» ձեռնարկության գործունեության և կայուն զարգացման նպատակների միջև: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:



Սոցիալական ձեռնարկություն

- բիզնես, որի
առաջնահերթ
նպատակը նույնպես
սոցիալական բնույթի է
և որը **վերաներդրում**
է կատարում
համայնքում կամ
բիզնեսում սոցիալական
նպատակներին
հասնելու համար:
Ի տարբերություն
բիզնեսին, դրա
շարժիչը փայտերերի
և սեփականատերերի
համար շահույթի
մեծացումը չէ:



Վերաներդրում –
առաջին ներդրման
արդյունքում ստացած
եկամուտների/
շահույթի կրկին
ներդրում նույն
նախագծում
(բիզնեսում):

ԱՇԽԱՏԵՔ ԶՈՒՅԳԵՐՈՎ

Ստեղծե՛ք խմբեր, հիշե՛ք արտահայտությունը՝ «Մտածի՛ր գլորալ, գործի՛ր լոկալ»: Ուշադրությամբ դիտե՛ք տրված աղյուսակը, որը ներկայացնում է կայուն զարգացման հիմնական տեսանկյունները:

- ▶ Ո՞ր տեսանկյունների հետ է կապվում «Փենովանի» սոցիալական ձեռնարկության գործունեությունը:
- ▶ Անվանե՛ք տեղայնացված արարքը և գլորալային հիմնախնդիրը, որին այն ուղղված է:
- ▶ Ո՞ր գլորալային նպատակներին է արձագանքում կոնկրետ այդ ձեռնարկության գործունեությունը:
- ▶ Բացատրե՛ք ինչո՞ւ եք այդպես կարծում: Հիմնավորե՛ք փաստարկներով:

Կայուն զարգացման հիմնական տեսանկյունների աղյուսակ

Մարդիկ.

- որակյալ կրթություն
- գրոյական սով
- աղքատության վերացում
- առողջ կյանք և բարեկեցություն

Բնական միջավայր.

- մաքուր ջուր և սանիտարիա
- օվկիանոսի և ծովի ռեսուրսներ
- կայուն ծախսեր և արտադրություն
- երկրագնդի էկոհամակարգեր

Հասարակություն.

- արժանապատիվ աշխատանք
- տնտեսական աճ
- սահմանափակված անհավասարություն
- խաղաղություն, արդարություն, ուժեղ ինստիտուցիաներ
- կայուն քաղաքներ և բնակավայրեր
- գենդերային հավասարություն

Միջոցներ.

- մատչելի և կայուն էներգիա
- կլիմայի փոփոխությունների դեմ գործողություններ
- ձեռնարկատիրություն, նորություններ և ինֆրակառուցվածք
- գործընկերություն նպատակներին հասնելու համար

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ստորև տրված է տեղեկատվություն մի քանի ձեռնարկությունների մասին, որոնք բնութագրվում են յուրահատուկ առանձնահատկություններով:

Ստեղծե՛ք խմբեր, բաժանե՛ք մեկական ձեռնարկություն և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ի՞նչ նպատակ և առաքելություն ունի ձեռնարկությունը, ինչի՞ համար է հատկացված, ովքե՞ր են զբաղվածները:
- ▶ Ձեր կարծիքով, այդ ձեռնարկության գործունեությունը որքանո՞վ է կապվում կայուն զարգացման նպատակների հետ: Կոնկրետ՝ ո՞ր նպատակին, և ինչո՞ւ եք այդպես կարծում:

- ▶ Ի՞նչ ընդհանուր բնորոշիչներ ունի այս արտադրությունը «Փենովանի» ձեռնարկության հետ:
- ▶ Ի՞նչ նմանություն / տարբերություն գոյություն ունի ձեռնարկության և սոցիալական ձեռնարկության միջև:
- ▶ Ո՞ր հասարակական խմբի շահերի մասին է հոգում այս ձեռնարկությունը:
- ▶ Դրա գործունեությունը կապեր վերևում քննարկված մասնակցության սանդղակի աստիճանների և կայուն զարգացման տեսանկյունների հետ:
- ▶ Համընկնո՞ւմ է, արդյոք, գրքում տրված սոցիալական ձեռնարկության երկու բացատրության բովանդակությունը ձեր պատկերացման հետ: Ի՞նչ կավելացնեք/կփոփոխեք:

Սոցիալական ձեռնարկություն 1. «Կովկասյան սոճու տնկարան»

Սոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը

Կովկասյան սոճու կոներից սուրբճնոյան տոնածառի բուծման եվրոպական փորձի ներդրման և հողագործության զարգացման միջոցով Վրաստանում ապահովել կանաչ, առողջ և մաքուր ապագա:

Սոցիալական ձեռնարկության արտադրանք/սպասարկում

Տնկարանային տնտեսությունը օգտատերերին առաջարկում է տարբեր հասակի տնկիներ: Կովկասյան սոճու տնկիները հաջողությամբ վաճառվում են Նոր տարվա ժամանակաշրջանում: Ձեռնարկությունը ամանորյա նվերների պատվերների գործում ակտիվորեն համագործակցում է կորպորատիվ օգտատերերի հետ:



Սոցիալական արդյունքներ

- ▶ Վրաստանում արմատավորվեց Սուրբ Ծնունդը, Ամանորը դալար տնկիներով դիմավորելու ավանդույթը: Արդեն մի քանի հազար կովկասյան սոճու տնկիներ մտան վրացական ընտանիքներ: Տոնական օրերից հետո այդ տնկիները քաղաքացիները վերատնկում են սեփական հողատարածքներում և անտառներում: Կովկասյան սոճու տնկիներ տնկարկվեցին Բորջոմիի կենտրոնական զբոսայգում:
- ▶ Տնկարանը սկսեց կովկասյան սոճու տնկիների անեցումը և նաև՝ եվրոպական տնկարաններից ներկրած վրացական սերմով անեցված տնկիների հարմարեցումը վրացական կլիմային:
- ▶ Աշխատանքի տեղավորվեցին սոցիալապես անպաշտպան երիտասարդները, վերապատրաստվեցին ուսանողական խմբերը, նրանք ուսումնասիրեցին ջերմոցային տնտեսության կառավարումը:



Մոցիալական

ձեռնարկություն –
 ձեռնարկություն, որը
 վարում է տնտեսական
 գործունեություն,
 թեև նրա գլխավոր
 նպատակը ոչ թե
 սեփականատերերի
 կամ այլ շահագրգռված
 անձանց համար
 շահույթ ստանալն
 է, այլ սոցիալական
 ազդեցություն գործելը:
 Զեռնարկությունը իր
 քիզնես մոդելով ձգտում
 է կարգավորել որևէ
 սոցիալական խնդիր և
 ունի երկու նպատակ՝
 սոցիալական և
 տնտեսական:

Եվրամիության
բազա տրոլ թյուն



Մոցիալական ձեռնարկություն 2. «7R»

Մոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը և նպատակները

«7R»-ի առաքելությունը Վրաստանում բնապահպանությունն է կայուն մոդայի արմատավորման և մեր շուրջը գործվածքեղենի թափոնների կրճատման ճանապարհով:

Սոցիալական ձեռնարկության նպատակներն են.

- ▶ բնապահպանության հարցերի մասին հասարակության տեղեկացվածության բարձրացումը,
- ▶ կայուն զարգացման սկզբունքների արմատավորումը,
- ▶ աշակցությունը բնապահպանական քաղաքականության անցկացմանը:

Սոցիալական ձեռնարկության արտադրանք/սպասարկում

Սոցիալական ձեռնարկության առաջին արհեստանոցում գործվածքեղենի թափոնների վերականգնմամբ և կրկնակի կիրառմամբ ստեղծվում են գործածության համար նոր հագուստեղեն, դեկորացիաներ և զարդեր: Մասնավորապես՝ պայուսակ, վարսերի ամրակալներ, ականջօղեր և այլն:

Մոցիական ձեռնարկությունը հիմնադրման օրից ի վեր կարողացավ մինչև 500 կգ գործվածքեղեն հավաքել և օգտագործել, ինչը շեղակիորեն և ուղղակիորեն կապվում է ջրի ռեսուրսների խնայողության և թափոնների կրճատման հետ:

Մոցիալական արդյունքներ

- ▶ Մինչև 500 կգ գործվածքեղենի հավաքում և գործածում:
- ▶ Ջրի ռեսուրսների խնայողություն և աղբանոցներում թափոնների կրճատում:

Սոցիալական ձեռնարկություն 3. «Արտ Կոդա»

Մոգիական ձեռնարկության առաքելությունը

Կողա գյուղում վերաբնակեցված Սամաչարլոյից տարհանված բնակչության ինտեգրումը տեղական համայնքում տեղական համայնքային կյանքի ակտիվացման, համայնքի անդամների կրթության մակարդակի բարձրացմանը և զբաղվածությանը աջակցելու ճանապարհով:

Սոցիալական ձեռնարկության արտադրանք/սպասարկում

Կենտրոնում արմատավորվեց տեղական աշխատանքային շուկայի և տեղական համայնքի կարիքներին կողմնորոշված 16 ամուն արհեստների դասընթաց, ինչպիսիք են արծնապատման, սվաղող-ներկարարի, փափուկ կահույքի պատրաստման-վերականգնման, մեքենա վարելու և դիստրիբուցիայի, բջջային հեռախոսի նորոգման, համակարգչի նորոգման, համակարգչային սպասարկումների, կոշիկ վերանորոգման, կար ու ձևի, շյուղերով գործելու, հրուշակեղենի,

օֆիս-մենեջերի, վարսահարդարի, գորելենի, հուշանվերների պատրաստման և այլ մասնագիտությունները: Կենտրոնի բենեֆիցիարների համար գործում է 12 անուն անհատական զարգացման դասընթաց/վարժանք, այդ թվում՝ համակարգչային գրասենյակային ծրագրերի, անգլերենի, համակարգչային հաշվապահության դասընթացները, փոքր բիզնեսի հիմունքները, նախագծեր գրելու, ֆոտոարվեստի, նկարչական, բեմական արվեստի և այլ վարժանքներ:

Սոցիալական արդյունքներ

- ▶ Ծուրջ 24 000 բենեֆիցիար մասնակցեց տարբեր դասընթացների և կենտրոնի կողմից անցկացված միջոցառումներին:
- ▶ Ձեռնարկությունում աշխատում է 13 անձ:

Սոցիալական ձեռնարկություն 4. «Լիդեր»

Սոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը

«Լիդեր»-ի առաքելությունն է Ծիդա Քարթլիում բնակվող տարբեր կարիքավոր խմբեր (սոցիալապես անպաշտպան, բռնի տեղահանված անձ, ՄԿՈՒ անձինք, բռնության զոհ և այլն) ներկայացնող կանանց ուժեղացումը նոր մասնագիտության յուրացմամբ և աշխատանքային զբաղվածության նպատակով աջակցության ճանապարհով:

«Լիդեր»-ի գործունեության նպատակն է նպաստել շրջակա միջավայրում տեքստիլ թափոնների կրճատմանը և զրոյական թափոնների քաղաքականության մշակմանը Վրաստանում:

Սոցիալական ձեռնարկության արտադրանք/սպասարկում

2019 թվականից սոցիալական ձեռնարկությունը սկսեց երեխայի հագուստի արտադրությունը: Դրա «**Leader Kids**» գիծը, կատարելագործված դիզայնով և հաճելի գույների ներդաշնակությամբ, ստեղծում է 2-12 տարեկան երեխաների հագուստ:

Հագուստը պատրաստվում է բնական նյութից, իսկ հագուստի վրա փոխադրված զարդագործած պատկերները ճանաչողական բնույթ են կրում և օժանդակում են երեխայի զարգացմանը:

Սոցիալական արդյունքներ

- ▶ Ձեռնարկությունում զբաղված է տարբեր սոցիալական խմբերի ներկայացուցիչ 26 կին, այդ թվում՝ 1 ՄԿՈՒ անձ:
- ▶ Վերապատրաստվել և նոր մասնագիտություն է յուրացրել Գորիի մունիցիպալիտետում բնակվող խոցելի խմբի ներկայացուցիչ 214 կին, որոնցից 86-ը արդեն աշխատանքով զբաղված է (մի մասը «Լիդեր»-ում և այլ ֆաբրիկաներում, իսկ մեծամասնությունը ինքնազբաղված է):
- ▶ Ձեռնարկության ֆինանսական աջակցությամբ ֆինանսավորվեց 3 երիտասարդի համալսարանում ուսանելու վարձը:





Սոցիալական ձեռնարկություն 5. «Օչո կեմպ»

Սպասարկումներ, բանկային ծառայություն Լագոդեխիում

Սոցիալական ձեռնարկության մասին

«Օչո կեմպը» ներկայացնում է բնապահպանական և ինկլյուզիվ ճամբարային ծառայություն Լագոդեխիում: Ճամբարի տարածքը և ենթակառուցվածքը հարմարեցված են սահմանափակ կարողություն ունեցող անձանց կարիքներին:

Սոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը

Աջակցել սահմանափակ կարողություն ունեցող անձանց զբաղվածությանը և առավել բազմազան դարձնել նրանց համար մատչելի սոցիալական ծառայությունները:

Բացի դրանից ճամբարը ծառայում է տեղի երիտասարդության ոչ ֆորմալ կրթությանը:

Սոցիալական ձեռնարկության արտադրանքը/սպասարկումը

«Օչո կեմպը» սպառողներին առաջարկում է հարմարավետ բանկային տարածք Լագոդեխիի ազգային զբոսայգում և կեմպինգի համար անհրաժեշտ սարքավորանք:

«Օչո կեմպը» իդեալական տարածք է տարբեր տեսակի միջոցառումների համար. ճամբար և հանգիստ, լիցքաթափում, մշակութային, սպորտային և կրթական տարբեր միջոցառումների կազմակերպում:

Սոցիալական ձեռնարկություն 6. Սրճարան «Ութին + 1»

Սոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը և նպատակները

«Ութին + 1» սոցիալական սրճարանի առաքելությունն է Օգուրգեթիում ստեղծել գրական սրճարան, որը կնպաստի տեղի երիտասարդների իրազեկվածության բարձրացմանը աշխարհի տարբեր մշակույթների և ավանդույթների մասին, նրանց զբաղվածությանը և այնպիսի տարածքի գործարկմանը, որտեղ հնարավոր կլինի լիցքաթափել/աշխատել հարմարավետ և խաղաղ միջավայրում:

Սոցիալական ձեռնարկության արտադրանք/սպասարկում

«Ութին + 1» սրճարանը հաճախորդին առաջարկում է.

- ▶ հարմարեցված սոցիալական սրճարան Օգուրգեթիում,
- ▶ հարմարեցված տարածություն միջոցառում անցկացնելու համար,
- ▶ հանրային դասախոսություններ, ցուցահանդեսներ, կինոցուցադրումներ և երաժշտական միջոցառումներ,
- ▶ ոչ ֆորմալ և կրթական հանդիպումներ:



Սոցիալական արդյունքներ

- ▶ Սոցիալական սրճարանը Օգուրգեթիում ստեղծում է հարմարեցված տարածություն սահմանափակ կարողություն ունեցող անձանց համար,
- ▶ գոյության ընթացքում սրճարանում տեղի է ունեցել շուրջ 100 միջոցառում,
- ▶ սրճարանը ստեղծում է 3 աշխատատեղ մինչև 25 տարեկան երիտասարդների համար,
- ▶ սրճարանը աջակցում է Օգուրգեթիում կամավորական մշակույթի հաստատմանը արտասահմանյան կամավորներին տարածություն հրավիրելով և տեղի երիտասարդների հետ նրանց կողմից իրենց երկրի ավանդույթների, փորձի փոխանակմանը:

Սոցիալական ձեռնարկատիրության հիմնական օղակը սոցիալական ձեռնարկությունն է: Դա ունի հստակ սոցիալական նպատակ և իր գործունեությամբ ստացած եկամուտը օգտագործում է սեփական առաքելության և սոցիալական նպատակների իրացման վրա:

Սոցիալական ձեռնարկություններում ներդրում կատարող ընկերությունը շահույթ չի ստանում, իսկ շահույթ ստանալու դեպքում դառնում է վերաներդնող իր ձեռնարկությունում: Թեև այդ նույն ժամանակ սոցիալական ձեռնարկությունը չի բացառում նաև շահույթի փոքր մասի վերաբաշխումը, ինչը չի ենթադրում ձգտում անձնական շահույթը մեծացնելու կողմը:



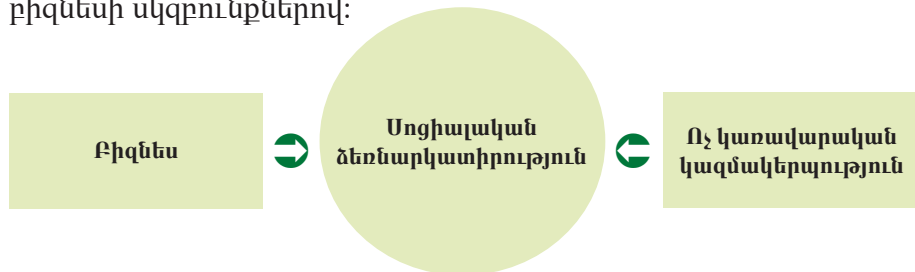
Ի՞նչ տարբերություն է սոցիալական և սովորական ձեռնարկատերերի միջև:

- ▶ Սոցիալական ձեռնարկատերը ձեռնարկատիրական ռիսկը ստանձնում է իր կազմակերպության բենեֆիցիարներին օգտակար լինելու համար:
- ▶ Շահույթը նրա համար միջոց է սոցիալական առաքելությունը կատարելու համար:
- ▶ Սոցիալական փոփոխությունների գործակալ լինելը նրա գործունեության էությունն է:

- ▶ Սովորական ձեռնարկատերը ձեռնարկատիրական ռիսկը ստանձնում է սեփական կամ բիզնեսի սեփականատերերին օգտակար լինելու համար:
- ▶ Շահույթը նրա համար գլխավոր նպատակն է:
- ▶ Հասարակական շահի համար ստացած շահույթից բարեգործություն անելը/չանելը կախված է ձեռնարկատիրոջ կամքից:

Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը բիզնես մոդել է, որտեղ բիզնես գաղափարը ներկայացնում է որոշակի **սոցիալական հիմնախնդրի կարգավորման ճանապարհ**: Մոդելը մատչելի է ցանկացած գաղափարի համար՝ լայն սոցիալական հիմնախնդրից մինչև համայնքի զարգացման փոքր նախագիծ՝ աղքատության հաղթահարում, կենսական ռեսուրսների հասանելիություն, ավանդական մշակույթի պահպանում, բնապահպանություն, առողջապահություն և այլն:

Սոցիալական ձեռնարկությունը անց է կացնում քաղաքացիական սեկտորին կամ պետական ծրագրին նման սոցիալական առաքելություն, միայն թե նա գործունեությունը գործադրում է բիզնեսի սկզբունքներով:



Պրոբացիոներ –
պայմանականով
դատապարտյալ անձ:

Սոցիալական հիմնախնդիրը բազմատեսակ է: Այն կարող է լինել որոշակի սոցիալական խմբի համար որակյալ կրթության, որակյալ մթերքների, բժշկական սպասարկումների և պետական ռեսուրսների մատչելիության դեֆիցիտը, ինչպես նաև որոշակի հասարակական խմբին պատկանելության պատճառով ցածր սոցիալական ինկլյուզիան և փոքր զբաղվածության հնարավորությունը: Այդպիսով, սոցիալական ձեռնարկության բենեֆիցիարներ են. ՄԿՈՒ անձինք, սոցիալապես անպաշտպան անձինք, բռնի տեղահանված անձինք, ներգաղթյալները, քաղաքական տարհանվածները, բանտարկյալները, **պրոբացիոներները**, փողոցային երեխաները, էթնիկ/կրոնական, սեռական փոքրամասնությունները, նվազ չափով աղքատ համայնքները և այլն:

Սոցիալական ձեռնարկություն մուտքի ապահովման երեք ստանդարտային աղբյուր գոյություն ունի.

- ▶ Դոնացիա (դրամաշնորհ, հովանավոր, նվիրատվություն)
- ▶ Արտադրանքի/ծառայության իրականացում
- ▶ Բենեֆիցիարից ստացած եկամուտ:

Ի տարբերություն սովորական, միայն շահույթին կողմնորոշված ձեռնարկության, սոցիալական ձեռնարկությունն ունի երկակի նպատակ՝ տնտեսական և սոցիալական, այստեղից գլխավորը սոցիալականն է: Տնտեսական նպատակը միայն միջոց է գլխավոր՝ սոցիալական նպատակին հասնելու համար:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԶՈՒՅԳԵՐՈՎ

- Գրքում տրված տեղեկատվության հիման վրա կազմեք պարզ սխեմա, որն արտացոլում է սոցիալական ձեռնարկատիրության հիմնական ակտորներին (քաղաքացիական սեկտոր, բիզնես, զբաղվածներ, նպատային խումբ, օգտատերեր, հասարակություն...) և դրանց միջև առնչությունները: Սխեմային կցեք սոցիալական ձեռնարկատիրության էությունն արտացոլող 2-3 կարգախոս:

ՍԱ ՀԵՏԱՔՐԲԻՐ Է

«Սոցիալական ձեռնարկատիրություն» տերմինը նոր է, սոցիալական ձեռնարկատիրության ակտիվ զարգացումը աշխարհում սկսվում է XX դարի 90-ական թվականներից: Սակայն դեռևս XIX դարում Գերմանիայում (Բեթհելում) Փրիդրիխ ֆոն Բոդելշվինգը ստեղծեց կազմակերպություն՝ աշխարհում հայտնի սոցիալական ձեռնարկություններից մեկը, որը գործում էր տնտեսական սկզբունքներին համապատասխան և աշխատեցնում էր սեփական արհեստանոցը, էլեկտրականություն և ջուր էր մատակարարում դպրոցներին և վարժանքային կենտրոններին:

ԱՄՆ-ում սոցիալական ձեռնարկությունը ձևավորվեց որպես շահույթաբեր բիզնես, որը որոշակի սոցիալական նպատակներ ուներ: Դրա առաջացման պատճառ էին սոցիալական տիպի հիմնախնդիրները, որոնք առկա էին սոցիալական պաշտպանության պետական մոդելում: Թեև գոյություն ունեն հասարակական կազմակերպություններ, որոնց գործունեությունը ուղղված է կոնկրետ սոցիալական հիմնախնդիրների լուծման կողմը:

Եվրոպայում սոցիալական ձեռնարկատիրության ավելի ուշ զարգացման պատճառը համեմատաբար կարգավորված սոցիալական պաշտպանության պետական համակարգն էր և հասարակական կազմակերպությունների զարգացման ավելի ցածր մակարդակը: Եվրոպայում առաջին սոցիալական ձեռնարկությունը սկիզբ առավ Իտալիայի համատիրական շարժումից: 1991 թվականին Իտալիայի խորհրդարանն ընդունեց օրենք, որը ներդրեց համատիրությունների նոր, հատուկ ձև՝ «Սոցիալական համատիրություն»: Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը Եվրոպայում այսօր նույնպես իշխանության կողմից մեծ աջակցություն ունի: Բազմաթիվ սոցիալական ձեռնարկություններ կան Անգլիայում, Գերմանիայում, Իտալիայում, Իսպանիայում, Լեհաստանում, Բալթյան երկրներում:

Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը խորհրդային Վրաստանում



Կույր -

տեսողության սուր կամ նշանակալիորեն արտահայտված սահմանափակում ունեցող անձ:

XX դարի 20-ական թվականներին

Վրաստանի կույրերի ընկերությունը **հիմնադրվեց XX դարի 20-ական թվականներին** կույրերի մի խմբի կողմից: Չնայած նրան, որ այն ժամանակաշրջանում խորհրդային Վրաստանի կառավարության կողմից ոչ մի տեսակ օգնության հույս գոյություն չուներ, հասարակության նվիրատվությունների արդյունքում բավականին պատկառելի գումար հավաքվեց, ինչը հնարավոր դարձրեց Թբիլիսիում բացել ատամի խոզանակների արտադրամաս: 1929 թվականին այս արտադրամասում 20 կույր էր աշխատում:

XX դարի 60-ական թվականներ

Վրաստանում կույրերի ընկերությունը աստիճանաբար վերածվեց հզոր տնտեսական միավորման: Միայն Թբիլիսիում 3 մեծ կոմբինատ էր գործում, որտեղ հիմնականում կույրեր էին աշխատում: Բոլոր խոշոր քաղաքներում և բնակավայրերում ստեղծվեցին ձեռնարկություններ: Հիմնական գործունեությունը և պրոֆիլային ուղղությունը էլեկտրատեխնիկական գույքի, պոլիէթիլենի սպարանքի և տարբեր կենցաղային իրերի թողարկումն էր:

XX դարի 90-ական թվականներ

Տնտեսական ձևափոխության ժամանակաշրջանում կույրերի ընկերությունը հայտնվեց ճգնաժամային իրավիճակում: Ձեռնարկությունների մեծամասնությունը դադարեցրեց աշխատանքը, դրանցից մի քանիսը օտարվեցին և երբեմնի հզոր կազմակերպությունը, որը սեփական ինքնակազմակերպման արդյունքում կարողանում էր աշխատանքային տեղեր ստեղծել, այսօր արդեն հայտնվել էր սուր գործազրկության ամջն: Կույրերի և խուլ ու համրերի ընկերության սեփականությունում եղած ձեռնարկությունները կանգ էին առել և դրանցից շատերի հետ ընթանում էին գույքային վեճեր: Չնայած դրան, ընկերությունը ներկայումս էլ տիրում է այնպիսի քանակով անշարժ գույքի, որ դրա գործարկման դեպքում անդամների նշանակալից մասը կարող է աշխատանք ունենալ:

XX դարի 40-ական թվականներ

Վրաստանի խուլ ու համրերի ընկերություն: Այդ ժամանակի համար խորհրդային կառավարությունը ստեղծել էր որոշակի արտոնությունների համակարգ, որից օգտվում էին ինչպես կույրերը, այնպես էլ խուլ ու համրերը: Խուլ ու համրերի ընկերության անդամները հիմնականում զբաղված էին ընկերության բազայի վրա ստեղծված ձեռնարկություններում, որոնք բավականին եկամտաբեր էին համարվում: Անցյալում միայն Թբիլիսիում գործում էր երեք ձեռնարկություն, այդ թվում՝ ավիացիոն գործարանը, որտեղ զբաղված էին խուլ ու համրերը: Համակարգը այնքան լավ էր պլանավորված, որ համապատասխան ուսումնարկություն, հարմարվածություն և ունակություններ ձեռք բերելուց հետո խուլ ու համրերը հեշտությամբ էին գործում: Նրանք ապահովված էին ոչ միայն աշխատանքով, այլև բնակարաններով:

XX դարի 80-ական թվականներ

Կույրերի ձեռնարկություններում աշխատում էր շուրջ 2500 կույր, իսկ անշարժ գույքի տեսքով կազմակերպությունը տիրապետում էր բազմամիլիոն կապիտալի: Տնտեսական զարթոնքը այնքան տպավորիչ էր, որ կույրերի միջոցներով կառուցվեցին բնակելի շենքեր, բուժական կլինիկաներ, ստեղծվեց մշակութային-կրթական հաստատությունների ցանց:

XXI դարի սկիզբ

Վրաստանում սոցիալական ձեռնարկատիրությունը մոտավորապես 10 տարի առաջ սկսվեց, ունի աճի միտում և այսօր գոյություն ունի 100-ից ավելի սոցիալական ձեռնարկություն, որոնք արդեն որոշակի արդյունքների են հասել: Սոցիալական ձեռնարկությունների ստեղծմանը և զարգացմանը օժանդակում են տարբեր ոչ կառավարական կազմակերպությունները, Եվրամիությունը և պետությունը:

Դիտողություն. Երբ խորհրդային համակարգում սոցիալական ձեռնարկությունների օրինակների մասին ենք խոսում, արդարացված է հիշել այն կարծիքը, որ այս ոլորտի նկատմամբ թույլ տրված արտոնյալ պայմանների պատճառով, այսպես կոչված, ստվերային տնտեսությունը պատասխարվում էր ճիշտ այս ոլորտում:

Սոցիալական
ձեռնարկատիրության
զարգացումը
ենթադրում է
եկամտաբեր
գործունեություն
իրականացնելու
ճանապարհով
հասնել սոցիալական
նպատակներին:

Վերևում տրված «Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը խորհրդային Վրաստանում» տեքստում կիրառված են չարդարացված արտահայտություններ ՄԿՈՒ անձանց նկատմամբ, թեև այն ժամանակաշրջանում ձեռնարկությունները իրականում ճիշտ այդ անուններով էին կոչվում: Այս տերմիններով մարդկանց հիշատակումը այսօր, եթե մեղմ ասենք, անտակտություն է: Այդ պատճառով վերանայեք ՄԿՈՒ անձանց հիշատակելու ընդունված ձևերը.

Սխալ է

Հաշմանդամ
Սայլակին շղթայված
Սահմանափակ ունակությամբ
Կույր
Խուլ ու համբ
Խեղանդամ
Մտավոր հետամնացություն

Ծիշտ է

Մահմանափակ կարողություններ ունեցող
Մայլակից օգտվող
Սահմանափակ կարողություն ունեցող
Տեսողության խանգարում ունեցող
Լսողության խանգարում ունեցող
Սահմանափակ կարողություն ունեցող
Մտավոր սահմանափակություն

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Սոցիալական ձեռնարկատիրության հետազոտողները առանձնացնում են սոցիալական ձեռնարկատիրության էական բնութագրիչները: Այդ բնութագրիչները տրված են աղյուսակ 1-ում (եջ 127): Համապատասխանեցրեք յուրաքանչյուրին գործողությունների օրինակներ «Փենովանի» ձեռնարկության և ստորև տրված երեք ձեռնարկության գործունեությունից:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Արտադրանքի թողարկում

Եվրոպացի երիտասարդը Աֆրիկայում, Սիերա-Լիոնեում հիմնադրեց սոցիալական ձեռնարկություն: Կազմակերպությունը թողարկում է ձեռագործ պայուսակներ, աշխատեցնում է տեղի աղքատ բնակչությանը: Վաճառքից ստացած եկամտով ֆինանսավորում է տեղական հիվանդանոցին: Որպես արտադրանքի հումք՝ ձեռնարկությունն օգտագործում է երկրորդային նյութերը, այդպիսով սոցիալականից բացի, իրականացնելով նաև շրջակա միջավայրի պահպանության առաքելություն: Այս պայուսակները մեծ տարածում ունեն Եվրոպայում:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Մալասարկման ձեռնարկություն. «Specialisterne» ընկերություն

Սոցիալական ձեռնարկությունը իրականացնում է բիզնես խորհրդակցություններ, համակարգչային ծրագրավորման զարգացում և թեստավորում, ինչպես նաև կազմում է տվյալների բազաներ: Այն աշխատանքի է տեղավորում աուտիզմի սպեկտր ունեցող անձանց:

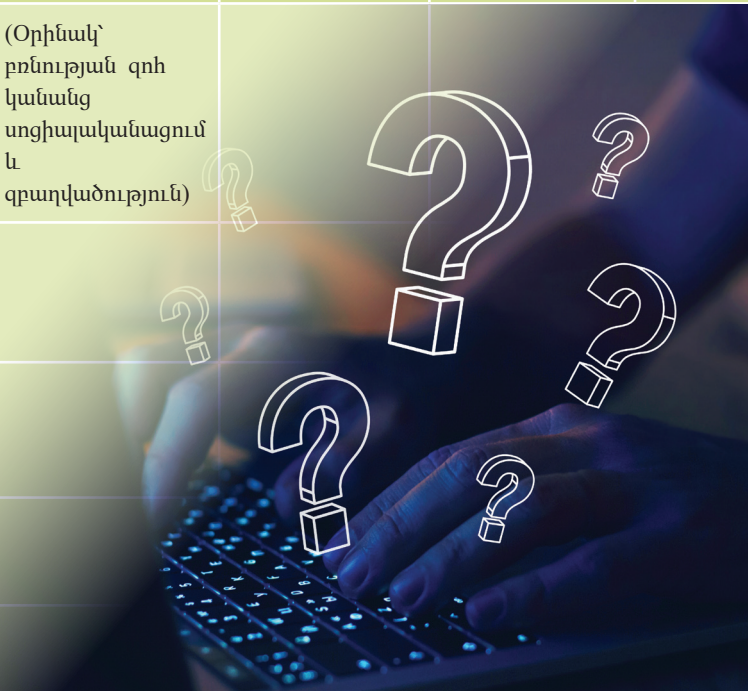
Հետազոտությունները հաստատեցին, որ աուտիզմի սպեկտր ունեցող անձինք օժտված են փոքր դետալների նկատմամբ առանձնահատուկ կենտրոնանալու ունակությամբ: Դա նրանց օժանդակում է ուրիշներից ավելի լավ կատարել սովորական դարձած ամենօրյա գործը: Ընկերությունը այս, մի հայացքով հիմնախնդրային վարքագիծը օգտագործեց որպես իր մրցակցային առավելություն շուկայում: Շահույթը լրիվությամբ ծախսվում էր միջազգային ցանցի զարգացման վրա: Այսօրվա դրությամբ ընկերությունը աշխարհի 14 երկրներում աշխատեցնում է 1 միլիոնից ավելի աուտիզմի սպեկտր ունեցող անձանց:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

Համայնքային սպասարկման ձեռնարկություն. «NextDrop» ընկերություն

Մոցիալական ձեռնարկությունը գործում է նաև Հնդկաստանում, Բանգալորում: Հնդկաստանի շատ քաղաքներ մինչև օրս ունեն խմելու ջրի հիմնախնդիր: Անորոշ ժամանակացույցով բնակչությանը ջուր մատակարարվում է օրվա ընթացքում 1 ժամ: Ընկերությունը բնակչությանը առաջարկեց հաղորդագրությունների միջոցով սպասարկում՝ ո՞ր ժամին ջուր կտրվի և որքա՞ն ժամանակով: Նրա եկամտի աղբյուրը բնակչության կոմունալ վճարներից ջրաբաշխիչ ընկերության կողմից վճարված սպասարկման հարկն է:

Աղյուսակ 1.

Հասարակական սեկտորում մոցիալական ձեռնարկատերերը փոփոխությունների գործակալների դեր են կատարում.	Մոցիալական ձեռնարկության համապատասխան գործողության օրինակ			
	«Փենովանի» ձեռնարկություն	Պայուսակների արտադրություն	«Specialisterne» ընկերություն	Ընկերություն «NextDrop»
Մոցիալական օգուտի ստեղծման և պահպանման (և ոչ թե անձնական շահույթ ստանալու) առաքելության նախանշմամբ	(Օրինակ՝ բռնության գոհ կանանց սոցիալականացում և գրադավածություն)			
Առաքելության կատարման համար նոր հնարավորությունների հայտնաբերմամբ և կիրառմամբ				
Նորարարության, հարմարվածության և ուսանելու անընդհատ գործընթացին ընդգրկվածությամբ				
Եղած ռեսուրսներով, առանց իրեն սահմանափակելու, համարձակ գործունեությամբ				
Նպատակային խմբերի և ստացած արդյունքների նկատմամբ բարձր պատասխանատվության ցուցադրությամբ				

Աղբյուր. <https://bit.ly/3jvDMZA>

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված իրավիճակին և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ի՞նչ գործունեություն է վարում Լեւան իր գյուղում:
- ▶ Ի՞նչ գործունեություն սկսեց Լեւան վարդեր վաճառելուց ստացած եկամուտներով:
- ▶ Ինչո՞վ է տարբերվում նրա գործունեությունը ձեռնարկատիրական ստանդարտ գործունեությունից:
- ▶ Ինչի՞ համար է ծախսում Լեւան ստացած եկամուտը/շահույթը:
- ▶ Կայուն զարգացման ո՞ր նպատակին է համապատասխանում Լեւայի գործարարությունը:
- ▶ Ի՞նչը պետք է դրդի մարդուն/մարդկանց, որպեսզի մեկ գործունեությամբ ստացած շահույթը ներդնի/ներդնեն մյուս՝ ոչ շահութաբեր գործունեության մեջ:
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ որքանո՞վ է երկարաժամկետ Լեւայի գործունեությունը: Ի՞նչն է նրա երկարատևության երաշխիքը:
- ▶ Ի՞նչ մտահոգում ունեք/առաջացավ ձեր համայնքում սոցիալական ձեռնարկատիրության հետ կապված:
- ▶ Ինչպե՞ս կօգնի այդ գաղափարի իրականացումը ձեր համայնքի անդամներին:
- ▶ Եթե դուք ընդունեիք պետական որոշումներ, ինչպե՞ս կգործեիք, ի՞նչ արտոնություններ կսահմանեիք սոցիալական ձեռնարկություններին:

Լեւան Խուլոյի մունիցիպալիտետի բարձրալեռ գյուղում է բնակվում, ծաղիկների տնկիներ է բազմացնում և վաճառում: Տարեցտարի նրա եկամուտը մեծանում է: Սակայն Լեւան վաստակած գումարը օգտագործում է ոչ թե շահույթ ստանալու, այլ իր գյուղում ուսումնական կենտրոն վարելու համար:



Այսինքն՝ Լեւան տնտեսական գործունեությունը սոցիալական նպատակի ֆինանսավորման համար է օգտագործում: Նա ցանկանում է համագյուղացի երեխաներին օգնել կրթության մակարդակը բարձրացնելու մեջ:

Գյուղում մարդկանց համար հայտնվեցին աշխատանքային տեղեր, ինչը հավելյալ սոցիալական արդյունք է: Ուսումնական կենտրոնում սպասարկում ստանալը վճարովի է, ստացած եկամուտը Լեւան աշխատավարձերի և կոմունալ հարկերի վրա է ծախսում, իսկ մնացածը կրկին ուսումնական կենտրոնի վրա է ծախսում. լրացուցիչ համակարգիչներ և կենտրոնի աշխատանքի համար այլ անհրաժեշտ իրեր է գնում: Մեծ պահանջարկի պատճառով հնարավոր է մոտ ապագայում մտածի նաև ընդարձակվելու մասին: Լեւան ձգտում է ակտիվություններում ընդգրկել սոցիալապես անպաշտպան երեխաներին: Նա գոհ է իր ուսումնական կենտրոնի աշխատանքից, քանզի ամբողջ շահույթը կրկին սոցիալական ձեռնարկության առաքելությունը կատարելու համար է օգտագործվում:

ՕԳՏԱԿԱՐ ԱԵՍՈՒՐՄՆԵՐ

- ▶ Սոցիալական ձեռնարկատիրություն-տնտեսական և սոցիալական փոփոխությունների նորարարական մոտեցում <https://bit.ly/3k69FIi>
- ▶ Սոցիալական ձեռնարկատիրություն <https://bit.ly/3S2xFbO>
- ▶ Ի՞նչ է սոցիալական ձեռնարկատիրությունը <https://bit.ly/3lHaCXW>
- ▶ Վրացական սոցիալական ձեռնարկություններ <https://bit.ly/3lL-FkiG>
- ▶ #Նոր օր «Գիտության սրճարան» - սոցիալական ձեռնարկություն Ծնորիում <https://bit.ly/3xmNKj4>
- ▶ Սոցիալական ձեռնարկություն «Սայլակների արտադրամաս» <https://bit.ly/3Kb6lku>
- ▶ Ի՞նչ է սոցիալական ձեռնարկությունը <https://bit.ly/3Sfrh19>

10. ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅՈՒՆ, ԹԵ՛ ԲԱՐԵԳՈՐԾՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Այս 30 տարվա ընթացքում երկրում ոչ մի գործ չի սկսվել, որում Դավիթը՝ Չաքարիայի որդին, իր ավանդը չներդներ, նյութական օգնություն չցուցաբերեր թերթ-ամսագրի հրատարակությանը, գրքի տպագրությանը, բեմի սիրահարների, երգիչների, երաժիշտների և գիտնականների դաստիարակությանը, դպրոցի բարեկարգմանը, աղքատ-կարիքավորների օգնությանը, օտարերկրացի և ներքին գործիչների հյուրընկալությանը և նրանց միմյանց հետ մերձեցմանը – այս ամենը ներկայացնում էր Դավիթ Սարաջիշվիլիի հոգածության առարկան:

Ալ. Խանանաշվիլի,
1911 թ., «Թեմի» թերթ



Դավիթ
Սարաջիշվիլի

Կազմե՛ք 3 խումբ, բաժանե՛ք ստորև տրված մեկական պատմություն, ծանոթացե՛ք Դավիթ Սարաջիշվիլիի, Չուբալաշվիլի եղբայրների և «Թիֆլիսի» բարեգործական-կրթական ընկերության մասին պատմությանը և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ձեր կարծիքով, ներկայացված պատմական անձը/անձինք ո՞ր բնագավառում էր/էին գործում:
- ▶ Ազատ շուկայում ի՞նչն է ներկայացնում գլխավոր նպատակը:
- ▶ Շահույթ ստանալը սոցիալական ձեռնարկատիրությունում նպատա՞կ է, թե՞ միջոց: Բացատրե՛ք ինչո՞ւ:
- ▶ Բացի անձնական օգտագործման համար և բիզնեսում ներդնելուց, ինչի՞ վրա էր ծախսվում այդ մարդկանց շահույթը:
- ▶ Այն ժամանակի և թեկուզ ժամանակակից ձեռնարկատերերից բոլո՞րն էին բարեգործություն կատարում: Բացատրե՛ք ինչո՞ւ:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչն է մղում մարդկանց բարեգործություն կատարելու: Ի՞նչն էր մղում կոնկրետ հաջողակ ձեռնարկատիրոջը կատարելու մեծ բարեգործություն:
- ▶ Ձեր կարծիքով, անձնական բավարարվածության զգացումը բարեգործության շարժի՞չ ուժն է, թե՞ ոչ:
- ▶ Ինչի՞ն էր ուղղված նրանց բարեգործությունը: Անվանե՛ք կոնկրետ օրինակ: Իսկ այնուհետև վերլուծե՛ք՝ նրանք անվանված սոցիալական հիմնախնդիրները բացահայտելու-կրճատելո՞ւ, թե՞ այդ հիմնախնդիրների պատճառները արմատախիլ անելու մասին էին հոգում:
- ▶ Հիշե՛ք քաղաքացիական մասնակցության ձևերը, մասնակցության սանդղակի աստիճանները: Ձեր կարծիքով՝ նրանցից որի՞ հետ է զուգորդվում բարեգործությունը և ինչո՞ւ:

Պատմություն 1

Դավիթ Սարաջիշվիլի

1885 թվականին **Դավիթ Սարաջիշվիլին** սկսեց թողարկել թունդ խմիչքներ: Նա ծնվել է վերավաճառող առևտրականի ընտանիքում: 1866 թվականին ավարտել է Թբիլիսիի գիմնազիան և ընդունվել Մանկտ Պետերբուրգի համալսարանի բնագիտության ֆակուլտետը: Սարաջիշվիլին չհավանեց Մանկտ Պետերբուրգում ուսումնառությունը և կեցությունը և մեկ տարի անց տեղափոխվեց Գերմանիա, Մյունխենի համալսարան: Եվրոպայում նա փոխադրվում էր տարբեր համալսարաններ, ուսանել է Հայդելբերգի համալսարանում, որն ավարտեց 1871 թվականին և ստացավ քիմիայի և փիլիսոփայության դոկտորի աստիճան: 1872-1878 թվականներին Հոֆենհայմի և Հալեի համալսարաններում սովորում էր գյուղատնտեսական գիտություններ: 1878 թվականին ուղևորվեց Ֆրանսիա՝ ուսանելու

խաղողագործության և գինեգործության տեսական և գործնական հիմունքները:

1884 թվականին Սարաջիշվիլին ձեռքը մեկնեց արդյունաբերությանը և Կովկասում գնեց օդու գործարան: Օդի թորելուն հետևեց նախ լիքյորի, իսկ այնուհետև կոնյակի թրմումը:

Կոնյակի թրմում Բուսական կայսրությունում առաջին անգամ Դավիթ Սարաջիշվիլին սկսեց և հարթեց այս նոր արտադրության ճանապարհը: 1885 թվականին Սարաջիշվիլին Թբիլիսիում կառուցեց կոնյակի կենտրոնական պահեստը, որտեղ հնացնում էր կոնյակի սալիրտը:

1888 թվականին Թբիլիսիում ստեղծվեց Սարաջիշվիլի կոնյակի գործարանը, որը գործում էր հայրենական հումքի բազայի վրա: Նույն տարում իր իսկ նախաձեռնությամբ սկսեց գործել լիքյորի գործարանը: Սարաջիշվիլի ֆիրման միավորում էր կրկնակի թորման 5, օդու 1, լիքյորի 1 և կոնյակի 7 գործարան, ինչպես նաև բազմաթիվ պահեստներ Թբիլիսիում, Մոսկվայում, Պետերբուրգում և այլ քաղաքներում:

1900 թվականին Սարաջիշվիլի ֆիրման թողարկեց 218200 շիշ կոնյակ: 1889-1913 թվականներին Սարաջիշվիլի ֆիրմայի կոնյակները, հատկապես՝ «Ձվելիսձվելին» (հներից հինը), և լիքյորը Բուսաստանի և միջազգային համատեղումներում և ցուցահանդեսներում ստացան 9 ոսկե, 5 արծաթե և բազմաթիվ բրոնզե մեդալներ: Շուտով նրա արտադրանքը պատվավոր դիմադրություն ցուցաբերեց Եվրոպայից ներկրված խմիչքներին: XX դարի սկզբին Բուսական կայսրության շուկայի ավելի քան մեկ երրորդը զբաղեցնում էր Սարաջիշվիլի արտադրանքը: Սարաջիշվիլի գործարանի հիման վրա ստեղծվել է Թբիլիսիի կոնյակի գործարանը:

Դավիթ Սարաջիշվիլին աչքի էր ընկնում նաև բարեգործությամբ.

- ▶ Նա մեծ ավանդ ունի Թբիլիսիի պետական համալսարանի շինարարությունում:
- ▶ Ծնորհալի վրաց երիտասարդներին ուղարկում էր Բուսաստանում և արտասահմանում սովորելու և նաև նշանակում էր կրթաթոշակ: Նրանց թվում էին Չաքարիա Փալիաշվիլին, Դիմիտրի Արաղիշվիլին, Մելիտոն Բալանչիվաձեն, Իա Կարգարեթելին, Կոստե Փոցիսվերաշվիլին:
- ▶ Դավիթը դրամական օգնություն էր ցուցաբերում նաև արտասահմանում գտնվողներին՝ Ալյակի Ծանիձեին, Վախթանգ Կոստեիշվիլին, Գերոնդի Քիքոձեին, Թեդո Սախոկիային, Նոյե Ժորդանիային և ուրիշ շատերի:
- ▶ Հովանավորը օգնություն էր ցույց տալիս Թբիլիսիում ժողովրդական թատրոնի շինարարությանը:
- ▶ Պատկառելի դրամական միջոցներ հատկացրեց Հավաբարի ժողովրդական թատրոնի կառուցման համար:
- ▶ Առանց տատանվելու համաձայնեց **Միտրոփանե Լադիձեի** բիզնեսի ֆինանսավորմանը:

Նա առաջին եվրոպական տիպի վրացի ձեռնարկատերն էր: Միավորե՞ք վրացական բարեսրտությունը և աղուհացը եվրոպական գործարարության հետ և կստանաք Դավիթ Սարաջիշվիլին: Այս անձնավորության մոտ օրինակելիորեն համատեղված էին գովեստի արժանի վրացիությունը և գովեստի արժանի եվրոպականությունը: Մեր եվրոպականացումը ճիշտ այս ճանապարհով պետք է կատարվի, երբ մեզանից յուրաքանչյուրը կտվորի եվրոպական գործարարությունը և դրա հետ միասին իր ազգային բնավորությունը չի կորցնի:

Նոյե Ժորդանիա

Դու չմոռանաս մեր անցյալը և յուրաքանչյուր ազգային գործի ժամանակ դու նույնպես, որպես համախոհ, երազանքով կողքիդ ունեցիր ներկայացուցիչ:

Ալյակի Ծերեթելի

Միտրոփանե Լադիձե (1869-1960 թթ.)

- հասարակական գործիչ, բարերար, Վրաստանում ոչ ակտիվային խմիչքների արտադրության հիմնադիր, Լադիձեի ջրի համահիմնադիր:

Իր կտակով մահը
ճնշեց և հիասքանչ
յուսապսակով
ճանաչվեց:

Ի. Գոգեբաշվիլի

Դավիթը 1911 թվականին վախճանվեց ծանր հիվանդության հետևանքով: Նրա կտակը մեկ անգամ կրկին հիացրեց հասարակությանը: Կտակի համաձայն, բազմամիլիոն ունեցվածքի առավելագույն մասը պետք է ծախսվեր վրաց ազգի զարգացման վրա:

Պատմություն 2

Չուբալաշվիլի եղբայրներ

Չուբալաշվիլիները՝ վրացի ձեռնարկատերեր և հովանավորները, վրաց պատմական փաստաթղթերում հանդիպում են XVII դարի 80-ական թվականներից: Չուբալաշվիլիների նպատակը վրաց մշակույթի և տնտեսության փրկությունը-վերածնունդն էր, ինչը նրանք կարողացան անխոնջ աշխատանքի արդյունքում:

Չուբալաշվիլի եղբայրները (Լևանի, Ստեփանե, Պետրե, Իսկոբի) մեծ առևտրական ցանց ունեին Հյուսիսային Կովկասում, Թուրքիայում և Հնդկաստանում: Նրանց կողմից Թբիլիսիում ստեղծված «Ընկերությունը» կառուցեց Անդրկովկասում առաջին շաքարի գործարանը:

1835 թվականին Իսկոբ Չուբալաշվիլին Իմերեթիում բացեց օդու առաջին գործարանը և սկսեց Իմերեթիի բնակչությունից գնել քամած խաղողի չանչը՝ ճանաչ: Գործարանում տարեկան մոտավորապես 72 հազար լիտր օղի էին թորում: 1842 թվականին Իսկոբ Չուբալաշվիլին Թբիլիսիում մեծ քարվանսարա կառուցեց, որը 10 առևտրի խանութ, պահեստներ, զինու նկուղներ և 71 հյուրասենյակներ էր միավորում:

Հատկանշական է, որ Չուբալաշվիլիները եղել են նաև Թբիլիսիի առևտրական բանկի խոշորագույն փայատերեր: Բայց գլխավորը, ինչով նրանք մնացին Վրաստանի պատմությունում, բարեգործությունն էր.

- ▶ Բաթումիում, Գորիում, Զուլթախիում և Թբիլիսիում կառուցված հինգ կաթոլիկական եկեղեցի,
- ▶ Թբիլիսիի համալսարանի շինարարության համար (I մասնաշենք) հատկացված 100 000 **մանեթ**,



- ▶ երաժշտական դպրոցի (ներկայիս կոնսերվատորիայի) շինարարության համար՝ 10 000 մանեթ,
- ▶ «Վրացիների շրջանում գրագիտություն տարածող ընկերությանը»՝ 20 000 մանեթ, կրթաթոշակների համար՝ 26 000 մանեթ,
- ▶ քաղաքի բարեկարգման համար ինքնակառավարմանը՝ 10 000 մանեթ,
- ▶ Ժողովրդական տան (ներկայիս Մարջանիշվիլի անվան թատրոն) շինարարության և բարեկարգման համար՝ 350 000 մանեթ,
- ▶ Թբիլիսիի առաջին հիվանդանոցի տարածքում մանկաբուժական շենքի կառուցմանը և Եվրոպայից բերված բուժական սարքերով սարքավորմանը՝ 150 000 մանեթ,
- ▶ Չուբալաշվիլիները ֆինանսավորում էին տարբեր տեսակի գրքերի հրատարակությունը,
- ▶ օգնում էին «Իվերիա», «Մոզգաուրի» և Նակադուլի» մանկական ամսագրերի հրատարակությանը,
- ▶ կառուցվեց «Չքավորների ապաստարան» (այսօրվա մանկական հիվանդանոցի շենքը) Մթածմինդայի վրա, որի շինարարության համար անհրաժեշտ գումարը՝ 220 000 մանեթ, հատկացրեց Նիկոլոզ Չուբալաշվիլին,
- ▶ Սոլոակում, ներկայիս Ամադուրա փողոցի վերջում մեկենաս եղբայրները բացեցին չքավորների ճաշարան՝ «Սամադլո», որտեղ բոլոր կարիքավորները կարող էին ձրի կերակրվել,
- ▶ Չուբալաշվիլի եղբայրների սահմանած կրթաթոշակներով շատ երիտասարդներ կրթություն ստացան Ռուսաստանում և Եվրոպայում, այդ թվում եղել են՝ Գերոնտի Բիքոձեն, Լեո Զիաչելին, Պավլե Ինգորովան և ուրիշներ,
- ▶ մեկենաս եղբայրների աջակցությամբ և ֆինանսական նվիրատվություններով Իլիա Շավնավաձեն հիմնադրեց գրագիտություն տարածող ընկերություն և նաև թավադազնաուրական բանկ:



Մանեթ –

հեղափոխությունից առաջ մեկ մանեթը 980 հարգի մի գրամ ոսկու համարժեքն էր:

Մի քանի տարի առաջ Ադրբեջանի կառավարությունը Վրաստանին փոխանցեց Բաքվի կենտրոնում գտնվող XIX դարի վերջերին կառուցված Չուբալաշվիլիների տունը:

1905 թվականի ապրիլի 5-ի ամսաթվով նամակը, որը Ստեփանե Չուբալաշվիլին ուղարկել է Բաքվից «Փողի տոմսի հետ» միասին, պահպանվում է Ազգային արխիվում, «Վրացիների շրջանում գրագիտություն տարածող ընկերության» ֆոնդում. «Որպես մեր ընկերության 25-ամյա նվիրական և անբասիր աշխատանքի երախտիք, ես որոշեցի հնարավորության սահմաններում օգնել ընկերությանը: Ուղարկում եմ 10 000 մանեթ և խնդրում եմ այս լուծման ընդունեք ինձնից՝ որպես մի սրտացավ վրացու կողմից: Ստեփանե Չուբալաշվիլի»:

Վրաստանում շատ են հարուստները, բայց Չուբալաշվիլիների նման բարեգործ նրանցից ոչ մեկը չէ:

Նիկո Նիկոլաձե



Գաբրիել Թամամշև

Փարիզում, Լուվրում, դահլիճներից մեկի պատի վրա ամրացված մարմարե հուշատախտակի վրա փորագրված են ցուցանմուշի բարերարների անունները, որոնց շրջանում է նաև Իսկոբ Չուբալաշվիլին: Անցյալ դարի սկզբին վրացի հովանավորը բոլոր ուղիներով ձեռք է մեկնել թանգարանին և դահլիճներից մեկը կրում է նրա անունը:

Թբիլիսիում, ի պատիվ Չուբալաշվիլիների, գոյություն ունի նրանց անունը կրող փողոց: Ճիշտ այդ փողոցի վրա եղբայրների ֆինանսավորմամբ կառուցվեց կարիքավորների տուն և ձրի ճաշարան: Փողոցը Չուբալաշվիլի եղբայրների անունով կոչվեց 1990-ական թվականներին Չվիադ Գամսախուրդիայի նախաձեռնությամբ:

Վրաստանի առջև ունեցած մեծ վաստակը գնահատելու համար Թբիլիսիի ժողովուրդը եղբայրներին՝ Լևանիին, Ստեփանեին (մահից հետո), Պետրեին և Իսկոբին, 1913 թվականի մայիսի 1-ին Թբիլիսիի պատվավոր քաղաքացու տիտղոս շնորհեց և պատշաճ դիպլոմներ փոխանցեց:

Ահա այսպիսին էր Չուբալաշվիլիների՝ այս արժանավոր ներկայացուցիչների համառոտ պատմությունը, համառոտ, քանզի նրանց կողմից կատարած բարեգործությունների ամբողջական թվարկությունը անհամեմատ ավելի մեծ է և առավել խոսուն:

Պատմություն 3*

Քաղաք Թիֆլիսի բարեգործական-կրթական ընկերության անդամներ

Էթնիկ հայերը XIX դարում Վրաստանի տնտեսական և մշակութային կյանքում կարևորագույն դեր էին կատարում:

Մեկենաս **Գաբրիել Թամամշևի** միջոցներով 1851 թվականին Երևանյան՝ ներկայիս Ազատության հրապարակի վրա կառուցվեց Թբիլիսիի օպերայի գանձարանային թատրոնի առաջին շենքը: Այն գոյություն ունեցավ 23 տարի: Այն հիշատակում էին որպես Թամամշևի թատրոն-քարվանսարա: Թամամշևը ֆինանսապես օգնում էր արվեստագործներին և մանկավարժներին: Նա 41 000 կտոր գիրք նվիրեց քաղաքին, որով նշանակալից ավանդ ներդրեց Վրաստանի Ազգային գրադարանի ստեղծման մեջ:

Թբիլիսիի առաջին կլինիկական հիվանդանոցի շինարարությունը կապվում է հայտնի մեկենաս **Միքայել Արամյանցի** անվան հետ: Արամյանցը Եվրոպայից բերեց ռենտգենյան սարք: Նա հիվանդանոցը պահում էր սեփական միջոցներով, վճարում էր բուժառուների վճարը և աշխատակիցների աշխատավարձը: 1899 թվականին Միքայել Արամյանցի նվիրատվությամբ կառուցվեց Թբիլիսիի

* Աղբյուր. «Էթնիկ բազմազանություն Վրաստանում», Վրաստանի ժողովրդական պաշտպանին առընթեր գործող Հանդուրժողականության կենտրոն, Թբիլիսի 2021:

արական երկրորդ գիմնագիան՝ այսօրվա Կրթության և գիտության նախարարության շենքը:

Մելիք Ազարյանցը 1881 թվականից ղեկավարում էր «Կովկասյան հայերի բարեգործական ընկերությունը»: Հիմնադրամը պահում էր 100 գյուղական դպրոց, քաղաքներում բացում էր ուսումնական դասընթացներ, կրթաթոշակներով օգնում էր Եվրոպայում սովորելու մեկնած ուսանողներին:

Թբիլիսիի ճարտարապետական զարդն է Ռուսթավելիի պողոտայի վրա 1912-1915 թվականներին բարեգործ Մելիք Ազարյանցի կողմից կառուցված տունը, որը թբիլիսյան մոդեռնի աչքի ընկնող հուշարձան է: Այն բազմաթիվ գործառույթներ ունեցող կոմպլեքս է եղել, որն



Միքայել Արամյանց



Մելիք Ազարյանց



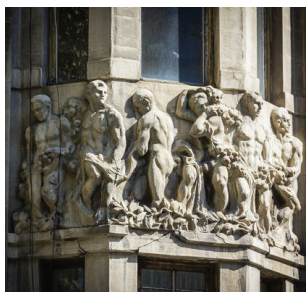
«Քաղաք Թբիլիսիի բարեգործական-կրթական ընկերության» անդամներ. Ալեքսանդր Մելիք-Ազարյանց, Ալեքսանդր Մանթաշև, Միքայել Արամյանց և ուրիշներ:



Ալեքսանդր Մանթաշև



Մելիք Ազարյանցի տունը



Մելիք Ազարյանցի տան
բարեկենֆը



Ազգային պատկերասրահ

ունեցել է սեփական ջրամատակարարում, կենտրոնական ջեռուցում, հեռախոսակայան, կինոթատրոն, ֆոտոսրահ, մանկական պանսիոն և նկարչական պատկերասրահ:

Թբիլիսեցի ձեռնարկատեր **Ալեքսանդր Մանթաշևը** հայտնի բարերար էր: Նա ֆինանսապես օգնում էր կույրերի դպրոցին, տարեցների և մանկական ապաստարաններին: Նա հիմնադրեց առևտրի տուն, որը ներկայացուցչություններ ուներ Եվրոպայի և Ասիայի երկրներում: Այսօր այդ տան տեղում Թբիլիսիի թիվ 43 դպրոցն է: Մանթաշևը Բաքվում և Բաթումիում կառուցեց նավթավերամշակման գործարաններ: Նրա բարեգործությունների մեծ մասը զոհ գնաց խորհրդային բռնատիրությանը: XX դարի եզրագծին Սվետիցխովելիի վերակառուցման համար Մելիք Ազարյանցը և **Ալեքսանդր Մանթաշևը** հատկացրին 150 000 ռուբլի:

Հայտնի էր Բոզարջանցի «**Ծխախոտի արտադրություն**» առևտրա-արդյունաբերական բաժնետիրական ընկերությունը:

Նիկոլոզ Բոզարջանցին էին պատկանում Թբիլիսիում ծխախոտի առաջին գործարանը և քաղաքում ծխախոտի վաճառքի կրպակները:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված տեսական նյութին և վիճակագրությանը, վերհիշե՛ք բարեգործության մասին նախորդ պատմությունները, հստակեցրե՛ք բնորոշիչները, որոնց գործադրմամբ սոցիալական ձեռնարկատիրության և բարեգործության համեմատության համար կազմե՛ք «Վեննի դիագրամ» և ծանոթացրե՛ք դասարանին:

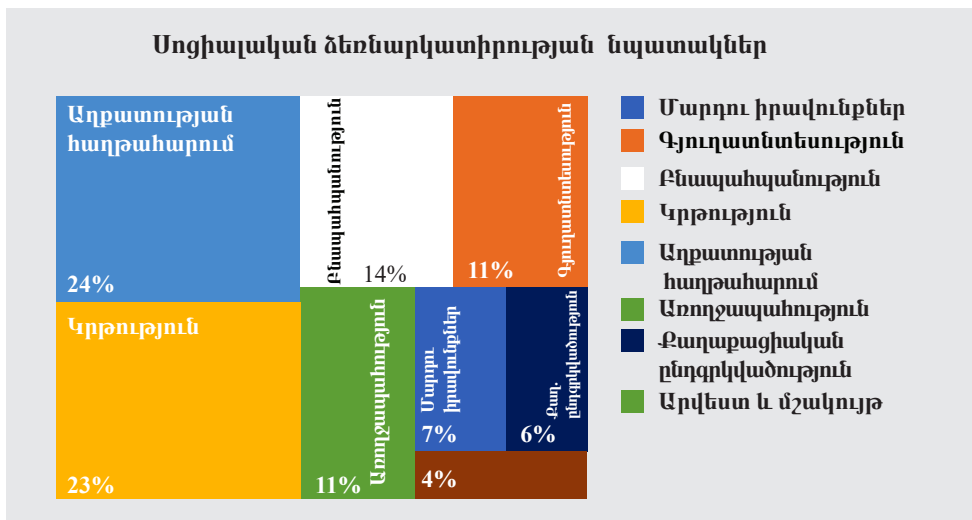
ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Անցկացրե՛ք բանավեճ հետևյալ հարցերի մասին.

- ▶ Բոլոր լավ ձեռնարկատերերը կարո՞ղ են դառնալ սոցիալական ձեռնարկատեր: Ինչո՞ւ:
- ▶ Բոլոր սոցիալական ձեռնարկատերերը գլուխ հանո՞ւմ են քիզնեսից: Ինչո՞ւ:

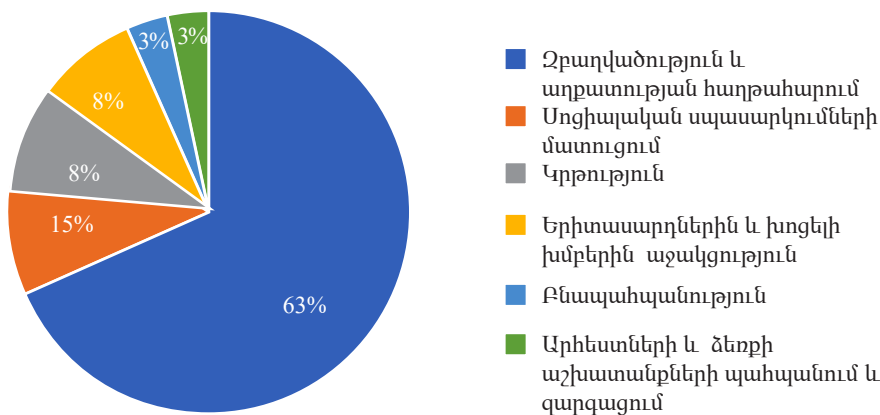
Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը ավելի ու ավելի հանրահայտ է դառնում աշխարհի տարբեր երկրներում, այդ թվում նաև Վրաստանում: Առ այսօր հասարակությունում առկա անհավասարությունը ավելի ու ավելի է հզորացնում բիզնես-արտադրությունից դեպի սոցիալական ձեռնարկատիրություն անցնելու միտումը: Մեզ անհրաժեշտ են սոցիալական ձեռնարկատերեր, որոնք նոր համալիր հիմնախնդիրների լուծման նորարարական մոտեցումներ կհայտնաբերեն և համապատասխանորեն կարձագանքեն:

2019 թվականի տվյալներով, որոնք ներառում են 161 երկիր, սոցիալական ձեռնարկության նպատակները տոկոսայնորեն հետևյալ կերպ են բաշխված (տես՝ դիագրամ 1):



Դիագրամ 1. Սոցիալական ձեռնարկատիրության նպատակները աշխարհի մասշտաբով, 161 երկրի համաձայն

Առ այսօր գոյություն ունեցող տվյալների համաձայն, կարելի է ասել, որ Վրաստանում սոցիալական ձեռնարկությունների նպատակները բազմազան են, թեև այնուամենայնիվ առանձնանում են դրանցից մի քանիսը (տես՝ դիագրամ 2):



Դիագրամ 2. Վրաստանում գործող սոցիալական ձեռնարկատիրությունների նպատակներ, 2020 թվական:

Աղբյուր. Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը Վրաստանում, Քաղաքացիական հասարակության ինստիտուտ:

Վերջին ժամանակաշրջանում սոցիալական ձեռնարկատիրությունը՝ սոցիալական առաքելությամբ բիզնեսը, Վրաստանում ավելի ու ավելի ժողովրդական է դառնում: Ավելի շատ կազմակերպություններ սկսեցին ձեռնարկատիրական գործունեություն ծավալել սահմանափակ կարողություններ ունեցող անձանց (ՄԿՈԻ անձինք) և սոցիալապես անպաշտպան խմբերի համար աշխատատեղերի ստեղծման նպատակով:

Վրաստանում սոցիալական ձեռնարկություններում զբաղված են.

- ▶ սահմանափակ կարողություններ ունեցող անձինք,
- ▶ բռնի տեղահանվածներ,
- ▶ պրոբացիոներներ,
- ▶ սոցիալապես անպաշտպաններ:

Զարգացող երկրներում սոցիալական ձեռնարկատիրությունը նշանակալից ավանդ է ներդնում երկրի սոցիալական և տնտեսական զարգացման մեջ: Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը հիմնականում համատիրության (Ֆրանսիա, Պորտուգալիա, Իսպանիա, Հունաստան) տեսքով է ձևավորվում: Վրաստանում դրանք առանձնահատուկ իրավաբանական ձև չունեն: Սոցիալական ձեռնարկատիրություն կարելի է իրականացնել տարբեր իրավաբանական ձևերով:

Սոցիալական ձեռնարկատիրությանը աջակցության նպատակով Վրաստանում ստեղծվեց **սոցիալական ձեռնարկատիրության կենտրոն** (<https://www.segeorgia.org/>), որի նպատակն է սոցիալական ձեռնարկատիրության հասկացության արմատավորումը և գործնական գործունեության աջակցությունը Վրաստանում: Նշված կենտրոնը

Վրաստանի օրենսդրությամբ «Սոցիալական ձեռնարկատիրությունը» որպես տերմին պարզաբանված չէ, համապատասխանաբար, իրավաբանական հարցեր քննարկելիս գործածվում է ձեռնարկատիրություն տերմինը:

շահագրգռված է անձանց և կազմակերպությունների համար վարել վարժանքներ և խորհրդատվություններ: Սկսնակ սոցիալական ձեռնարկությունների աջակցության նպատակով կենտրոնը հայտարարում է դրամաշնորհային մրցույթներ, իսկ հաղթանակած կազմակերպություններին գործունեության գործընթացում ցուցաբերում է պարբերական խորհրդատվություններ կազմակերպչական, ֆինանսական, մարկետինգային և օրենսդրական հարցերում: Սոցիալական ձեռնարկատիրության կենտրոնի առաքելությունն է սոցիալական ձեռնարկատիրության

աջակցության ճանապարհով օժանդակել հասարակությունում դրական սոցիալական և բնապահպանական փոփոխություններին:

Ցանկացած պետության տնտեսական քաղաքականության հիմնական նպատակը հասարակության անդամների բարեկեցության բարձրացումն է և մարդկանց **արժանապատիվ ապրելու** հնարավորություն տալն է: Իսկ արժանապատիվ կյանքը այն է նշանակում, որ յուրաքանչյուր ոք ունենա սովորելու, աշխատելու, իր առողջության մասին հոգալու հնարավորություն և հասնի սեփական կարողությունների առավելագույն դրսևորման:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Ստեղծե՛ք 4 խումբ, յուրաքանչյուր խումբը որոշելու է սոցիալական այն հիմնախնդիրը, որը անհանգստացնում է իրենց համայնքին, հստակեցնելու է այդ հիմնախնդիրն առաջացնող պատճառները և դրանք նախատեսելով՝ պլանավորելու է սոցիալական ձեռնարկատիրության գործարկումը: Որոշելու է դրա սոցիալական առաքելությունը, հնարավորությունները և ռիսկերն ու արդյունքը, որին ցանկանում եք հասնել:

11. ԿՈՐՊՈՐԱՏԻՎ ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված հոդվածին և պատասխանե՛ք հարցերին.

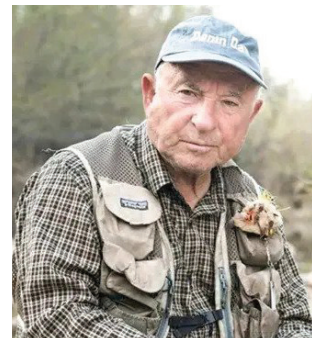
- ▶ Որքանո՞վ է ընկերության նոր ռազմավարությունը համապատասխանում սոցիալական ձեռնարկատիրությանը:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչը պայմանավորեց ընկերության սեփականատիրոջ նոր գաղափարը՝ փոխելու շահույթի վեկտորը:
- ▶ Որքանո՞վ կօգնի ընկերության գործունեությունը կլիմայի փոփոխությունների դադարեցմանը: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ինչո՞ւ էր ամաչում ընկերության սեփականատերը իր ֆինանսական վիճակից:
- ▶ Ինչո՞ւ էր ձեռնարկատերը հակագովազդում սեփական արտադրանքը:
- ▶ Ձեր կարծիքով, հասարակությունը վստահո՞ւմ է նման մարտավարությանը: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ի՞նչ միջոցներով է մտադիր ընկերության հիմնադիրը փրկել մոլորակը:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, նոր մարտավարությունից հետո բարձրացա՞վ, թե՞ նվազեց բրենդ արտադրանքի համար սպառողի պահանջը:

Մոլորակը փրկելու համար «Պատագոնիայի» սեփականատերը օտարում է իր ընկերությունը

Մարգարիտա Կալդաստի և սարքավորանքի բրենդի՝ «Պատագոնիայի» հիմնադիր Իվոն Չուինարդի որոշմամբ, 2022 թվականից ընկերության շահույթը կծախսվի դարի գլխավոր մարտահրավերի՝ կլիմայի փոփոխության հիմնախնդրի հաղթահարման վրա:

Գործարարը հայտարարեց, որ ի սկզբանե մտադիր էր ընկերությունը վաճառել և գումարը բարեգործական նպատակների համար փոխանցել, թեև այդ դեպքում ստիպված կլիներ բիզնեսի վրա վերահսկողությունը փոխանցել ուրիշի, ինչը ընկերության արժեքները կասկածի տակ կդնար:

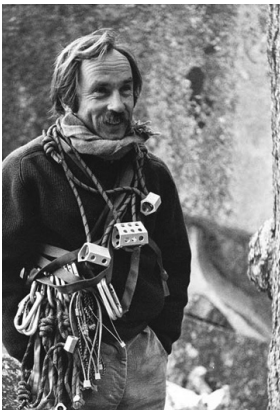
Վերջնական որոշմամբ, Չուինարդը ամբողջ գույքը փոխանցեց երկու նորաստեղծ կազմակերպության՝ «Պատագոնիայի» նպատակային հիմնադրամին, որը վարում է Չուինարդների ընտանիքը, և որը հիմնադրվեց ընկերության արժեքների պահպանության համար, և ոչ կոմերցիոն **Holdfast Collective** կազմակերպությանը, որը բնապահպանական ճգնաժամի հաղթահարման վրա է աշխատում:



Լեռան վրա մագլցելը ավելի կարևոր է, քան նրա գազաթին գտնվելը:

Իվոն Չուինարդ

*Աղբյուր. Earth is now our only shareholder by Yvon Chouinard
BBC, Patagonia: Billionaire boss gives fashion firm away to fight climate
change NSS Magazine, Patagonia founder will give away entire company to
save the planet <https://bit.ly/3RCDVXP>



Չուինարդը ժայռի վրա մագլցելու հագուստով և սարքավորանքով



Ֆունտ ստերլինգ

– Մեծ Բրիտանիայի ազգային արժույթ: Ժողովրդականության համաձայն, աշխարհում 3-րդ տեղում է, այն աշխարհում ամենաթանկ և միևնույն ժամանակ կայուն արժույթներից մեկն է: Ճիշտ այս փաստն է այն բանի հիմնական պատճառը, որ Մեծ Բրիտանիան հրաժարվեց եվրո տարադրամին անցնելուց:

Երկու կազմակերպություններն էլ հիմնադրվեցին այն նպատակով, որ ընկերությունը անկախ մնա և ամենամյա նրա շահույթը, որը հավասարվում է 100 միլիոն ԱՄՆ դոլարին, օգտագործվի կլիմայի փոփոխության դեմ պայքարի և բնապահպանության համար: Ընկերությունը սովորականի նման շարունակում է աշխատանքը, թեև նրա հսկայական գույքը և եկամուտները չեն պատկանում Չուինարդների ընտանիքին, ավելին, ընտանիքը չի ստանա ոչ մի տեսակ հարկային զեղչ, նրանք ստիպված կլինեն 17.5 միլիոն դոլար վճարել կատարած նվիրաբերության հարկազանձման տեսքով:

«Հիմա երկրագունդը մեր միակ փայտերն է», - հայտարարեց Իվոն Չուինարդը, որն ասում է, որ միշտ ամաչում էր սեփական հարստության պատճառով և իրեն վատ էր զգում միլիարդատիրոջ կարգավիճակի համար («Պատագոնիայի վաճառքները» 2022 թվականին 1,5 միլիարդ դոլար էին կազմում, իսկ Իվոն Չուինարդի գույքը՝ 1,2 միլիարդ դոլար):

Իվոն Չուինարդին ընկերությունը ստեղծեց 1973 թվականին սեփական մարզական նախասիրությունների պատճառով: Ժայռին մագլցելու մոլեռանդությամբ տարված անձը երբեք չէր ցանկանում բիզնեսմենություն անել, բայց սիրում էր իր հորբին, ինչը անձնական օգտագործման համար նախ ժայռի վրա մագլցելու սարքավորանք և հետո՝ մարզական հագուստ ստեղծելու որոշմանը հանգեցրեց: Իսկ վերջապես Իվոն Չուինարդը «Պատագոնիայի» տեսքով ծայրաստիճան հաջողակ մարզական հագուստի բրենդ ստեղծեց, որն իր պաշտամունքային հետևորդներն ունի:

Հատկանշական է, որ «Պատագոնիայի» արտադրանքի գները նշանակալիորեն բարձր են, օրինակ, մեկ վերնաշապկի արժողությունը կարող է լինել **40 ֆունտ** ստերլինգ, իսկ ջեմպրինը՝ 200 ֆունտ ստերլինգ, բայց նշված բրենդային հագուստը օգտագործվելու է ողջ կյանքի ընթացքում: «Պատագոնիայի» հիմնադիրի խոսքով՝ էժան, արագ մոդան անեծք է բրենդի համար:

Ֆիրմայի մարկետինգային ընկերությունները մշտապես կողմնորոշված են ժողովրդի իրական կարիքները հիշեցնելու վրա: Ճիշտ դրա օրինակ է դեռևս 2011 թվականին սեփական արտադրանքի մասին արված գովազդային հայտարարությունը, որը սպառողին կոչ է անում ձեռք բերել միայն այն, ինչը նրան իսկապես անհրաժեշտ է: Երկրագնդի ռեսուրսները հսկայական չեն, այդ պատճառով մոլորակի փրկության համար հարկավոր է գործել: «Պատագոնիան» արդեն 50 տարի հնարավորության սահմաններում ձգտում է վարել պատասխանատու բիզնես, թեև 2018 թվականից ամբողջությամբ փոխվեց ընկերության քաղաքականությունը և այժմ նրանց հայտարարագրված նպատակն է աշխատել մոլորակի փրկության համար:



Պատագոնիայի սեփական արտադրանքի գովազդային կարգախոսը «Մի՛ գնեք այս բանկոնը»

Ներկայիս սպառողը բիզնեսին բարձր չափորոշիչներ է առաջադրում, նրանք որակից և գնից բացի, նաև այլ օգտակարություն են պահանջում:

Տասը սպառողից ինը ընկերությունից պահանջում է, որ բիզնեսը ստանձնի պատասխանատվություն բնապահպանության և սոցիալական հիմնախնդիրների կարգավորման մասին, իսկ սպառողների 84%-ը առաջնահերթությունը շնորհում է սոցիալական պատասխանատվություն ունեցող ընկերության արտադրանքին:

Այն բանից հետո, ինչ ընկերությունները վերլուծեցին կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության անհրաժեշտությունը, նրանք ընդգրկվեցին տարբեր ուղղություններով սոցիալական տարբեր գործունեությունների մեջ:

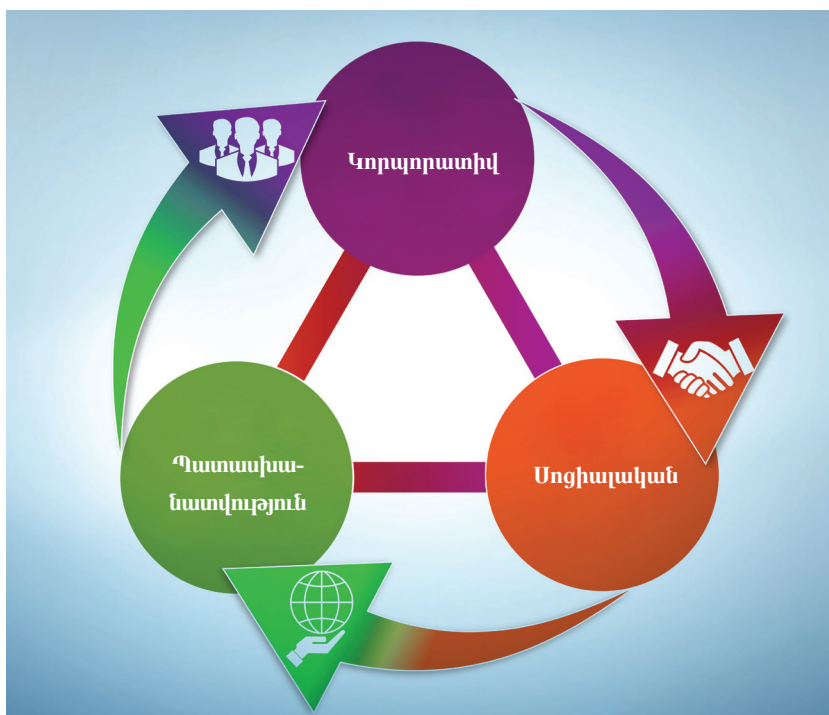
Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվությունը ճիշտ վարելու դեպքում շատ շահույթաբեր կարող է լինել բիզնեսի համար: Այստեղ ենթադրվում է երկարաժամկետ մարտավարություն, որն ունի ընկերությունը և արտացոլված է նրա համակարգում և գործունեությունում:

Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվություն–հայեցակարգ, որի ժամանակ ընկերությունը իր բիզնես գործողություններում և հետաքրքրված կողմերի հետ հարաբերություններում նկատի է առնում սոցիալական և էկոլոգիական պատասխանատվություն սեփական նախաձեռնությամբ՝ կամավորության հիման վրա:

Դա նշանակում է, որ կարգավորվող ակտիվությունների արդյունքում ընկերությունները կամավոր հոգում են այն հասարակության մասին, որի մասը իրենք անձամբ են, քանզի ուժեղ սպառողը, իր հերթին, ընկերության հաջողության երաշխիքն է (գնողունակ սպառող և ավելի շատ վաճառված արտադրանք):

Մենք ներդնում ենք կատարում այն բանում, որպեսզի օգտագործենք ավելի քիչ ջուր, ավելի պակաս վտանգավոր քիմիական նյութեր և ներկ, ինչպես նաև ավելի նվազ քանակության ածխածին օգտագործվի մեր արտադրանքում, ինչը հաճախ համեմատաբար ավելի վճարել է ենթադրում:

Իվոն Չուինարդի





Ժողովրդի վստահությունը ձեռք բերելու համար ընկերության կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության ռազմավարությունը պետք է դառնա թափանցիկ և էթիկ:

Բիզնեսը, որի համար կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվությունը ռազմավարության մասն է, հիշատակում են որպես **կորպորատիվ քաղաքացիներ**: Նշված տերմինից պարզ երևում է, որ ինչպես մարդն ունի իրավունքներ և հասարակության առջև պարտավորություններ, համանման է նաև բիզնեսի համար:

Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության մարտավարության մշակումը և այդ ուղղությամբ ակտիվությունների պլանավորումը շահութաբեր է ինչպես բիզնեսի, այնպես էլ աշխատակիցների և սպառողների համար:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության օրինակ կարող ենք բերել «Նեստլե» ընկերության գործունեությունը Հնդկաստանում: «Նեստլե» ընկերությունը աշխարհի 84 երկրներում ունի 456 գործարան և տարբեր արտադրանք է թողարկում: Դրանց թվում են. նորածին երեխաների սնունդը, Նեսկաֆեն, Նեսքուիքը, Նայթը, Մագիի ապուրները և այլն: Ծանոթացե՛ք այս պատմությանը և պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ի՞նչը դարձավ ընկերության համար Հնդկաստանում բիզնես սկսելու հիմք:

- ▶ Ի՞նչ մարտավարություն իրականացրեց ընկերությունը ձեռնարկությունը աշխատեցնելու համար:
- ▶ Ընկերությունը լրացուցիչ ներդրումներ պահանջող կոնկրետ ի՞նչ քայլեր է ձեռնարկել:
- ▶ Ընկերության որոշումը, արդյոք, սոցիալական պատասխանատվության օրինա՞կ էր:
- ▶ Ի՞նչ շահույթ ունեւր ընկերությունը Մոզայում:

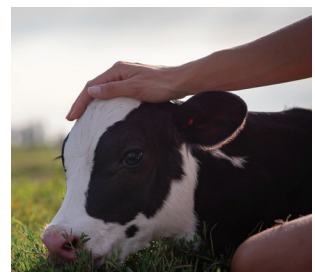
«Նեստլե»-ն Հնդկաստանում

1962 թվականին «Նեստլե» ընկերությունը որոշեց իր տնտեսական գործունեությունը իրականացնել Հնդկաստանի ծայրաստիճան աղքատ շրջաններից մեկում՝ Մոզայում: Ելնելով այն բանից, որ «Նեստլե»-ի արտադրական շղթան ամբողջությամբ կախված էր տեղական ռեսուրսներից, ընկերությունը Մոզայի շրջանում.

- ▶ կառուցեց կաթ հավաքելու կետեր,
- ▶ կաթի տեղափոխության համար տեղական ձեռնարկությունը ապահովեց սեփական ավտոմեքենաներով,
- ▶ կաթի որակի բարելավման համար «Նեստլե»-ն մշտապես գործուղում էր անասնաբույժերի, դիետոլոգների և որակի փորձագետների,
- ▶ զուգահեռաբար տեղական գյուղացիների համար մշտապես անց էին կացվում վարժանքներ,
- ▶ անհրաժեշտության դեպքում առաքվում էին դեղամիջոցներ և սննդամթերքի հավելումներ հիվանդացած կենդանիների համար,
- ▶ կենդանիների սննդի որակի բարելավման համար «Նեստլե»-ի ներդրմամբ բարելավվեց ոռոգումը:

Արդյունքում ստացավ այն, որ.

- ▶ եթե «Նեստլե»-ի ձեռնարկությունը կաթի գործարանի բացման ժամանակ ուներ 180 ֆերմեր, այսօր արդեն կաթ մատակարարողների թիվը հասնում է 75 հազարի,
- ▶ կաթի արտադրությունը բարձրացավ 50 անգամ, հորթերի անկման դեպքերը կրճատվեցին 75%-ով,
- ▶ ապրանքի որակի բարձրացմանը զուգընթաց ավելացավ նաև կաթի մթերման գինը,
- ▶ իսկ կարգավորվող եկամուտների շնորհիվ բարելավվեց տեղացի գյուղացիների ֆինանսական վիճակը,
- ▶ տեղական բնակչության տնտեսական հնարավորությունների մեծացման հետ միասին նրանց կողմից «Նեստլե»-ի արտադրանքների գնումները նույնպես մեծացան, ինչը օգնեց ընկերությանը նաև տնտեսական հաջողության հասնելու գործում:





Չափից շատ քաղաքացիական կազմակերպություններ խնդրում են բիզնեսի օգնությունը, բայց ինչպե՞ս պետք է ընկերությունը նրանց ընտրի:

Ճիշտ կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության մարտավարությունն է որոշում ընկերության պարտականությունները և օգնում է նրանց ճիշտ ընտրել, թե որ սոցիալական հիմնախնդրի լուծման մասին պետք է հոգա ընկերությունը: Հնարավոր է ընկերությունը գործի ամբողջ աշխարհի մասշտաբով, բայց պատասխանատվություն ստանձնի միայն մեկ կոնկրետ ուղղությամբ կամ մեկ կոնկրետ թեմայով:

Լավ կլինի, եթե սկզբից և եթ տրվի հարցերի պատասխանը.

- ▶ Հնարավոր է այս հիմնախնդիրը կարգավորվի առանց մեզ:
- ▶ Մեր ընդգրկմամբ այս հիմնախնդիրը ավելի արագ և արդյունավետ կկարգավորվի:

Երբ ընկերությունը կպատասխանի այս հարցերին, որոշում ընդունելը ավելի հեշտ կլինի:



Երբ ընկերությունը կյուրացնի, որ ինքը այն հասարակության անդամն է, որտեղ գործում է և ունի որոշակի պատասխանատվություններ, անհրաժեշտ է սկսել գործել:

Իսկ ճիշտ պլանավորված ակտիվությունները նրան կդարձնեն լիդեր և նա ձեռք կբերի հեղինակություն, ինչը շատ կարևոր է ընկերության համար:

Որպեսզի ընկերությունն ունենա ավելի շատ լոյալ սպառողներ, անհրաժեշտ է վստահություն ձեռք բերել: Օրինակ, երկու անձ միասին սկսում են բիզնես, եթե նրանց միջև չկա վստահություն, ավելի դժվար է որոշումներ ընդունելը և գործելը: Ճիշտ այդպիսի մոտեցումն է գործում հասարակության և ընկերության միջև:



Ինչպե՞ս պետք է ընկերությունը վստահություն ձեռք բերի:

Վստահության ձեռք բերման բանաձևն այսպիսին է.

- ▶ Ընկերությունը ստանձնում է պատասխանատվություն:
- ▶ Խոստանում է հասարակությանը որոշակի գործողություններ:
- ▶ Կատարում է խոստումը:



Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության համատեքստում պլանավորված ակտիվությունները պետք է լինեն երկարաժամկետ և կայուն, դա պետք է բերի օգուտ ինչպես հասարակությանը, այնպես էլ բիզնեսին:

Սա մշտական շրջան է, և ընկերությունը որքան ավելի շատ պայման է դնում ու կատարում է, այնքան ավելի բարձրանում է նրա նկատմամբ վստահությունը և բարելավվում է նրա հեղինակությունը՝ վարկանիշը:

Վարկանիշը շատ նուրբ թեմա է, քանզի հեշտությամբ կարող է փլուզվել: Այն բանից հետո, ինչ ընկերությունը ձեռք կրերի ժողովրդի վստահությունը և կարմատավորի լավ հեղինակություն, անհրաժեշտ է միշտ հոգալ դրա պահպանության մասին:

Վերջում կարելի է ասել, որ **բիզնեսը այսօր արդեն միայն շահույթի վրա չի կողմնորոշված:** Հետազոտությունները ապացուցում են, որ հասարակության պահանջը ընկերության նկատմամբ շատ փոփոխված է և նրանից ավելի շատ է սպասվում, քան պարզապես արտադրանքը կամ սպասարկումն է:

Ընկերությունը այն հասարակության մասն է, որտեղ նա գործում է, **կորպորատիվ քաղաքացի** է և եթե ունի ցանկություն, որ վայելի բարձր հեղինակություն և ունենա լոյալ սպառողներ (այսինքն՝ ունենա ընկերներ), դրա համար պետք է ձեռք բերի ժողովրդի վստահությունը: Իսկ վստահությունը ձեռք է բերվում միայն արարքով: Ճիշտ պլանավորված և երկարաժամկետ կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության մարտավարությունն այն գործիքն է, որը ձեռնարկատերերին/ընկերություններին կօգնի այս խնդրի լուծման մեջ:

Մեր օրերում սպառողների մեծամասնությունը միշտ ընտրում է այն արտադրանքը, որը կապված է սոցիալական և բնապահպանական տարրեր հարցերի հետ: Նրանք առաջնահերթությունը շնորհում են թափանցիկ և էթիկական քրեդիտներին:

Դիան Ծիմա, “SPBX”-ի գործակալություն

Ամենաթունավորը և քայքայիչը հաջողության զգացումն է: Իսկ դրա հակադրորը (թույնը չեզոքացնողը) ամեն երեկո այն մասին մտածմունքն է՝ ինչ կանեք վաղը ավելի լավ:

*Ինգվար Կամպարդ,
Ikea-ի հիմնադիր*

Կորպորատիվ կամավորություն*

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Բաժանվե՛ք խմբերի, յուրաքանչյուր խմբում քննարկե՛ք բոլոր իրավիճակները և ստորև տրված հարցերի կիրառմամբ դասարանի հետ միասին քննարկե՛ք դրանք:

- ▶ Ինչո՞վ են միմյանց նման ստորև տրված ընկերությունների պատմությունները:
- ▶ Այդ ընկերությունները սոցիալական ձեռնարկություն են, թե՞ ոչ: Ինչո՞ւ: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Ի՞նչ տարբերություն հայտնաբերեցիք այդ ընկերությունների և սոցիալական ձեռնարկությունների միջև:
- ▶ Հոգավո՞վ սեփական աշխատակիցների մասին, միաժամանակ ընկերությունը հոգո՞ւմ է սոցիալական հիմնախնդիրների մասին: Սեփական հեղինակությա՞ն մասին:
- ▶ Լսե՛լ եք, արդյոք, աշխարհում, Վրաստանում այլ ընկերությունների նկատմամբ նման կախվածության մասին:
- ▶ Ի՞նչը տեսաք ավելի շատ՝ ընկերության սեփականատերերի՞, թե՞ աշխատակիցների քաղաքացիական դիրքորոշումը:
- ▶ Ինչո՞ւ է անհրաժեշտ, որ ընկերությունը քաղաքացիական ակտիվության համար թեկուզ ամսվա ընթացքում մեկ օր աշխատավարձը վճարելով աշխատակցին ազատի աշխատանքից:
- ▶ Ի՞նչ երաշխիք գոյություն ունի, որ աշխատակիցները իրավամբ կգրադվեն կամավորական գործունեությամբ: Կամ ինչպե՞ս կարելի է կատարված աշխատանքը ստուգել: Ո՞ր ընկերության մարտավարությունը ավելի հավանեցիք և ինչո՞ւ:
- ▶ Ո՞ր ընկերությանը կհամարեիք լավ քաղաքացի: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:
- ▶ Եթե դուք լինեք ձեռնարկության/ընկերության ղեկավար, ստորև առաջարկածներից ո՞ր մարտավարությունը կընտրեիք նման սոցիալական պատասխանատվությունը կատարելու համար: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ձեր կողմից ընտրված ընկերության համար մտածե՛ք (կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության մարտավարության շրջանակներում) նոր ծրագիր, հիմնավորե՛ք և գրառե՛ք գործադրման և հաղորդակցության գործնական պլանը:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Կամավորության խրախուսում

Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվությունը տարբեր ընկերություններում տարբեր տեսք ունի, բայց հիմնական էությունն այն է, որ ընկերությունը ժամանակ առ ժամանակ աշխատանքային ժամանակը կամավորության վրա ծախսելու հնարավորություն է տալիս աշխատակիցներին:



*Աղբյուր. <https://bit.ly/3JAEfo1>

Այդ տեսակետից ամենահայտնին «Դիսնեյ» է: Ընկերության Հարավային Կալոֆոռնիայի օֆիսներում իրավաբանների նախաձեռնությամբ նրանք անվճար օգնում էին ծնողագուրկ երեխաների որդեգրման հարցի կարգավորման մեջ և վերջին հաշվով երկու հարյուրից ավելի փոքրիկների կապեցին ընտանիքներին: Հետագայում այդ երեխաներին և նրանց նոր ընտանիքներին «Դիսնեյլենդ» հրավիրեցին, նրանց հետ էին նաև իրավաբանները, բոլորը երջանիկ էին երևում:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Սկսնակ՝ անփորձ ծնողների աջակցություն

Որոշ երկրներում (օրինակ՝ Վրաստանում) օրենքը կարգավորում է՝ ինչ տևողության արձակուրդ է հասնում ծնողին երեխա ունենալուց հետո, իսկ որոշ տեղերում, օրինակ՝ Ամերիկայում, այս հարցն ավելի շատ կախված է ընկերությունների բարի կամքից: Այդ պատճառով էլ առավելապես հայտնի է «Նետփլիքսի» նախաձեռնությունը – այս ընկերության աշխատակիցները կարող են 52-շաբաթյա արձակուրդ վերցնել, որի ժամանակ աշխատավարձը ամբողջությամբ փոխանցվում է: Բացի դրանից, դա ոչ թե միայն մորը, այլ նաև հորն է վերաբերվում: Լավը այն է, որ այդ ժամանակը կարող ես օգտագործել ինչպես ցանկանաս՝ աշխատակիցը կարող է վերադառնալ աշխատանքի, աշխատել և մնացած արձակուրդը փոքր ժամանակ անց վերցնել:

Այս հարցում հայտնի է նաև «Սպոտիֆայ» ընկերությունը՝ նորածին երեխա ունեցող ծնողները 24-շաբաթյա արձակուրդի իրավունք ունեն, որը երեխայի ծնվելուց 3 տարվա ընթացքում կարող են բաշխել՝ ինչպես ցանկանում են:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

Աշխատանքային գրադավածություն բոլորի համար

Զբաղվածության կողմից ամենահետաքրքիրը «Գրեյստոուն բեյկեր»-ն է: Սա «Դիսնեյ»-ի և «Նետփլիքս»-ի հետ համեմատած փոքր կազմակերպություն է, որը Նյու-Յորքի նահանգում խմորեղեն է թխում: Նրա մոտ աշխատանքի անցնելու համար պարզապես պետք է գնալ և գրանցվել: Այսինքն՝ ոչ «սիվի» է հարկավոր, ոչ էլ մոտիվացիոն նամակ, և ոչ որ չի ստուգում՝ կալանավորված եղե՞լ ես, թե՞ ոչ: Կարճ ասած՝ մնա, եթե ուզում ես:

Միակ վատն այն է, որ աշխատանքը, որպես կանոն, նույն պահից չես կարող սկսել. կենդանի հերթ է: Այսինքն՝ ընթացակարգն այսպիսին է՝ գնում ես, ցուցակագրվում ես, համարը նշանակում են և այնուհետև երբ տեղ կբացվի, հերթի համաձայն, կապվում են ցանկացողներին: Իսկ ցանկացողներ միշտ շատ են՝ շատերը այնպես են իրենց կատարած գործը և անունը փչացրել, որ ոչ մի տեղ աշխատանքի չեն վերցնում: Իսկ «Գրեյստոունի» համար դա նշանակություն չունի, և՛ աշխատանք են տալիս, և՛ նորմալ աշխատավարձ են վճարում, և՛ տարբեր օգտակար գործեր են սովորեցնում:



Տեսականորեն գենդերային հավասարությունը բավականին պարզ հայեցակարգ է, թեև դա պրակտիկայում իրականացնելը բարդ է: Դեռևս ոչ մի երկիր չի կարողանում հայտարարել, որ հասել է լրիվ գենդերային հավասարության, թեև որոշ երկրներ այս տեսակետից, մյուսների համեմատությամբ, ավելի են հաջողության հասել: Քանի դեռ կինը անհավասարության ամենաայնուհասակ և միանգամայն անընդունելի ձևի՝ ընտանիքում բռնության գոհ է դառնում, քանի դեռ Վրաստանում յոթ կնոջից մեկը ամուսնու կամ գուգրնկերոջ կողմից ենթարկվում է բռնության, Եվրամիությունը գործընկերների հետ միասին առանց հոգնելու շարունակում է աշխատանքը Վրաստանում գենդերային իրավունքները բոլոր մակարդակներով ուժեղացնելուն աջակցություն ցուցաբերելու նպատակով:

*Կառլ Հարցել, Վրաստանում
Եվրամիության ղեկավար
2018-2022 թվականներին*



Սեռական բռնություն

- անցանկալի սեռական բնույթի բառացի, ոչ բառացի և/կամ ֆիզիկական վարք, որը նպատակադրված է և/կամ արդյունքում առաջ է բերում արժանապատվության վարկաբեկում և ստեղծում է վախեցնող, թշնամական, նվաստացնող, պատվի վարկաբեկման կամ վիրավորական միջավայր:

Ընկերության ղեկավարները գտնում են, որ եթե քո աշխատակիցների հետ լավ չես վերաբերվում, ուրիշին ինչպես ես օգնելու:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 4

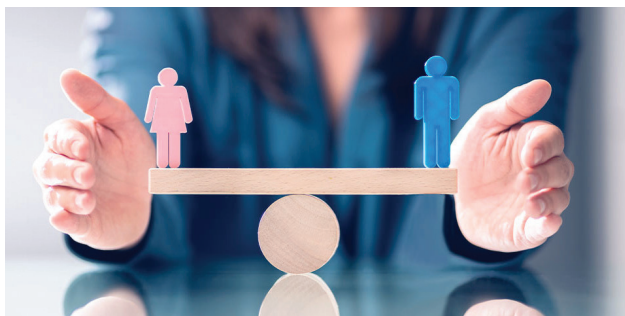
Կանանց ուժեղացում

«Սոկարի Սաքարթվելո» ընկերությունում շուրջ 5000 Վրաստանի քաղաքացի է աշխատում: Այդպիսի մասշտաբի ընկերությունը իրեն պարտավոր է համարում լինել հասարակության ակտիվ անդամ, հոգալ հասարակության անդամների մասին և իր ավանդը ներդնել բնակչության հիմնախնդիրների լուծման մեջ: Ընկերության կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության ռազմավարության ուղղությունների շրջանում աչքի է ընկնում «Սոկարի» տեղեկատվական քարոզարշավը կանանց ուժեղացման ուղղությամբ: Այս ուղղությամբ արժե նշել իրազեկման բարձագմանն ուղղված #եսճանաչումեմդեկինստածկանանց գրառմամբ ավտոռմոբիլային ստիկերների կիրառությունը և այս քայլով հակադրվելը առկա կարծրատիպերին:

Այդ նույն ընկերության շրջանակներում «Սոկարը» տարիների ընթացքում հրապարակում էր ամենշաբաթյա տեղեկատվական գրություններ, որտեղ արտացոլված էին վրացի և օտարազգի կանանց մասին հետաքրքիր պատմություններ, նրանց գիտական ձեռքբերումները և համարձակությունը: Հարյուրավոր պատմություններից ընտրվեցին առանձնահատուկ ընդգրկվածություն ունեցող գրությունները և տպագիր տեսքով հրատարակվեցին:

Կանանց ուժեղացման ուղղությամբ 2018 թվականին «Սոկարը» միացավ ՄԱԿ-ի կանանց ուժեղացման սկզբունքներին, ինչը ենթադրում է աշխատատեղերում կանանց իրավունքների առավելագույն պաշտպանություն, բարձր օղակի մենեջմենտի դիրքերով կանանց խորախուսում և կանանց զբաղվածություն, այսպես կոչված, «ոչ ավանդական պաշտոնների վրա»: Նախագծի նպատակն է նաև սեռական ճնշումը և սեռական ճնշման վերացումը և կանխարգելումը:

«Սոկարի Սախարթվելո» ընկերությունը դարձավ «Կանայք՝ հանուն ապագայի» բիզնես լիդերների դաշնության անդամ ընկերություն: 2022-2023 թվականներին Սոկարը ստեղծեց տեսա-կոնտենտ հաջողակ կին ստարտափերների մասին և օգնեց նրանց արտադրանքն իրացնելու և իրազեկվածությունը բարձրացնելու հարցում:



7 քայլ կանանց տնտեսական ուժեղացման համար*

Կանանց ուժեղացման յոթ սկզբունքի պարզաբանում

Սկզբունք 1. Դեկավարության կողմից աջակցություն կանանց գենդերային հավասարությանը:

Դեկավարության դերի վրա ուշադրության կենտրոնացմամբ այս սկզբունքը բոլոր յոթ սկզբունքների հաջորդությամբ իրականացման հիմքն է: Այն ընկերությունների դեկավարներին խորհուրդ է տալիս կազմակերպության բոլոր մակարդակներում հաջորդականությամբ ներդնել փոփոխություններ, հավասարության հասնելու համար ձևավորել ընկերության նպատակները և ապահովել դրանց հասնելը:

Սկզբունք 2. Աշխատանքում բոլոր կանանց և տղամարդկանց նկատմամբ հավասար վերաբերմունք, հարգանք, մարդու իրավունքների պաշտպանություն և հարգանք ու աջակցություն ոչ խտրական մոտեցմանը:

Սկզբունքը ուշադրությունը կենտրոնացնում է հավասար աշխատավարձերի, երեխաների մասին հոգատարության հասանելիության, կանանց մասնակցությանը որոշում ընդունելու գործընթացներում բոլոր մակարդակներով և բիզնեսի բոլոր ոլորտներում, ինչն իր հերթին աջակցում է աշխատանքի վայրում հարգանքի առկայությանը և խտրականության անթույլատրելիությանը:

Սկզբունք 3. Բոլոր կին և տղամարդ աշխատակիցների առողջության, անվտանգության և բարօրության ապահովում:

Ենթադրվում է անվտանգության ապահովում վտանգավոր նյութերի հետ աշխատելու ժամանակ և աշխատակցի համար բուժման հնարավորություն, ինչպես նաև բռնությունից ազատ միջավայրի ապահովում և սեռական ճնշումների նկատմամբ գրոյական հանդուրժողականության քաղաքականության մշակում:

Սկզբունք 4. Աջակցություն կանանց կրթությանը, մասնագիտական պատրաստվածությանը և զարգացմանը:

Կանանց խրախուսել՝ ընտրելու ավանդականորեն տղամարդկանց մասնագիտություններ, և որ նրանք ձեռք բերեն նոր կարողություններ: Կրթության, ունակությունների զարգացման ծրագրերի և մասնագիտական ցանցերի ստեղծման կարողություններին հասանելիությունը կանանց կօգնի իրենց մասնագիտական զարգացման մեջ:

Սկզբունք 5. Զեռնարկության զարգացում, մատուցման շղթաներ և մարկետինգի պրակտիկա, որը օժանդակում է կանանց ուժեղացմանը:

Ընկերությունները պետք է ընդարձակեն գործարար հարաբերությունները ձեռնարկատեր կանանց հետ, ընկերության մարկետինգային նյութերում արտահայտեն կանանց նկատմամբ հարգանք և ապահովեն, որ ընկերության արտադրանքները, սպասարկումները և շենքերը չկիրառվեն մարդկանց վաճառքի և/կամ աշխատանքային, թե սեռական շահագործման նպատակով:

Սկզբունք 6. Հավասարության աջակցություն համայնքային նախաձեռնությունների և փաստաբանության միջոցով:

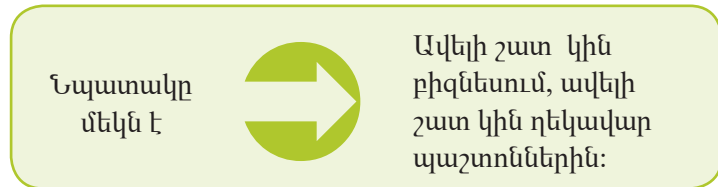
Կարևոր է, որ ընկերությունները իրենց փորձը կիսեն լայն հասարակության հետ և սովորեն ուշադրությունը կենտրոնացնել գենդերային հավասարության նշանակության վրա: Ընկերությունը կարող է գենդերային հավասարության և կանանց ուժեղացման հասնել համայնքային նախագծերին և դրամաշնորհային ծրագրերին նման նախաձեռնությունների իրականացմամբ:

Սկզբունք 7. Գենդերային հավասարության հասնելու մեջ առաջընթացի չափում և հասարակությանը ծանոթացում:

Այդ գործընթացը ուշադրությունը կենտրոնացնում է գեկույցների և թափանցիկության նշանակության վրա:

* Աղբյուր <https://shorturl.at/gLSY1>

Կանանց իրավունքների ընդլայնման 7 քայլերը ՄԱԿ-ի կանանց կազմակերպության և ՄԱԿ-ի գլոբալ համաձայնության կողմից մշակված յուրատեսակ ձեռնարկ է մասնավոր բիզնես ընկերությունների համար:



Այս սկզբունքները ներառում են.

- ▶ աջակցություն բիզնեսում գեներային հավասարությանը,
- ▶ հավասար կարողությունների ապահովումը,
- ▶ ոչ խտրական մոտեցումների արմատավորումը:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Վերևում տրված կանանց հզորացման յոթ սկզբունքի համաձայն պատասխանե՛ք հարցերին.

- ▶ Ինչո՞ւ է հարկավոր, որ կինը տնտեսապես ուժեղ լինի և ոչ ոքից կախված չլինի:
- ▶ Ի՞նչ կարող է անել կինն այդ նպատակով: Որևէ արտակարգ նախապատրաստություն անհրաժե՛շտ է, որպեսզի սեփական գործ ձեռնարկի, թե՛ գլխավորն է ցանկություն և ձգտում ունենալ:
- ▶ Կանանց ուժեղացման 7 սկզբունքներից ո՞րն եք համարում ավելի կարևոր: Ի՞նչ կավելացնեիք: Ի՞նչ կնվազեցնեիք:

Այս նախաձեռնությամբ կիսվելը և այն սեփական ընկերության քաղաքականության մասի վերածելը կախված է բիզնեսմենների բարի կամքից. «Այդ սկզբունքները նաև վերաբերում են կանանց առաջընթացին, ֆիզիոլոգիական արձակուրդներից հետո հին դիրքին նրանց վերադառնալուն և օգնությանը, եթե որևէ հարցում ետ մնան, սեռական նշանով քաղաքականություն ունենալ՝ ճնշելու տեսակետից, նկատառվում է սոցիալական պատասխանատվությունը, երբ ընկերությունը ֆինանսավորում է կանանց ուսումնառությունը, ընտանիքում բռնության դեմ որոշակի միջոցառումները, օգնում է գոհին, ուշադրություն է հատկացնում մանկապարտեզի շինարարությանը, հոգեբանական օժանդակություն է առաջարկում աշխատակիցներին առանց սեռի խտրականության և հատկապես՝ կանանց՝ նրանց համար բարդ ժամանակ և, յոթերորդ՝ վերջին սկզբունքը անմիջականորեն այն բանի մոնիթորինգն է, թե ինչ արվեց, ինչի հասավ այս կոնկրետ ընկերությունը»:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Կորպորատիվ սոցիալական պատասխանատվության տեղեկատվական աղբյուր - www.csrgorgia.com

12. ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՋ ԸՆԴՀԱՅՆՎԱԾ ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

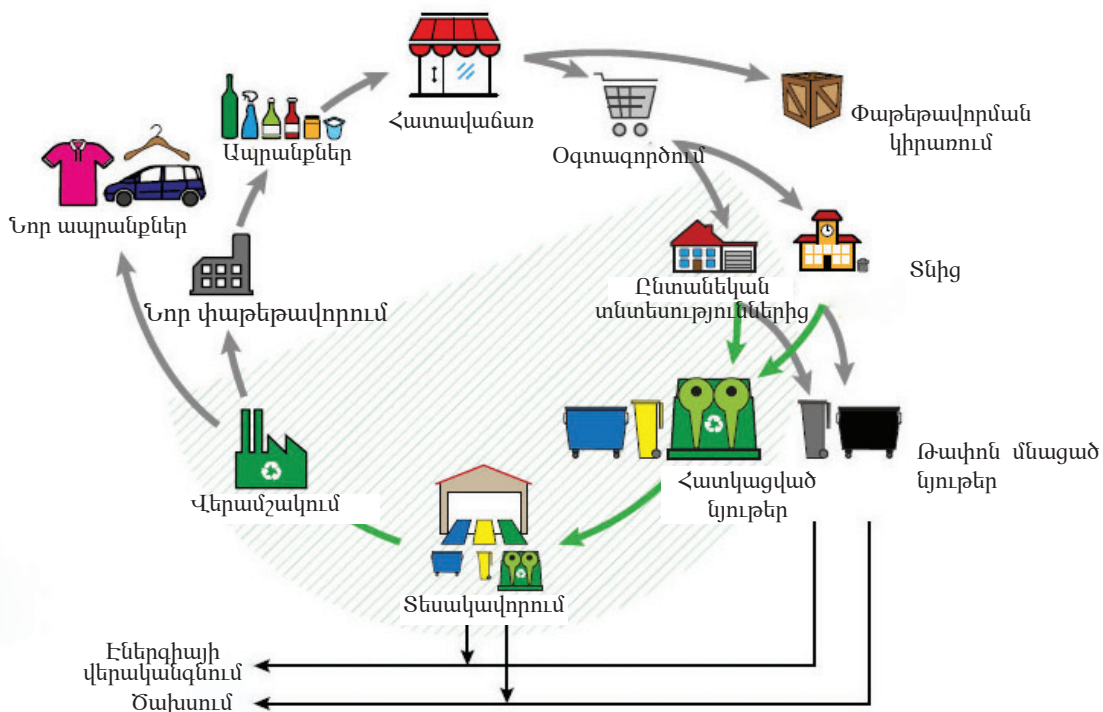
Բաժանվե՛ք խմբերի հետևյալ նշաններով՝ սպառող, ձեռնարկատեր, կառավարության անդամ, անչափահաս աշակերտ, չափահաս քաղաքացի: Ստորև տրված է թափոնների կառավարումը (**վերամշակում**) արտացոլող լուսանկար: Կազմե՛ք փոքրիկ պատմվածք լուսանկարի համաձայն: Քննարկե՛ք պատմվածքը վերևում բաշխված դերերի համաձայն և պատասխանե՛ք հարցերին:

- ▶ Վերհիշե՛ք վերամշակման ամենատարածված տեսակները:
- ▶ Դրանցից ո՞րը կարող է կատարել աշակերտը: Անձամբ դո՞ւք:
- ▶ Ինչպե՞ս կրնոթագրելիք վերամշակումը կայուն զարգացման նպատակներին հասնելու գործում:
- ▶ Ի՞նչ կփոխանակելիք կամ կփոփոխելիք ելնելով ձեր դերից:
- ▶ Ի՞նչ խորհուրդ կտայիք մյուս խմբերին ավելի լավին հասնելու տեսակետից:
- ▶ Ի՞նչ տեսակի նյութերի վերամշակմանը ավելի շատ ուշադրություն կհատկացնելիք:
- ▶ Վերամշակման գործընթացում ո՞ւմ դերն էք համարում վճարական: Ինչո՞ւ:
- ▶ Ո՞ւմ չպետք է վերաբերվի վերամշակման գործընթացը: Ինչո՞ւ:
- ▶ Կայուն զարգացման ո՞ր նպատակին/նպատակներին է արձագանքում այս ակտիվությունը:



Վերամշակում –

վերականգնողական միջոցառում, որի միջոցով թափոնը վերափոխվում է այնպիսի արտադրանքի, նյութի, որը հատկացված է սկզբնական նշանակությամբ կամ այլ նպատակով կիրառելու համար:



Սահմանափակի՜ր օգտագործումը, կիրառի՜ր կրկին և վերամշակի՜ր թափոնները

Այսօրվա դրությամբ աշխարհը մեծ մարտահրավերի առջև է կանգնած: Աշխարհում աճում է բնակչության թվաքանակը, բնակչության եկամուտը և համապատասխանաբար, այս կամ այն արտադրանքի պահանջը, որը որոշակի ժամանակից հետո թափոնի է վերածվում: Արտադրության վրա պահանջի աճը ավելի ու ավելի շատ ռեսուրսի կարիք է զգում, որի քանակը երկրագնդի վրա սահմանափակ է: Համապատասխանաբար շատ կարևոր է թափոնների վերամշակման արդյունքում վերականգնված ռեսուրսները ընդգրկել վերամշակման գործընթացում:



Թափոնների ճիշտ և արդյունավետ վարումը ամբողջ աշխարհի համար մարտահրավեր է, և այդ տեսակետից Վրաստանը նույնպես բացառություն չի ներկայացնում: **Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը հայեցակարգ է,** որը սկիզբ է առնում 90-ական թվականներից և համարվում է թափոնների կառավարման կարևոր մեխանիզմներից մեկը: Նշված հայեցակարգը ենթադրում է ձեռնարկատերերի միացումը իրենց կողմից արտադրված արտադրանքից ստացած թափոնների կառավարմանը և այդ տեսակետից պատասխանատվության բաշխմանը: Այս համակարգի արմատավորումը պահանջում

է համաձայնեցված գործողություններ պետության, ձեռնարկատերերի, այլ տնտեսական օպերատորների և բնակչության կողմից, առանց որոնց անհնար է համակարգի արդյունավետ գործունեությունը:

Երկրագնդի բնակչությունը ամեն տարի մոտավորապես 300 միլիոն տոննա պլաստմասսայե թափոն է թողարկում, որի մեծ մասը աղբանոցներ է գնում, այրվում է կամ մնում է շրջապատում: Մոտավորապես 13 միլիոն տոննա պլաստմասսայե թափոն լցվում է օվկիանոսների մեջ, իսկ ամենամյա արտադրված պլաստմասսայի միայն նվազագույն քանակն է անցնում վերամշակման լիակատար շրջանառություն: Վրաստանում տարեկան մոտավորապես 900000 տոննա կենցաղային թափոն է առաջանում: Առաջացած թափոնները ներառում են շուրջ 100000 վտանգավոր և անվտանգ նյութ:

Վրաստանը ձգտում է արմատավորել թափոնների կառավարման ժամանակակից մոդելներ, այդ ուղղությամբ ակտիվորեն համագործակցում է տարբեր միջազգային և դոնոր կազմակերպությունների հետ: Վրաստանի բնահպանության և գյուղատնտեսության նախարարության նախաձեռնությունների և Եվրամիության, ՄԱԿ-ի զարգացման ծրագրի (UNDP) և Շվեդիայի կառավարության օգնությամբ մշակվեց ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության համակարգի ներդրման համար անհրաժեշտ



**ՏԱՐԵԿԱՆ ՎՐԱՍՏԱՆՈՒՄ
ՄՈՏԱՎՈՐԱԳԵՄ 900,000
ՏՈՆՆԱ ՄՈՒՆԻՑԻՊԱԼՎՅՈՒՆ
ԹԱՓՈՆ Է ԱՌԱՋԱՆՈՒՄ**



**ԱՌԱՋԱՅԱԾ ԹԱՓՈՆՆԵՐԸ
ՆԵՐԱՌՈՒՄ ԵՆ ՇՈՒՐՋ
1,000 ՎՏԱՆԳԱՎՈՐ ԵՎ ՈՋ
ՎՏԱՆԳԱՎՈՐ ՆՅՈՒԹԵՐ**

Ավելի լավ միջավայրի համար

**ՈՐ ՅՈՒՐԱՀԱՏՈՒԿ
ԹԱՓՈՆՆԵՐՆ
ԵՆ ՀԱՅՏՆՎՈՒՄ
ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՋ
ԸՆԴԼԱՅՆՎԱԾ
ՊԱՐՏԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ
ՈՒՐՏՈՒՄ:**



Փաթեթավորման թափոնները
Պլաստմասսա, թուղթ, սովորաբար լոյժ, փայտ, մետաղ, ապակի



Էլեկտրական և էլեկտրոնային
սարքավորանքների թափոններ



Օգտագործումից դուրս գրված
անվադողեր



Օգտագործված յուղեր



Օգտագործումից դուրս գրված
տրանսպորտային միջոցներ



Օգտագործված մարտկոցները և
կուտակիչները





իրավական դաշտը: Մասնավորապես, Վրաստանի կառավարությունը ընդունեց մի քանի տեխնիկական ռեգլամենտ, որոնք ուժի մեջ մտան 2020 թվականի սեպտեմբերի 1-ից և կարգավորում են չորս տարբեր թափոնների հոսքի կառավարումը ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության համակարգի ներքո: Դրանք են.

- ▶ էլեկտրոնային թափոնները
- ▶ օգտագործված յուղերը
- ▶ անվադողերը
- ▶ մարտկոցները
- ▶ կուտակիչները:

Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության ենթակայության ներքո գտնվող թափոնների ևս երկու հոսքի՝ փաթեթավորման նյութի թափոնների և գործածությունից հանված տրանսպորտային միջոցների կառավարման կարգավորման օրենսդրարական ակտերի ընդունումը պլանավորվում է մոտ ապագայում:

Օրենսդրության իրականացման և համակարգի գործարկման նպատակով Եվրամիության, ՄԱԿ-ի զարգացման ծրագրի (UNDP) և Շվեդիայի կառավարության աջակցությամբ նույնպես մշակվեց տարբեր տեսակի վերլուծական և գործնական օգնության փաստաթուղթ և

ԶԸՊ

Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը ենթադրում է արտադրանքը թողարկողի և ներկրողի կողմից պատասխանատվության ստանձնում միջավայրի և մարդու առողջության համար վտանգավոր յուրահատուկ թափոնների հավաքման և մշակման համար:



Ավելի լավ միջավայրի համար



իրականացվեց բազմաթիվ հնարավորությունների զարգացման և գիտակցության բարձրացման ընթացակարգ:

Թափոնների ճգնաժամի ստեղծման մեջ մեծագույն բաժինը ընկնում է մասնավոր ընկերությունների վրա՝ տարբեր հաշվարկներով, 20 ամենամեծ արտադրական ընկերություններին բաժին է ընկնում գլոբալային պլաստիկ թափոնների 50-55%-ը:

Այս փուլում պարզ է, որ մասնավոր սեկտորի միավոր ներկայացուցիչների կամավորական նախաձեռնությունները բավարար չեն թափոնների հարցի լուծման համար: Այդ պատճառով փորձագետները մատնանշում են հանրային քաղաքականության անհրաժեշտությունը: Նոր օրենսդրությունը կարող է սահմանել հիմնական կանոններ բոլոր ձեռնարկությունների համար, ստեղծել հավասար խաղային պայմաններ և օգնել տնտեսությանը անցնելու թափոնների առանձնացմանը, **ուսիլիզացմանը**, կրկնակի գործածմանը՝ փոխելով թափոնների մենեջմենտի շրջանառությունը և թափոնները ընկալելով որպես կարողունակ ռեսուրս: Նման քաղաքականության գործիքներից մեկը կոչվում է ձեռնարկատերերի ընդլայնված պարտականություն և կամաց-կամաց ավելի ու ավելի տեղին է դառնում հատկապես արևմտյան երկրներում:



Առանձնացում

– թափոնների ժողովում, որի ժամանակ էլ թափոնների հոսքերը դրանց հետագա մշակմանը աջակցության համար առանձնացված են տեսակների և բնորոշիչների համաձայն:



Ուսիլիզացիա

- արտադրության թափոնների օգտագործում բուժական պատրաստուկ, հումք, վառելիք, պարարտանյութ և այլն պատրաստելու համար:

Ժամանակակից աշխարհի համար յուր չհամախմբելի է ներկայացնում սպառողական հասարակությունը, որը չափից ավելի շատ է օգտագործում և չափից ավելի շատ թափոն է ստեղծում: Այդ պատճառով պետք է մշակել թափոնների կառավարման ժամանակակից մոդել: Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը այդպիսի մոտեցման կարևոր բաղադրիչն է: Ձեռնարկատիրոջը սեփական արտադրանքի համար պատասխանատվությունը տարածվում է նաև դրա օգտագործումից հետագա փուլի վրա: Դա այն փուլն է, երբ պետք է կատարվի արտադրանքների կրկնակի կիրառումը, վերամշակումը կամ դրանց կոմպոստացումը:

Մենք այժմ ուզում ենք տեսնել հեղափոխական փոփոխություններ մարդկանց վարքում, մասնավորապես, նրանց վերաբերմունքում արտադրանքների ձեռք բերման, օգտագործման և թափոնների առնչությամբ, նաև այն, թե ինչպես է մասնավոր սեկտորը կատարում ստանձնած պարտականությունը:

Լուիզա Վիստոն,

*ՄԱԿ-ի զարգացման
ծրագրի (UNDP) մշտական
ներկայացուցիչ, Արաստանում*

Թափոնների կառավարման և ուտիլիզացման մասշտաբը և հասարակության գիտակցության մակարդակը նշված հարցի առնչությամբ ուղիղ համեմատականորեն մեծանում են:

Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը այն թափոնների կառավարման մոդելն է, որը ներառում է ձեռնարկատիրոջ պատասխանատվությունը սեփական արտադրանքի համար նաև այս արտադրանքի օգտագործման հետագա փուլում, արտադրանքի լրիվ կենսական շրջանառության ընթացքում: Այդ մեխանիզմի գլխավոր հիմքը կայանում է դրա ֆինանսավորման սխեմայում, երբ սպառողը վճարում է արտադրանքի համար գումար, նա վճարում է ոչ միայն արտադրանքի հումքի և տեղափոխության գումարը, այլ նաև այն գումարը, որը օգտագործվում է այդ արտադրանքի թափոնի մենեջմենտի համար: Երբ կառավարման համակարգ գոյություն չունի, պետությունը ինքն է հոգում թափոնների մասին և թափոնների մեծ մասը մնում է չմշակված: Թափոնների ճիշտ մենեջմենտով կարելի է ստեղծել կազմակերպություններ, որոնք կհոգան թափոնների հավաքման և փոխադրության մասին և դրա հետ միասին կստեղծվեն ընկերություններ, որոնք կապահովեն այդ թափոնների վերամշակումը, համապատասխանաբար այդ մոտեցումը ընձեռում է նոր աշխատատեղերի և նոր բիզնեսի ստեղծման հնարավորություն:

Դրա հետ միասին, ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը (ՁԸՊ) դրական ազդեցություն ունի արտադրանքի վրա: Օրենսդրությամբ հնարավոր է դառնում արտադրանքի կենսական շրջանառությունը և փաթեթավորման որակը հասցնել առավելագույնի, քանի որ ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պատասխանատվությունը առաջնահերթություն է շնորհում արտադրանքի այնպիսի դիզայնին, ինչը հնարավոր է դարձնում դրա կրկնակի անգամ կիրառումը, վերանորոգումը և ապահովում է դիմացկունությունը: Չուզահեռաբար ոգևորում է վերամշակման ենթակա արտադրանքի համար այնպիսի դիզայն ստեղծել, որ երբ արտադրանքը կդադարի օգտագործելի դառնալուց, հնարավոր լինի դրա վերամշակումը՝ որպես բարձր որակի արտադրանք:



Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը քաղաքականության հանգուցային ուղղություններից մեկն է նաև ՄԱԿ-ի կայուն զարգացման նպատակներում: Կայուն զարգացման **12-րդ նպատակի՝ պատասխանատու սպառման և արտադրության** հասնելու հարցում մասնավոր ընկերությունների ընդգրկումը և դրանց էկոլոգիական հետքի վրա պատասխանատվություն ստանձնելը թափոնների կառավարման ուղղությամբ կրիտիկապես կարևոր է:

ՁԸՊ-ի օրենսդրության հաջողությունը կարելի չափել մի քանի կարևոր չափումներով, թեև դրանցից ամենաակնառուն դրա նկատմամբ հանրային աջակցության մակարդակի և ՁԸՊ-ի սխեմայում ընկերության մասնակցության ցուցանիշն է:



Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության մարտահրավերները

ՁԸՊ տարբեր կերպ է զարգանում զարգացած և զարգացող շուկաներում: Չարգացած շուկաների նպատակն է, որ 2023 թվականի համար կատարվի պլաստմասսայե փաթեթների 75%-ի վերամշակում: Չարգացող շուկաների նպատակն է՝ 2030 թվականի համար վերամշակվեն պլաստմասսայե փաթեթների 50%-ը:

Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը Վրաստանում

Վրաստանում թափոնների կառավարման ժամանակակից համակարգի ստեղծումը և արմատավորումը ներկայացնում է առաջնահերթային ուղղություն: Եվրամիության հետ ասոցացման պայմանագիրը նախատեսում է թափոնների կառավարման օրենսդրության համապատասխանեցումը եվրադիրեկտիվների հետ և միաժամանակ թափոնների կառավարման տեխնոլոգիաների և ժամանակակից մոտեցումների արմատավորումը երկրում:

Եվրամիության հետ համագործակցությամբ Վրաստանի խորհրդարանի կողմից հաստատվեց «Թափոնների կառավարման օրենսդրությունը»: Օրենսդրությունը ուժի մեջ մտավ 2015 թվականի հունվարի 15-ին և նախատեսում է ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտավորության սկզբունքի արմատավորումը:

Ձեռնարկատիրության ընդլայնված պարտականության կապակցությամբ տեխնիկական ռեզլամենտներով նախատեսված մի շարք պարտականություններ Վրաստանում գործարկվեցին 2022 թվականի հուլիսի 1-ից:



Ի՞նչ է կոնկրետորեն նախատեսում ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունը:

Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության ենթակայության արտադրանքի արտադրողների/ներկրողների պարտականությունները*			
Մինչև 2022 թվականի հունիսի 1-ը ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության ենթակայության արտադրանքի արտադրողի/ներկրողի պարտականությունն է անցնել գրանցում ՁԸԴ ռեեստրում և մտցնել տեղեկատվություն իր կողմից Վրաստանի շուկայում ամենամյա տեղադրված արտադրանքի, տեսակի և կշռի մասին և համապատասխանաբար էլեկտրոնային ձևով բեռնել նշված տեղեկատվությունը հաստատող տեղեկանքը ՀԻԻԱ «Եկամուտների ծառայությունից»:	2022 թվականի հունիսի 1-ից համապատասխան ՁԸԴ պարտականության ենթակայության արտադրանքի բաշխիչ-առաքիչները պարտավոր են շուկայում չտեղադրել այն ձեռնարկությունների կողմից մատակարարված արտադրանքները, որոնք չեն գրանցված ՁԸԴ ռեեստրում և չեն հանդիսանում ՁԸԴ կազմակերպության անդամներ:	Ձեռնարկատերը պարտավոր է ստեղծել ՁԸԴ անհատական կամ կոլեկտիվ կազմակերպություն այն բանի հաշվառումով, որ անհատական ՁԸԴ կազմակերպություն ունեցող ձեռնարկատիրոջ կամ կոլեկտիվ ՁԸԴ կազմակերպության անդամ ձեռնարկությունների (գումարային) շուկայի մասը պետք է կազմի ամբողջ շուկայի առնվազն 10%-ը:	Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականության ենթակայության ներքո են անցնում այն արտադրողները և ներկրողները, որոնք իրականացնում են ՁԸԴ-ին ենթակա արտադրանքը՝ մարտկոցներ և կուտակիչներ, անվադողեր, էլեկտրական և էլեկտրոնային սարքավորանքներ և յուղեր Վրաստանի շուկայում առաջին անգամ տեղադրելը (շուկային առաջին մատակարարողը – անմիջականորեն արտադրողը կամ ներկրողը պետք է լինի, որը ապահովում է արտադրանքի հասանելիությունը), չնայած դրա վաճառքի ձևին:

Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պարտականությունների արմատավորման նպատակով Վրաստանի կառավարությունը 2020 թվականի մայիսի 25-ին ընդունեց 4 տեխնիկական ռեգլամենտ (թափոնային յուղերի կառավարման մասին, անվադողերի թափոնների կառավարման մասին, էլեկտրական և էլեկտրոնային սարքավորանքների թափոնների կառավարման մասին, մարտկոցների և կուտակիչների թափոնների կառավարման մասին): Ռեգլամենտներով սահմանված են ՁԸԴ սխեմայում ընդգրկված բոլոր կողմերի իրավունք-պարտականությունները:

«Թափոնների կառավարման օրենսդրության» 9-րդ հոդվածի երրորդ կետի համաձայն, այնպիսի արտադրանք թողարկող ձեռնարկությունը, որը հետագայում դառնում է յուրահատուկ թափոն և այդ արտադրանքը շուկայում տեղադրողը պարտավոր են ապահովել արտադրանքից առաջացած թափոնների առանձնացված հավաքումը, փոխադրումը, վերականգնումը (այդ թվում՝ վերամշակումը) և միջավայրի համար անվտանգ տեղադրումը:

Աղբյուր.
* <https://bit.ly/3xpu0eG>

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

«Քաղաքացիություն» առարկան ուսանելու ընթացքում հեղինակները միշտ ընդգծված առանձնացնում են կայուն զարգացման նպատակները: Այդ 17 նպատակների կապակցությամբ բազմաթիվ օրինակներ, իրավիճակներ քննարկեցինք, շատ անգամ բանավեճ և վիճաբանություններ անցկացրինք: Ձեր շրջանում, հավանաբար, մի մասը ձեռնարկատեր և բիզնեսմեն կդառնա, նաև՝ շատ հաջողակ: Դասարանի մյուս մասը հնարավոր է ընդհանրապես հեռու լինի ձեռնարկատիրությունից, բիզնեսից:

- ▶ Ձեր կարծիքով, հապա ինչո՞ւ են հեղինակները առաջարկում սոցիալական ձեռնարկատիրության, ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պատասխանատվության կամ սոցիալական կորպորատիվ պատասխանատվության հարցերին ծանոթանալ և ըմբռնել դրանք: Ի՞նչ նպատակի է ծառայում այն:
- ▶ Դուք ի՞նչ կարող եք անել կայուն զարգացման նպատակների իրականացման համար ձեր ապագա աշխատասենյակից:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Ձեռնարկատիրոջ ընդլայնված պատասխանատվություն
<https://bit.ly/3IphWjV>



13. ԳՈՎԱԶԴ

ՔՆՆԱՐԿԵՔ



Գովազդ – արդյունավետ միջոց, որով վաճառողները ուղիղ, փոստով, պաստառներով կամ ձայնային կարգախոսներով սպառողներին հրավիրում են ձեռք բերել ապրանք կամ սպասարկում:

- ▶ Վերհիշե՛ք գովազդը, որին վերջին ժամանակներում դուք ուշադրություն եք դարձրել, ինչի՞ն էր վերաբերում, ի՞նչ էր առաջարկում: Ինչո՞ւ մյուս գովազդներից ընտրեցիք այն: Որտե՞ղ ծանոթացաք այդ գովազդին:
- ▶ Անվանե՛ք այն արտադրանքը, որի գովազդին բոլորից ավելի հաճախակի եք հանդիպում: Ի՞նչ ազդեցություն է գործում այն ձեզ վրա:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, ինչի՞ համար է ստեղծվում գովազդը:
- ▶ Ինչո՞ւ են ընկերությունները գումարներ ծախսում գովազդի վրա:
- ▶ Անվանե՛ք ապրանք կամ ծառայություն, որը գովազդի ազդեցությամբ եք ձեռք բերել: Ի՞նչն է ձեզ մղել այն ձեռք բերելու որոշմանը:
- ▶ Արդարացա՞վ ձեր պատկերացումը գովազդով ձեռք բերած արտադրանքի մասին:
- ▶ Ստորև տրված է երկու կոմիքս գովազդի մասին:
- ▶ Ընտրե՛ք մեկ արտադրանք կամ սպասարկում և բարձրաձայնե՛ք կոմիքսի հերոսների գովազդային տեքստը:
- ▶ Այսօր գոյություն ունի՞ այդպիսի գովազդ: Դուք ո՞ր տիպի գովազդին եք առավելություն շնորհում:
- ▶ Որտե՞ղ եք ավելի հաճախակի տեսնում գովազդներ:



Կոմերցիոն գովազդը արժեքի կամ այլ տնտեսական շահի փոխարեն ֆիզիկական և/կամ իրավաբանական անձի, ապրանքի, ծառայության, աշխատանքի, գաղափարի և/կամ ձեռնարկի մեկնարկի մասին ցանկացած միջոցով և ձևով տարածված տեղեկատվություն է, որն ուղղված է անձանց անսահմանափակ շրջանին և ծառայում է ֆիզիկական և/կամ իրավաբանական անձի, ապրանքի, ծառայության, աշխատանքի, գաղափարի և/կամ ձեռնարկի մեկնարկի առնչությամբ հետաքրքրության ձևավորմանը և պահպանմանը, ինչպես նաև ապրանքի, գաղափարի և/կամ մեկնարկի իրականացման աջակցությանը:

Վրաստանի օրենք գովազդի մասին

Բիզնեսում վճռական նշանակություն ունի սպառողին գրավելու, պահպանելու գործոնը: Ծուկայական մրցակցության պայմաններում միայն արտադրանքի որակը բավարար չէ: Անհրաժեշտ է նաև երկարատև և արդյունավետ գովազդային ընթացակարգ:

Գովազդը հանրության (զանգվածների) հետ կապի լավագույն ուղին է: Մեզանից յուրաքանչյուրը ամեն օր մամուլով, հեռուստատեսությամբ, ռադիոյով, գովազդային բոքսերով և այլ միջոցներով բազում տեղեկատվություն է ստանում վաճառվող արտադրանքի կամ ծառայության մասին, բայց համացանցի, սոցիալական ցանցերի միացումը գովազդային ինդուստրիային արմատապես վերաբաշխեց ուժերի հարաբերակցությունը համացանցային ալիքների օգտին: Արագությունը և սպառողների թվաքանակը, արտահայտչական միջոցները և տեխնոլոգիաները՝ ամեն ինչ, սոցիալական մեդիայի՝ որպես գովազդային տարածքի օգտին են աշխատում: Սոցիալական ցանցերում, բջջային հեռախոսներով ստանում ենք բազմաթիվ ծանուցումներ, որոնք մատուցում են նորագույն տեղեկատվությունը զեղչային գործողությունների մասին և վաճառքների համակարգը ավելի ճկուն և հարմարավետ են դարձնում: Այնտեղ և եթ տրված էլեկտրոնային հղումը նաև առաջարկության մանրուքները ճշգրտելու հնարավորություն է տալիս... Ավելին. մատուցման ծառայությունը նույնպես կարող էք համաձայնությամբ առցանց ձևակերպել: Արտադրանքը վաճառված է, գովազդը նպատակին հասել է:

Գովազդային ակտիվությունը ձեռնարկատիրոջ վրա թանկ է նստում, բայց արտադրանքի իրացման և շահույթի բարձրացման համար դա անհրաժեշտ է:



ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Բաժանվե՛ք խմբերի և քվեարկության կարգով ընտրե՛ք ձեր խմբի համար հետաքրքիր արտադրանք՝ ապրանք կամ սպասարկում, և մտածե՛ք գովազդ սպառողին գրավելու նպատակով:
 - ▶ Մտածե՛ք, ձեզ ի՞նչ անհրաժեշտ կլինի կիրառել: Ի՞նչ պետք է նկատի ունենաք գովազդային արտադրանք ստեղծելիս:
 - ▶ Ինչպե՞ս կիրականացնի իր նպատակը ձեր խմբի կողմից ստեղծված գովազդը:
 - ▶ Ո՞ր բաղադրիչը կաշխատի սպառողին գրավելու համար:
- Ինչպե՞ս են նախատեսված.
- ✓ արտադրանքի որակը,
 - ✓ մոդայի միտումները,
 - ✓ մատչելի արժողությունը,
 - ✓ նպատակային խմբի տարիքը,
 - ✓ ի՞նչն է ձեր գովազդում առանձնահատուկ, ինքնատիպ:
- Ներկայացրե՛ք ձեր գովազդը դասարանում և լսե՛ք միմյանց գնահատականները:

Գովազդի տեսակներն ըստ նպատակի.

ա) Տեղեկատվական գովազդի նպատակը սպառողին կոնկրետ տեղեկատվություն հասցնելն է:

բ) Համոզող գովազդն ուղղված է կոնկրետ արտադրանք կամ ծառայություն վաճառելուն:

գ) Հիշեցնող գովազդը հիշեցնում է սպառողին, որ այս կամ այն ապրանքը կամ ծառայությունը շատ շուտ ձեզ անհրաժեշտ կլինի և լավագույն արտադրանքն ունի ճիշտ գովազդի հեղինակ ընկերությունը:

դ) Աջակցող գովազդը հավաստիացնում է սպառողին նրանց ընտրության ճշգրտության մեջ:



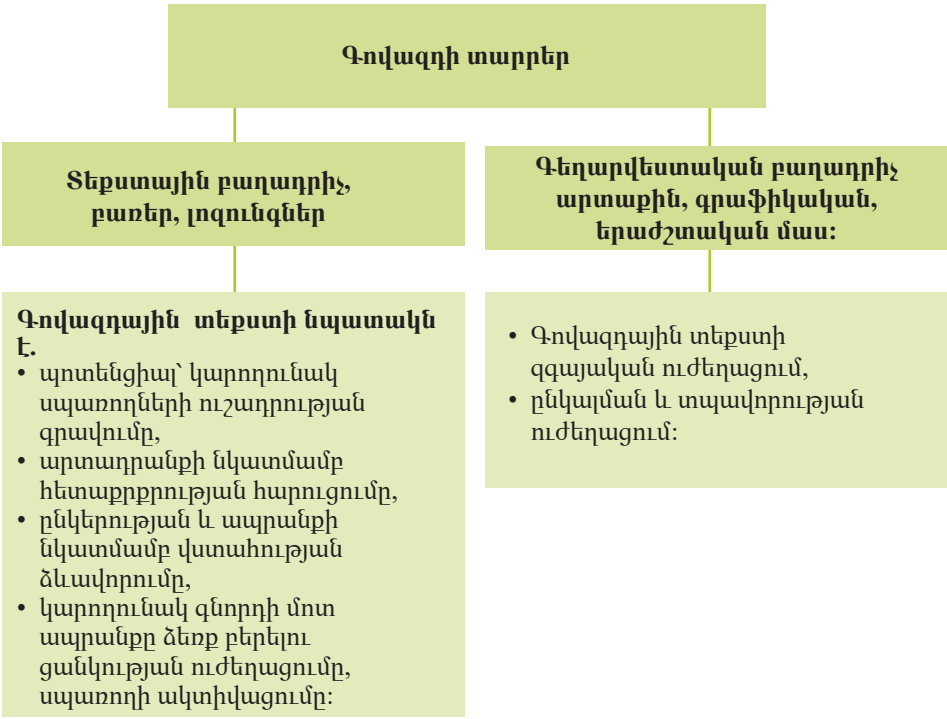
Գովազդի տեսակները գործառնության համաձայն.

- ▶ **Ապրանքային գովազդ** - ապրանքի և ծառայության կոնկրետ հատկանիշների և առավելությունների ցուցադրում:
- ▶ **Ինստիտուցիոնալ գովազդ** - ընկերության համար ցանկալի տեսք, վարկանիշ ստեղծող գովազդ:
- ▶ **Մրցակցային գովազդ** - ապրանքի արժանիքների և առավելությունների ցուցադրում համանման մրցակից ապրանքի համեմատությամբ:
- ▶ **Հարաբերական գովազդ** - երկու կամ ավելի ապրանքի ակնհայտ հակադրում միմյանց:
- ▶ **Պիոներական գովազդ** - գովազդ, որը կիրառվում է շուկա նոր մուտք գործելու կամ նոր արտադրանքի կամ սպառողի մասին տեղեկացնելու համար:



Գովազդը ազդեցություն է գործում անհատի զգացմունքների կամ բանականության կամ երկուսի վրա միասին:

Գովազդը պետք է լինի լակոնիկ, հեշտությամբ ընկալելի և հրահրող: Անպայման պետք է համապատասխանի նպատակային լսարանի ճաշակին, պատկերացումներին, ֆիրմայի վարկանիշին, մոդայիկ միտումներին: Նոր ապրանքի շուկայում արմատավորման փուլում անհրաժեշտ է առանձնահատուկ գովազդային ակտիվություն: Գովազդը պետք է ընդգծի ապրանքի այն հատկությունը, որը տարբերվում է նրա այլ համանմանությունից:



Հաճախակի դեպքերում գովազդի վիզուալ և ձայնային ձևավորումը ավելի կարևոր է, քան գրված տեքստը: Վիզուալ մասում հիմնական թեմաները ապրանքի՝ ըստ նշանակության փորձարկումը և առանձնահատկությունների բացահայտումը, ինչպես նաև ապրանքի հատկությունների, սովորական սպառողների կամ հանրաճանաչ մարդկանց կարծիքն է ապրանքի մասին, համեմատությունը՝ նույն նշանակության այլ ապրանքների հետ, հումորը և այլն:

Գովազդը սպառողների լսարանին արդյունավետորեն հասցնելու համար ճիշտ պետք է ընտրել տեղեկատվության հաղորդման խողովակը, ժամանակը, տևողությունը, հաճախականությունը, լսարանի թվաքանակը և նպատակային լինելը:

Մոդելավորում

Ո՞ւմ կհասնի պարզևր:

Պատկերացրե՛ք, որ դուք առևտրական ընկերության ներկայացուցիչ եք և մտադիր եք կարևոր գործարար գործարք կնքել: Ստացած գումարը շտապ կարգով անհրաժեշտ է ընկերությանը: Հաճախորդը տատանվում է, հայտարարում է, որ լավ պետք է մտածի: Ժամանակն անցնում է, իսկ նա չի կարողանում որոշում ընդունել:

Ընկերության ղեկավարը աշխատակիցներին հանձնարարում է ապրանքի մասին այնպիսի գովազդ պատրաստել, որ գնորդը շտապ կարգով այն գնելու որոշում ընդունի: Այն աշխատակիցը, որը հանձնարարությունը հաջողությամբ կկատարի, ղեկավարը խոստանում է որպես պարգև տալ գումարի 2%-ը: Դա բավականին պատկառելի գումար է:

Խորհե՛ք՝ դուք ի՞նչ կմտածեիք, ինչպե՛ս կլուծեիք այդ հիմնախնդիրը:

Բաժանե՛ք դերերը.

- ▶ Մեկը կկատարի սպառողի դերը, որը դժվարանում է որոշում ընդունել:
- ▶ Հինգ աշակերտներ կներկայացնեն ընկերությունը: Յուրաքանչյուրը անկախ մտածում է մարտավարության մասին, որով պետք է ազդի սպառողի վրա, որպեսզի վերջինս գնելու որոշում ընդունի:

Խաղացե՛ք հավաստիացման տեսարան: Յուրաքանչյուր մասնակից 2 րոպեի ընթացքում անկախորեն ձգտում է սպառողին համոզել՝ չնայած նախորդ փուլում այլ խաղացողի հետ ստացած արդյունքին:

Դասարանի մնացած աշակերտները դիտում են ներկայացվող տեսարանները:

Ամփոփե՛ք բանավեճով. Ի՞նչը լավ գործեց: Ինչո՞ւ:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Ինչպե՞ս կբացատրե՛ք այն բիզնեսմենների մարտավարությունը, որոնք գովազդում մեծ գումարներ են վճարում, իսկ գները պահպանում են մրցակիցների մակարդակին:
- ▶ Բացատրե՛ք, ինչո՞ւ եք երկար ժամանակ հիշում այն գովազդները, որոնք չեք հավանում:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Իմ արտադրանքի/ծառայության գովազդը

Մտածե՛ք ձեր արտադրանքի/ծառայության համառոտ, երկրպետանոց գովազդ սպառողների գրավելու նպատակով: Խմբերում պատրաստե՛ք գովազդային պաստառ և շնորհանդես: Աշխատելու համար ունեք 10 րոպե:

Չմոռանա՛ք, ձեր գովազդը պետք է արձագանքի ժամանակի պահանջներին, արտադրանքի/ծառայության այնպիսի հատկություններին, որոնք ուժեղ տպավորություն կգործեն գովազդը ստացողի վրա: Կարծիքը լակոնիկ արտահայտեք, որպեսզի գովազդը ձանձրալի, հոգնեցնող չլինի:

Բաց չթողնե՛ք.

- ▶ արտադրանքի/ծառայության անվանումը,
- ▶ արտադրանքի/ծառայության բնութագրիչ նշանները,
- ▶ արտադրանքի/ծառայության ձեռք բերման պայմանները, նորությունները, մրցակիցներից տարբերող լրացուցիչ ծառայությունը:
- ▶ Էլի ի՞նչ կավելացնեք:

Շնորհանդեսն ավարտելուց հետո վերլուծեք.

1. Գովազդի ո՞ր բաղադրիչը գործածեցիք (տեքստային, գեղարվեստական, երգիծական, պուժետային, երաժշտություն, գրաֆիկա, անիմացիա):
2. Ի՞նչ կփոխեիք գովազդում: Տեսարանը խաղալուց հետո ի՞նչը ձեզ թվաց ոչ արդյունավետ: Արդյունավե՞տ:
3. Կարողունակ սպառողին շահագրգռող որևէ տեղեկատվություն, արդյոք, չէ՞ր պակասում ներկայացված գովազդին:

ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Ընտրե՛ք ստորև տեղադրված գովազդներից որևէ մեկի հղումը (որը առավելապես հավանեցիք) և բացատրեք.

- ▶ Ի՞նչ չափանիշներով գնահատեցիք ընտրված գովազդը:
- ▶ Առաջացա՞վ ձեզ մոտ, արդյոք, գովազդային արտադրանքը ձեռք բերելու ցանկություն:
- ▶ Որքանո՞վ լավատեսական է գովազդը:
- ▶ Ո՞ր տարիքային խմբի վրա է հաշվարկված գովազդը:
- ▶ Գովազդի տարածման ո՞ր ձևը կընտրեիք:
- ▶ Արտադրանքի ո՞ր ուժեղ կողմի վրա է շեշտը դնում գովազդի հեղինակը:
- ▶ Ի՞նչ կավելացնեիք գովազդային հոլովակում կամ ի՞նչ կհանեիք:

<https://bit.ly/3LRn7tC>

<https://bit.ly/3EcBXYM>

<https://bit.ly/3ILlvH8>

<https://bit.ly/3M0hYPX>

<https://bit.ly/3Egmirm>

<https://bit.ly/3Kk3R8T>

<https://bit.ly/3k3GJAV>

<https://bit.ly/3YGkno1>



5. Համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացում ձեռք բերած գիտելիքը կապակցե՞ք աղյուսակում տրված հասկացություններին և ենթահասկացություններին: Պատասխանը հիմնավորե՞ք: Աղյուսակը փոխադրե՞ք թերթի վրա և գրառում կատարե՞ք առաջին սյունակում:

Քաղաքացիական մասնակցություն: Կայուն զարգացում		
Ենթահասկացություններ		
	Մանիպուլացում (Ձեռնաժողովում)	Քաղաքացիական մասնակցության աստիճաններ
	Թերապիա	
	Իրազեկում	
	Խորհրդատվություն	
	Հրաժեշտ	
	Գործընկերություն	
	Իրավասության դեկլարացում	
	Քաղաքացիների կողմից պետության վերահսկում	
	Աղքատության վերացում	Կայուն զարգացման նպատակներ
	Զրոյական սով	
	Առողջ կյանք և բարեկեցություն	
	Որակյալ կրթություն	
	Գենդերային հավասարություն	
	Մաքուր ջուր և սանիտարիա	
	Մատչելի և կայուն էներգիա	
	Արժանապատիվ աշխատանքային և տնտեսական աճ	
	Արտադրություն, նորարարություն և ենթակառուցվածք	
	Սահմանափակ անհավասարություն	
	Կայուն քաղաքներ և բնակավայրեր	
	Կայուն սպառում և արտադրություն	
	Կլիմայի փոփոխությունների դեմ գործողություններ	
	Օվկիանոսի և ծովի ռեսուրսներ	
	Երկրագնդի էկոհամակարգեր	
	Խաղաղություն, արդարացիություն և հզոր ինստիտուցիաներ	
	Գործընկերություն՝ նպատակներին հասնելու համար	



ՀԱՄԱԼԻՐ ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Համալիր առաջադրանքի պայման

Ծանոթացե՛ք ստորև տրված տեղեկատվությանը՝ «Փոփոխություններ բիզնեսի կայունության ընկալման մեջ» (էջ 169-172), հստակեցրե՛ք չափանիշները, որոնց պահպանումը անհրաժեշտ էք համարում կայուն բիզնեսի համար, և դրանց նախատեսմամբ կազմե՛ք **երևակայական բիզնես պլան**, որում արտացոլում էք ձեր այն նպատակներն ու մոտեցումները, որոնք կիրառելու էք դրանց հասնելու համար: Պլանին մեկնաբանությունների տեսքով կցեք ձեր պարզաբանումները և սպասումները:

Աշխատանքում/աշխատանքի շնորհանդեսի ժամանակ ընդգծված ներկայացրեք.

- ▶ Ինչպե՞ս է համապատասխանում ձեր պլանը հասարակության շահերին և ապագայի հեռանկարին: Ինչո՞ւ առաջնահերթությունը շնորհեցիք այդ հայեցակարգին:
- ▶ Ձեր կողմից անվանված պլանը (ոեւուրսը, արտադրանքը, տեխնոլոգիան, թափոնների կառավարումը, զբաղվածների նկատմամբ հոգատարությունը...) որքանո՞վ է պատասխանում կայուն զարգացման հիմնական տեսանկյուններին: Բացատրե՛ք կոնկրետ:

14. ԻՆՉ Է ՏԵՂԻ ՈՒՆԵՆՈՒՄ ԻՐԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ՉՈՒՅԳԵՐՈՎ

Առաջին փուլ

Միասին ծանոթացե՛ք ստորև տրված տեղեկատվությանը՝ «Փոփոխություններ բիզնեսի կայունության ըմբռնման մեջ» և լրացրե՛ք տրված աղյուսակի առաջին սյունակը. գրառե՛ք ի՞նչն էր ձեզ համար հետաքրքիր, կարևոր, նոր, ի՞նչ հարցեր առաջացան ձեզ մոտ: Ի՞նչ կապ տեսաք նախորդ գլխում սովորած հարցի հետ:

Երկրորդ փուլ

Շնորհանդեսի և բանավեճի ժամանակ ուշադրությամբ լսեք համադասարանցիներին և երկրորդ սյունակում կատարեք նշումներ՝ ի՞նչ էական տեղեկատվություն ստացաք, լսածից ի՞նչն էր ձեզ համար հետաքրքիր, կարևոր, հարցեր, որոնց մասին պատասխան չկարողացաք ստանալ:

Երրորդ փուլ

Երրորդ սյունակի մեջ արդեն մտցնում եք այն տեղեկատվությունը, որը ուսուցչի հետադարձ կապից, ևս մեկ անգամ տեքստը վերանայելուց և իմաստավորելուց հետո հստակեցրիք:

Չույգի գրառումներ	Դասարանային բանավեճի գրառումներ	Գրառումներ ուսուցչի հետակարձ կապից և նորից հասկանալուց հետո
-------------------	---------------------------------	---

Փոփոխություններ բիզնեսի կայունության ընկալման մեջ*

IKEA կահույքի ընկերությունը (շվեդական կահույքի, խոհանոցային և տան տարբեր աքսեսուարների մուլտիմեդիա (բազմազգ) ընկերություն է և 2008 թվականից կահույքի վաճառքի շուկայում հանդիսանում է լիդեր, որը հայտնի է «գրոյական թափոններ աղբանոցներում» մոտեցմամբ: Ընկերությունը գտնում է, որ ֆինանսական արդյունավետության հասնել հնարավոր է **շրջանառու տնտեսության** (ցիրկուլար) մոդելի արմատավորմամբ և կիրառմամբ: Նշված մոդելը մեծացնում է ընկերության կոմերցիոն հնարավորությունը և, որ գլխավորն է, այն դարձնում է կայուն: IKEA-ն կահույք պատրաստելու համար անհրաժեշտ փայտի գրեթե 50%-ը ձեռք է բերում կայուն անտառներից, դրա հետ միասին իրենց կողմից օգտագործվող բամբակի 100%-ը արտադրված է այնպիսի ֆերմաներում, որոնք ծախսում են նվազ քանակությամբ ջուր, էներգիա և քիմիական պարարտանյութեր: Շվեդական ընկերությունը 700 000-ից ավելի արեզակնային վահանակի սեփականատեր է, որոնք իրենց խանութներին մատակարարում են էներգիա:

* Աղբյուր. <https://bit.ly/3HVky7F>

2012 թվականին IKEA-ն գործարկեց «Լավատես ժողովուրդ և մոլորակ» անվանումով ռազմավարությունը, որի նպատակը համատեղ ուժերով կայուն զարգացման նպատակներին համապատասխան կարևոր փոփոխությունների իրականացումն է:

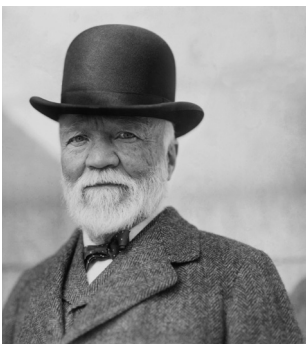
Ընկերությունը գիտակցում է այն փաստը, որ ցանկացած բիզնեսի երկարաժամկետ նպատակների իրականացումը աներևակայելի կլինի այն դեպքում, եթե մոլորակի իրավիճակը դրա հնարավորությունը չի տալիս: IKEA-ն սպառողներին հորդորում է ապրել հաստատուն կերպով, և ինքն էլ աջակցում է նրանց այդ գործընթացում: 2012 թվականին բարձրաձայնած մարտավարության նպատակներից մեկը ներկայացնում է հասարակության համար ավելի լավ կյանք ստեղծելը: Թեև, պարզ է, որ այդ փոքր քայլերը այնպիսի հսկայական կորպորացիայի համար, ինչպիսին IKEA – ն է, անբավարար են:

Չնայած այն բանին, որ ընկերությունը ձգտում է ածխածնի հետքերը կրճատել, այնուամենայնիվ իրականացված միջոցառումները բավարար չեն կլիմայի փոփոխությամբ առաջացած արդյունքները կրճատելու համար:

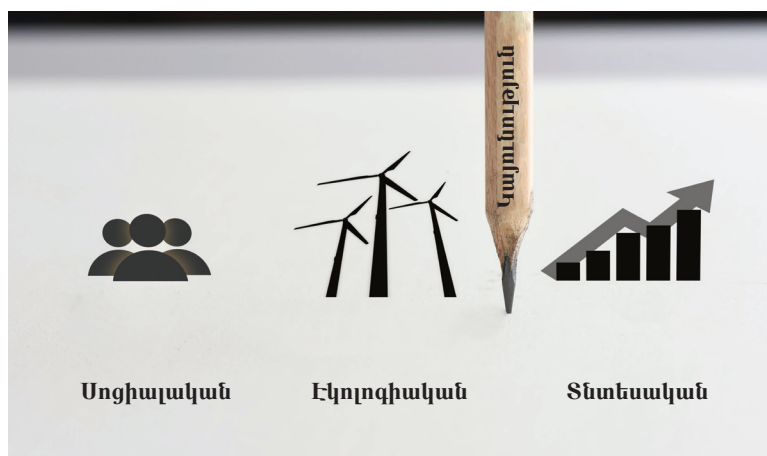
Կարելի է եզրակացնել, որ ապագան պատկանում է բիզնեսին, որը շահույթի առավելագույն շեմը պլանավորում է էկոլոգիական և սոցիալական սկզբունքների պահպանությամբ:

Բիզնես կայունության հայեցակարգը ժամանակի ընթացքում փոփոխություն էր կրում և այժմ էլ շարունակում է կրել: Դեռևս մինչև կայուն զարգացման հարցի ակտիվացումը ոլորտի հետազոտող և գիտնական Պիտեր Դրուկերը բարեգործությունը և կորպորատիվ պատասխանատվությունը քննարկում էր 19-րդ դարի երկու ամերիկացի հաջողակ ձեռնարկատերեր Էնդրյու Կարնեգիի և Ջուլիուս Ռոզենվալդի օրինակով:

Էնդրյու Կարնեգին կյանքի վերջին տարիներին իր գույքի մեծ մասը ներդրեց բարեգործության մեջ: Նրա անվան հետ է կապվում Ամերիկայում մինչև 3000 հասարակական գրադարանի, ինչպես նաև



Էնդրյու Կարնեգի



շուրջ 7000 եկեղեցու հիմնադրումը, Նյու-Յորքում Կարնեգի հոլի և Պիտսբուրգում Կարնեգի Մեյկոն համալսարանի շինարարությունը:

«Պետք է գործեն բարօրության համար, ինչը այնուհետև հնարավորություն կտա կատարելու նաև շահավետ գործ»։ Այսինքն՝ լավ գործ կատարելու համար նախ դրա հնարավորությունը պետք է ունենաս։ Այսպես սահմանեցին Կարնեգիի հայեցակարգը:

Ջուլիուս Ռոգենվալդը կարողացավ Sears Roebuck-ը վերածել ամենամեծ խանութների ցանցի ինչպես ԱՄՆ-ում, այնպես էլ աշխարհում։ Նրա նպատակն էր ամերիկացի ֆերմերների ունակություն-հմտությունները զարգացնելը և արգասաբերությունը մեծացնելը, ինչը հետագայում դարձավ անուղղակի ճանապարհով Sears-ի տնտեսական հաջողության հիմքը:

«Պետք է կատարես օգտակար գործ, ինչը այնուհետև կբերի նաև բարի օրեր», - այսպիսին է Ռոգենվալդի մոտեցումը:

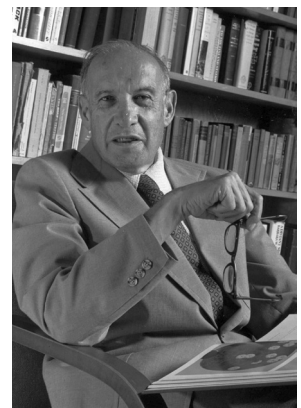
Դրաքերի կարծիքով, սուր սոցիալական մարտահրավերները արդյունավետորեն հաղթահարելու համար հարկավոր է ռոգենվալդյան մոտեցում։ Միայն կառավարությանը և հասարակությանը չի բավարարի ուժը դա հաղթահարելու համար, այստեղ կարևոր է բիզնեսի ռեսուրսը, գիտելիքը և փորձը։ Հարկավոր են այնպիսի շրջանակային պայմաններ, որոնք կօժանդակեն ընկերության կողմից կայուն զարգացման կողմը կատարված քայլերի և տնտեսական հաջողության կոմբինացիային՝ համակցությամբ։ Դրանով հնարավոր է դառնում **կայուն մենեջմենտի** զարգացման մասին խոսելը:

Կայուն մենեջմենտի հասկացությունը **սկզբնական փուլում** բիզնեսի համար նշանակում էր շահույթի առավելագույն աճ և միևնույն ժամանակ՝ տնտեսական, էկոլոգիական և հասարակական հնարավորությունների և ռիսկերի կառավարում:

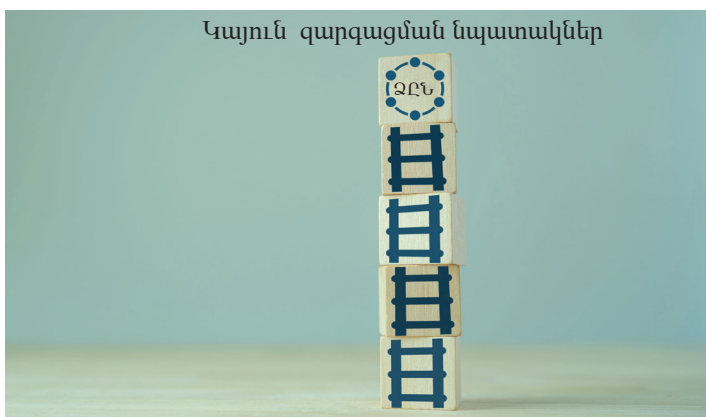
Կայուն մենեջմենտի ըմբռնման **երկրորդ փուլում** տնտեսական, էկոլոգիական և սոցիալական նպատակները հավասարապես նշանակալից են դառնում:



Ջուլիուս Ռոգենվալդ



Փիթեր Դրաքեր



Կայուն զարգացման նպատակներ

- Նշված մոտեցումը առաջարկեց **Ջոն Էլկինտոնը**: Այդ նպատակին հասնելու համար բիզնեսը իրականացրեց կայուն զարգացման տարրեր մարտավարություններ և պլաններ: Միևնույն ժամանակ, նկատվում էր այդ մոդելի բիզնես գործընթացներին ինտեգրման աճող միտումը, ինչը նշանակում է, որ ընկերությունում ոչ թե կոնկրետ դիրքորոշում կամ ծառայություն է գործում կայուն զարգացման մասին, այլ բոլոր ծառայությունները, դեպարտամենտները սեփական նպատակներում իրականացնում են կայուն զարգացման ինտեգրում: Եվ այնուամենայնիվ, այստեղ նույնպես նպատակը ընկերության էկոլոգիական և սոցիալական «բացասական հետքի» նվազեցումն է:
- Այսօր ավելի ու ավելի շատ ընկերություններ բողոքում են այն մասին, որ կայուն մենեջմենտը իրենց համար դարձավ կարևոր հարց, թեև, իրականում, գլոբալային մակարդակով, տարբերությունը կատարվելիքի և կատարվածի միջև մշտապես աճող է:
- Կլիմայի փոփոխությունը հաստատում է, որ կայուն զարգացման գործող ձևերն ունեն հիմնախնդիրներ: Դա հստակ ցույց է տալիս նաև մեր ռեսուրս օգտագործման տնտեսական մոդելի սահմանափակ լինելը: Ռեսուրսների կիրառման տեսանկյունից այդ մոդելը կրկին հիմնվում է «վերցրու, կատարիր, դեն նետիր» ուղղագիծ մտածողության վրա: Յիրկուլյար՝ շրջանառու տնտեսության մոդուլի սկիզբը միայն մի քանի հարցում է նկատվում: Միևնույն ժամանակ, մեծ կարողունակություն ունեցող թարմացվող էներգիաներին անցումը դանդաղ է ոտք դնում:
- Ամեն տարի յուրաքաբանչյուր անձի պահանջները կայուն մակարդակով բավարարելու համար հարկավոր է գրեթե 2 մոլորակ, իսկ Շվեյցարիայի բնակչության մակարդակին հասնելու համար անհրաժեշտ է 3 մոլորակ:
- Իսկ իրականում, անհրաժեշտ է նոր մոդել, նոր հեռանկար ոչ միայն մակրոտնտեսական մակարդակով, այլ նաև բիզնես մակարդակով: Քանի որ, ինչպես փորձագետներն են նշում, մենք ուզում ենք իրական բիզնես կայունություն:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

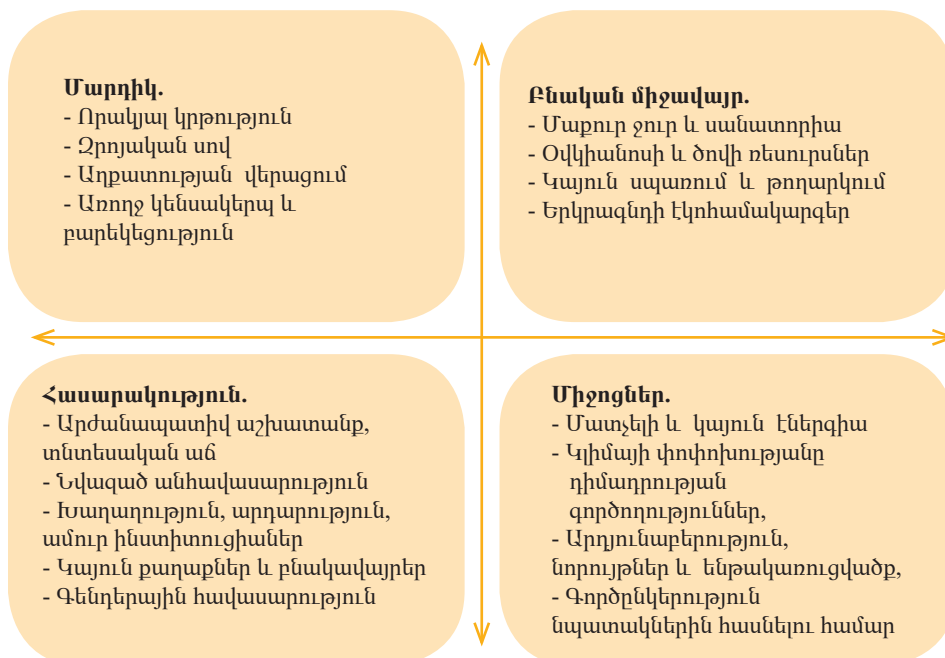
- Ստեղծե՛ք 4 խումբ, բաժանե՛ք գլոբալ նպատակների մեկական ուղղություն և «Փոփոխություններ՝ բիզնեսի կայունությունը ըմբռնելու մեջ» տեղեկատվության հիման վրա քննարկեք.
- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն կարող են ունենալ կայուն բիզնեսի նկարագրած հայեցակարգերը ձեր խմբին բաժին ընկած տեսանկյունների վրա և ինչպե՞ս:
- ▶ Ո՞ր հայեցակարգն է ձեզ համար կարևոր և ինչպե՞ս եք պատկերացնում դրա իրականացման ուղիները:
- ▶ Ձևակերպե՛ք չափանիշներ, որոնք հարմար կլինեն կայուն

զարգացման հիմնական տեսանկյունների (ձեր ուղղության) հետ բիզնես գործունեության համապատասխանությունը գնահատելու համար:

- ▶ Ինչպե՞ս կգնահատեք IKEA ընկերության գործունեությունը այդ չափանիշների համաձայն: Անվանե՛ք փաստարկներ:
- ▶ Կապակցե՛ք IKEA ընկերության տեղայնացված գործողությունները գլոբալային արդյունքներին, ապացուցե՛ք կոնկրետ օրինակներով:
- ▶ Վերհիշե՛ք, դասագրքից ընտրե՛ք որևէ բիզնես պատմություն և կիրառե՛ք ձեր չափանիշները դրանց կայունությունը գնահատելու համար: Հիմնավորե՛ք ձեր կարծիքները:
- ▶ Կապակցե՛ք ընտրված ընկերության տեղայնացված գործողությունները գլոբալ արդյունքների հետ, ապացուցե՛ք կոնկրետ օրինակներով:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ պետք է փոփոխվի, ամրապնդվի, պահպանվի այդ ընկերություններում, որպեսզի դրանց գործունեությունը համապատասխանի կայուն զարգացման հիմնական տեսանկյուններին:
- ▶ Հնարավոր է, թե՞ ոչ շուկայում հաստատվի այն ընկերությունը, որը միայն գլոբալ սոցիալական նպատակների հաշվառումով է պլանավորում իր գործունեությունը և նկատի չի առնում ազատ շուկայի սկզբունքները: Ինչո՞ւ:

Խմբերից յուրաքանչյուրը պատրաստում է շնորհանդես, մշակված չափանիշները նախապես տեղափոխում է առանձին աշխատանքային թերթերի վրա, որոնք կփակցվեն դասասենյակում և կստեղծեն «Բիզնես պլանի չափանիշների բանկ», որը հնարավոր կլինի լրացնել և մոդիֆիկացնել:

Կայուն զարգացման հիմնական տեսանկյունների աղյուսակ





Իրավիճակ շուկայում
- բիզնեսի երկարատև
գոյություն շահավետ
իրավիճակում:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Ի՞նչ է տեղի ունենում իրական շուկայում, երբ մի քանի վաճառող միևնույն ապրանքն են վաճառում:
- ▶ Ի՞նչ է տեղի ունենում իրական շուկայում, երբ բազմաթիվ վաճառողներ միատեսակ ապրանք են վաճառում:
- ▶ Ի՞նչ է տեղի ունենում շուկայում, երբ գնորդների քանակը շատ փոքրաթիվ է:
- ▶ Երևի լսել եք այսպիսի արտահայտություն. «Շուկան թողեց (շուկայից հեռացավ)», գիտե՞ք, արդյոք ի՞նչ ի նկատի ունի այս արտահայտությունը:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ պայմաններ են ստիպում ձեռնարկատիրոջը հեռանալ շուկայից:
- ▶ Ձեռնարկատերերի մի մասը կարծում է՝ որքան ավելի ապրանք դուրս բերի շուկա, այնքան ավելի շատ շահույթ կկարողանա ստանալ: Ի՞նչ եք կարծում, այդպիսի տրամաբանությամբ աշխատանքը նրանց ապահովո՞ւմ է կայուն հաջողություն:
- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, բոլոր բիզնեսները, որոնք շուկայում պահպանում են կայունություն, կայուն բիզնես են (մտածողության մեջ օգտագործե՞ք ձեր կողմից մշակված չափանիշները):
- ▶ Ծանոթացե՛ք իրավիճակին և օգնե՛ք Նիկային հասկանալ բիզնեսի անհաջողության բոլոր հնարավոր պատճառները.
- ✓ վատ տեղադրություն,
- ✓ ոչ արդյունավետ սպասարկում,
- ✓ վատ աշխատանքային պայմաններ,
- ✓ ցածր որակի ապրանք,
- ✓ բարձր գներ,
- ✓ բազմաթիվ մրցակիցներ,
- ✓ գովազդի բացակայություն,
- ✓ ոչ պոպուլյար, ժամանակի պահանջներից ետ մնացած ապրանք և այլն:

Ձեր գնահատումների մասին կատարե՛ք մեկնաբանություն:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ

Նիկան դպրոց գնալու համար պետք է ճանապարհը հատի ստորգետնյա անցումով: Այնտեղ բազմաթիվ առևտրական տաղավարներ են, որտեղ վաճառվում են խաղալիքներ, հագուստ և կոշիկներ:

Նիկան երագում է դպրոցն ավարտելուն պես երաժշտական խանութ բացել: Նրան առանձնապես դուր է գալիս անկյունային տաղավարը, ապագա օբյեկտը պլանավորում է ճիշտ այնտեղ բացել: Այդ տաղավարում սկզբում հագուստի խանութ էր, այնուհետև խաղալիքներ էին վաճառում, վերջում համակարգչային սպասարկման կենտրոն բացվեց, թեև երկու ամիս չանցած՝ փակվեց: Կրկին հայտնվեց գրություն. «Վարձակալվում է»։ Տղայի ականջին հասավ «ոչ էլ սպասարկումը արդարացրեց» արտահայտությունը:

- Նիկային հետաքրքրում է՝ ինչո՞ւ ձեռնարկատերերը չկարողացան
- այս տաղավարում շահութաբեր բիզնես դասավորել այն ժամանակ,
- երբ հարևան խանութները հաջողությամբ գործում են:

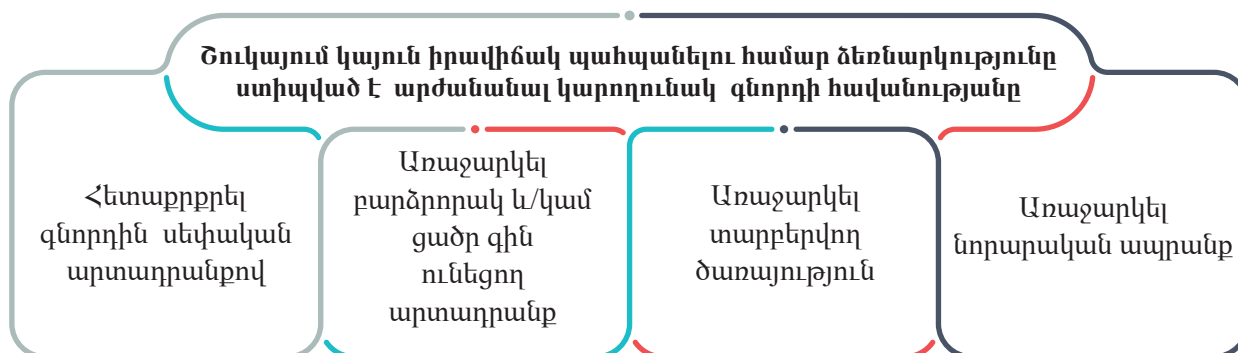
Բիզնեսին տիրապետելը կամ դրա կառավարիչ լինելը մարդկանց մոտ բարեկեցության գույգորդություն է առաջ բերում. շատ դրամ, լավ մեքենա, շքեղ տուն, բոլոր երազանքների կատարում... Թեև ում ընտանիքն էլ բիզնեսի հետ շփում ունեցել է, կգիտենա՝ որքան դժվար է շահույթ ստանալը: Բիզնեսը սկսելուց մինչև երազելի կյանքին հասնելը դժվար ճանապարհի կա անցնելու: Իսկ ձեռք բերած հաջողությունը հավիտենական չէ, հաճախ հաջողությամբ մեկնարկած բիզնեսը նույնպես դժվարանում է ցանկալի իրավիճակը երկարատև պահպանել և հարկ է լինում շուկայից հեռանալ:

Բիզնեսի գործունեության հիմնական նպատակը շահույթ ստանալն է: Ընկերությունները բաժանվում են հաջողակ, միջին հաջողության կամ անհաջողության կարգավիճակ ունեցող ֆիրմաների: Այդ հաջողությունը կախված է իրենց արտադրանքի նկատմամբ սպառողի կողմից արտահայտված հետաքրքրությունից: Բիզնեսը շահույթ ստանում է սպառողի միջոցով:



Շուկա - վայր, որտեղ իրար հանդիպում են վաճառողները և գնորդները ապրանք և սպասարկում փոխանակելու նպատակով:

Կայունությունը շուկայում նշանակում է շահութաբեր իրավիճակում բիզնեսի երկարատև գոյություն:



Ժամանակակից շուկան ամեն օր նորություններ է առաջարկում սպառողին. հայտնվում են նոր բիզնես, նոր ապրանք և սպասարկում, սպառողին հետաքրքրելու նոր միջոցներ: Ավանդական ապրանքը նոր տեխնոլոգիաներով է պատրաստվում և նորովի է փաթեթավորվում: Շուկան հագեցած է արտադրանքով: Այդ մշտական թարմացումը պայմանավորում է մրցակցություն. արտադրողները մրցում են գրավելու, իրենց կողմը ձգելու որքան հնարավոր է ավելի շատ սպառողի՝ ավելի ապրանք, սպասարկում վաճառելու և համապատասխանաբար, ավելի շահույթ ստանալու համար:



Շուկայի փայաբաժին – այն մասը, որը զբաղեցնում է ընկերության կողմից թողարկված արտադրանքը կամ ոլորտում լրիվությամբ արտադրված արտադրանքի թվաքանակը:

Ընտրության ազատությունը սպառողին հնարավորություն է տալիս ընտրել ցանկալի ապրանքը և սպասարկումը: Եթե սպառողին ապրանքը դուր է գալիս, պահանջարկը մեծանում է, և վաճառողը հաղթանակած է մնում: Աճող պահանջարկը ձեռնարկատիրոջը ավելի շատ և որակյալ արտադրանք թողարկելու խթան է հաղորդում: Եթե ապրանքի նկատմամբ ժամանակի ընթացքում սպառողի հետաքրքրությունը նվազում է, ապա պահանջարկը նույնպես փոքրանում է: Եթե ձեռնարկատերը այլընտրական ապրանք արտադրելու մասին ժամանակին չմտածի, նա կհայտնվի սնանկացման վտանգի առջև:

Շուկայի խիստ կանոնները ձեռնարկատերերին հանգիստ մնալու հնարավորություն չեն տալիս: Շուկայում հաջողությունը բիզնեսին հավատարիմ հաճախորդներ ձեռք բերելու և կայուն իրավիճակը պահպանելու հնարավորություն է տալիս:

Արտադրանքի օգտակարության և որակի կապակցությամբ ձեռնարկատիրոջ անձնական տեսակետները կարող են տարբերվել հաճախորդների տեսակետներից, այդ պատճառով ձեռնարկատերը սպառողի ցանկությունները, ձգտումները, առաջնահերթությունները պետք ուսումնասիրի և դրանց նկատմամբ գործի:

Ցանկացած ձեռնարկատիրոջ համար շուկայում ցանկալի իրավիճակը արտադրված ապրանքի շուկայում իր բաժինը ձեռք բերելն է, պահպանելը և մեծացնելը:



Ինչպե՞ս կարելի է մեծացնել շուկայի բաժինը:

Շուկայի բաժնի մեծացումը կախված է ֆիրմաների մեկնարկային (սկզբնական) պայմաններից և ֆինանսական վիճակից:

Շուկայի բաժինը մեծացնելու համար ֆիրմաները միաժամանակ մի քանի պլանի (մարտավարության) համաձայն են գործում:

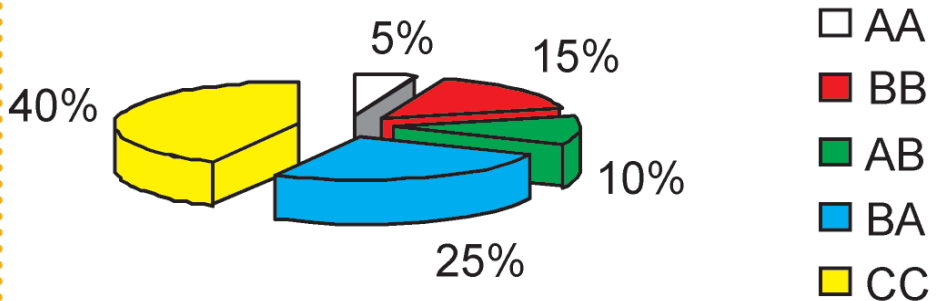


Ֆիրմայի մարտավարությունը	Ի՞նչ է նշանակում	Օրինակ
Անսպասելիորեն հայտնված մատչելի հնարավորություններից օգտվել	Այնպիսի հնարավորությունների կիրառումը, ինչպիսիք են արտադրանքի նկատմամբ պահանջարկի մեծացումը, էժան ռեսուրսների շուկա գտնելը, շահութաբեր գաղափար հայտնաբերելը, ընկերությունները միաձուլելը, նոր տեխնոլոգիաներ ներդնելը և այլն:	Ընկերությունները ձեռք են բերում լիցենզիաներ՝ թույլատրագրեր, պատենտներ, վաճառքի նշաններ: Երկար ժամանակ է «Կոկա-կոլա»-ի և «Մակդոնալդս»-ի արտադրանքը միայն ԱՄՆ-ում չէ, որ վաճառվում է:
Սպառողին այլընտրական ապրանք կամ ծառայություն մատուցել	Ֆիրմաները արտադրանքի կամ սպասարկման նոր տարբերակներ կմշակեն:	Շտապ փոստային ծառայության ֆիրմաներ «Յու-պի-էս»-ը (UPS) և «Դի-Էյ-Էլ»-ը (DHL) հանրահայտ դարձան աշխարհի ցանկացած կետում հասցեատերերին առաքումները 2-3 օրում բերելով: Դա օգնեց նրանում, որ բազմաթիվ երկրներում, այդ թվում նաև Վրաստանում, այդ ֆիրմաները մրցակիցների սպասարկման վրա ստվեր գցեցին և դարձան շուկայի լիդեր:
Շուկայական փոփոխությունները նկատի ունենալ	Լրացուցիչ ծառայության առաջարկ:	Ամերիկյան «SERVE» ընկերությունը, որը հսկայական ստացիոնար ավտովերանորոգման արհեստանոցների է տիրապետում, ավտոմեքենայի սեփականատերերին առաջարկեց նաև հավելյալ սպասարկում: Նա բացեց արհեստանոցներ կանչով (մոբիլ՝ շարժական վերանորոգման արհեստանոցներ), որով նշանակալից հաջողության հասավ և շուկայի լիդեր դարձավ:
Արտադրանքը կամ արտադրական գործընթացը բարելավել	Ֆիրմաների կողմից նոր արտադրանքի ստեղծում կամ հնի կատարելագործում և օգտագործման պարզեցում:	Ակնոցների փոխարինումը կոնտակտային լինզաներով, կաթի և բնական հյութերի համար ապակե տարայի փոխարինումը պլաստմասսայե, թիթեղյա կամ թղթի փաթեթավորմամբ, թվային լուսանկարների շուկայում հայտնվելը դրա լավագույն օրինակներից են:
Հասարակական միտումները հրատապ կիրառել	Հասարակական գիտակցությունը և ապրելակերպը բնակչության եկամուտների մեծացման և այլ երկրների հետ ինտեգրման արդյունքում փոփոխվում են, ինչը բիզնեսի համար նոր մատչելի հնարավորություններ է ստեղծում:	Եթե բնակչության մեծ մասին արհեստական կաշվի բաճկոնները ավելի են դուր գալիս, քան բնականը, ձեռնարկատերերը նոր արտադրանքներ պլանավորելիս այդ միտումը պետք է կիրառի: Ծինարարական իրարանցումը Թբիլիսիում բիզնեսի վրա հասարակական միտումների ազդեցության պարզ օրինակ է:

Շուկայի բաժինը սահմանում են տոկոսայնորեն: Որքան ավելի շատ է լրիվությամբ արտադրված արտադրանքից (100%-ից) տրված ընկերության կողմից արտադրված արտադրանքը, այնքան ավելի լավ վիճակ ունի ընկերությունը շուկայում:

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ՉՈՒՅԳԵՐՈՎ

Գծագրի վրա ցույց է տրված մեկ շուկայում գործող հինգ խոշոր ընկերություն: Նրանցից ամենամեծ բաժինն ունի CC ընկերությունը, այն հավասար է 40%-ի: CC ընկերությունը շուկայի լիդեր է:



- ▶ Ո՞ր ընկերությունն ունի ամենափոքր բաժինը:
- ▶ Ինչպե՞ս պետք է գործի այդ ընկերությունը, որպեսզի կարողանա իր բաժինը մեծացնել:
- ▶ Ինչպե՞ս կփոփոխվի CC ընկերության իրավիճակը շուկայում, եթե BA ընկերությունը կարողանա իր բաժինը 10%-ով մեծացնել:
- ▶ Ձեր կարծիքով, ինչպե՞ս կարելի է շուկայում լիդերության հասնել:
- ▶ Ի՞նչ ազդեցություն է գործում շուկայում ընկերության իրավիճակի վրա այս ընկերության կախվածությունը կայուն զարգացման սկզբունքներից: Ինչո՞ւ:

Տարբեր տնտեսական խթանների ազդեցության պատճառով գինը ցանկացած շուկայում տատանվում է: Բոլոր տիպի շուկաներում, լինի դա աշխատանքի, ապրանքային, թե տարադրամային, միևնույն կանոններն են գործում. ապրանքի վրա գներն ընկնում են, եթե սպառողը նշանակալիորեն կրճատում կամ դադարում է ձեռք բերել այդ ապրանքը:

Սպառումն իր ազդեցությունն է գործում ոչ միայն վերջնական, այլ նաև միջանկյալ ապրանքների վրա:

Միջանկյալը այնպիսի ապրանքն է, որը թողարկում է մի ձեռնարկատերը, իսկ երկրորդ արտադրողը այն գնում է որպես ռեսուրս իր արտադրության համար:

Շուկայական համակարգում կառավարական գործառնությունը վերացված է, այդ պատճառով տարբեր շուկաներ ազատ կերպով փոխգործակցում են և մոթիլ ու արդյունավետ շուկայական համակարգ են ստեղծում: Դա նշանակում է, որ տարբեր շուկաների փոխգործողությունը շատ արագ է և հաշվարկված է արդյունքի վրա: Հաջողության հասնելու համար յուրաքանչյուր ձեռնարկատեր ձգտում է գներն այնպես կարգավորել, որ կոնկրետ շուկայում նշանակալից շուկայական բաժին ձեռք բերի:

«Անտեսանելի ձեռքը» ձեռնարկատիրոջը ստիպում է շուկային ոչ միայն ճիշտ այն ապրանքը և ծառայությունը առաջարկել, որը ժողովրդին է անհրաժեշտ, այլև ռեսուրսները արդյունավետ կիրառել:

Որոշ ձեռնարկատերեր բարձր գինը արագ հարստանալու միջոց են համարում, իսկ գների կրճատման մեջ տեսնում են շահույթի կրճատման սպառնալիք: Նրանց տնտեսագետները զգուշություն դրսևորելու խորհուրդ են տալիս. արտադրանքի գինը վաճառողի ծախսն է ներկայացնում, այդ պատճառով դրա ավելացումը սպառողը ցավագին է ընդունում: Արտադրանքի չափից ավելի բարձր գինը կարող է շուկայական անկման պատճառ դառնալ:

Մրցակիցները, որոնց արտադրությունը ավելի բարձր է կամ էժան ռեսուրսներ ունեն, արտադրանքը նվազ ծախսերով են թողարկում, համապատասխանաբար, ունեն նաև ապրանքը ցածր գնով վաճառելու հնարավորություն: Նրանց գները հաճախորդների համար մատչելի են, այդ պատճառով այլ վաճառողների համար սպառողի կորուստը անխուսափելի է: Բացի դրանից, արտադրանքի մեծամասնությունը սուբստիտուտներ (փոխարինողներ) ունի: Եթե ապրանքի գինը բարձրանում է, սպառողը սուբստիտուտի կիրառման է անցնում, որը շատ դեպքերում այլ ընկերություն է թողարկում:

Բարձր գներ վճարելը սպառողը միայն այն ժամանակ է համաձայնում, երբ ընկերությունը հավաստիացնում է, որ մրցակիցներից ավելի լավ արտադրանք է առաջարկում: Դա գնելու ցանկությունը ուժեղացնելու համար անհրաժեշտ է դառնում հավելյալ ծառայության և մրցակիցներից տարբերվող խրախուսական գործողությունների առաջարկել: Այդ միջոցառումները արդյունք բերող են միայն այն ժամանակ, եթե կարողունակ սպառողը հաշվարկված և հարմարեցված է տնտեսական, սոցիալական, մշակութային իրավիճակին:

Վերոնշյալից կարելի է եզրակացնել, որ.

- ▶ շուկայում ոչ ոք չունի շահույթի երաշխիք,
- ▶ արտադրանքը իրացնելը կախված է այն բանից, թե ինչպես կկարողանա ֆիրման սպառողին հավաստիացնել, որ ճիշտ իր կողմից ներկայացված ապրանքն է լավագույնը: Ճիշտ հարմարեցված գովազդը սպառողի մոտ այդ ապրանքը գնելու ցանկություն է առաջացնում:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Իմացի'ր ավելին շուկայի վերլուծության մասին <https://bit.ly/3DAbnZ8>

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

Շուկայում երկարատև մնում է այն ձեռնարկությունը, որը սպառողի կարիքներին արագորեն արձագանքելու ունակություն ունի: Քննարկե՛ք ստորև տրված իրավիճակը և պատասխանե՛ք հարցերին:

- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, բիզնեսի հաջողության համար այդ պայմանը բավարար է: Պատասխանը հիմնավորե՛ք գործոններով:
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ի՞նչ մոտիվներով են ղեկավարվում ձեռնարկատերերը իրավիճակում նկարագրված որոշումը ընդունելու ժամանակ:
- ▶ Ուրիշ ի՞նչ պատճառներ են գործում ներդրումային մակարդակի վրա:
- ▶ Պատասխանները համեմատե՛ք ստորև տրված բիզնեսի կայունության վրա ազդող գործոնների սխեմայի հետ:
- ▶ Ձեր կարծիքով՝ ի՞նչ ազդեցություն են գործում Վրաստանում բիզնեսի զարգացման վրա:

ա) Վրաստանի այսօրվա ներքին իրավիճակը,

բ) միջազգային իրավիճակը,

գ) պետական որոշումները,

դ) հարաբերությունը հարևան երկրների հետ,

ե) սպառողի առաջնահերթությունների փոփոխությունը,

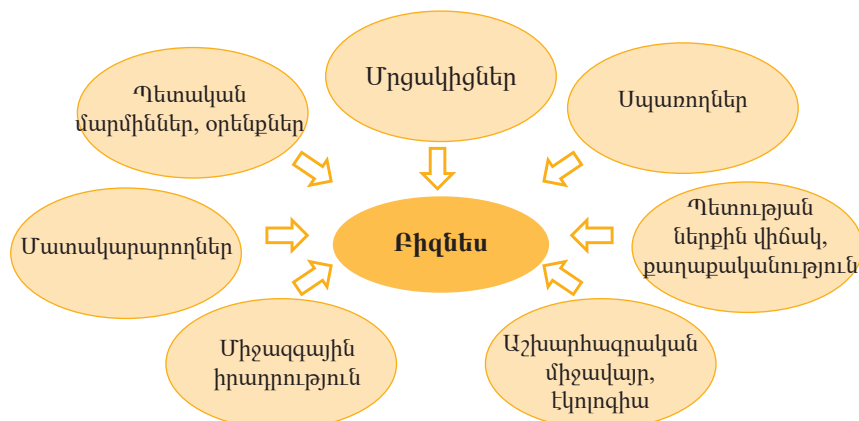
զ) ինչպե՞ս են «պայքարում» մրցակից ձեռնարկությունները միմյանց հետ Վրաստանում:

Ստուգե՛ք ձեզ հայտնի օրինակներով:

Իրավիճակ

Երկիրը կառավարական փոփոխությունների սպասման մեջ է: Տեղեկատվական միջոցները ամբողջ ամիսը նշանավոր հարթակների վրա հավանական թեկնածություններ են անվանում: Լրագրողները հայտարարում են, որ բիզնեսմենները մեծ ներդրումներից խուսափում են:

Բիզնեսի իրավիճակի վրա ազդող գործոններ



Շուկայում բիզնեսի լինել-չլինելու հարցը միայն սպառողի պահանջմունքներին ժամանակին արձագանքելուց, մտցրած ներդրումներից, ձեռնարկատիրոջ ձգտումներից և ունակություն-հմտություններից չի կախված: Բիզնեսի կենսական պայմանները ստեղծում են նաև բազմաթիվ այլ գործոններ: Ձեռնարկությունները մեկուսացված չեն կարող գոյություն ունենալ: Նրանց հարկ է լինում գործել որոշակի միջավայրում, որը նրանց վրա ազդեցություն և հաճախ մահացու հարվածներ է հասցնում:

Պետության ներքին իրադրության ազդեցությունը

Երկրի կայունությունը բիզնեսի զարգացման պարտադիր պայմանն է: XX դարի 90-ական թվականներին Վրաստանում գոյություն ունեցող քաղաքական քառսը և խառնաշփոթությունը, քաղաքացիական պատերազմը նշանակալիորեն խոչընդոտեցին տնտեսության զարգացումը: Նոր բիզնես սկսելը կապված էր մեծագույն ռիսկի հետ, իսկ գոյություն ունեցող ձեռնարկությունները իրար ետևից հեռանում էին շուկայից: Երկիրը հայտնվեց աղքատության եզրին:



Պետության ազդեցությունը

Պետությունը ձեռնարկատիրական գործունեության իրավունքը տալիս է թույլատրագրի (լիցենզավորման) կարգով, բիզնեսի կառավարումը կարգավորում է իրավական նորմերով՝ օրենքներով և որոշումներով: Պետությունը կարող է այնպիսի օրենսդրական բազա և հարկային ֆոն ստեղծել, այնպիսի կանոններ մտցնել, որոնք կոժվարացնեն բիզնեսի զարգացումը: Հաճախ հակառակն է տեղի ունենում. կառավարությունը ազատ շուկայի և մրցակցության պաշտպանությունը հակամենաշնորհային օրենքներով, արտասահմանյան ապրանքի վրա սահմանափակումներ սահմանելով աջակցում և ամրապնդում է տեղական արտադրությանը: Խիստ պահանջներ են ձեռնարկատերերի կողմից միջավայրի աղտոտման առնչությամբ, բարձր տուգանքները շեշտակիորեն մեծացնում են արտադրական ծախսերը:



Մրցակիցների ազդեցությունը

Մրցակիցները բիզնեսի գործունեության վրա մեծ ազդեցություն են գործում: Առանց մրցակցության ազատ շուկայի գոյությունը պատկերացնել անհնար է: Նոր ձեռնարկատերերը այն ոլորտում են հայտնվում, որտեղ եկամուտները և շահույթն ավելի է: Ցանկացած նյութական ռեսուրս, որը մի ֆիրմային շոշափելի է, ժամանակի ընթացքում հակառակորդի համար դառնում է հասանելի:



Ընկերությանը միշտ հարկ է լինում հաղթահարել մրցակիցների կողմից ագրեսիան (գների կրճատում, վաճառքի խրախուսում, գովազդային գործունեության սփռում և այլն...): Շուկայում տեղի պահպանումը յուրաքանչյուր ձեռնարկության համար այնքան ավելի դժվար է, որքան ավելի շատ և ուժեղ մրցակիցներ ունի, ինչը ավելի է դժվարացնում գործունեությունը: Մրցակցային պայքարում պարտված ձեռնարկությունները դուրս են գալիս շուկայից:

Մյուս կողմից այդ նույն մրցակիցները դառնում են բիզնեսը խթանողներ: Շուկայում տեղը պահպանելու համար ձեռնարկությունը ստիպված է ընդունել շուկայի խիստ կանոնները՝ հնարավորության սահմաններում բարձր որակի և ցածր գնի արտադրանք թողարկել, ինչը սպառողին շահավետ է:



Սպառողի ազդեցությունը

Բիզնեսի գործունեության հիմնական նպատակը շահույթ ստանալն է: Շահույթը ֆիրման սպառողի միջոցով է ստանում: Այն եկամուտը, որը ձեռնարկատիրոջը նոր հումք ձեռք բերելու և գործունեությունը շարունակելու հնարավորություն է տալիս, միայն իրացված (վաճառված) արտադրանքն է բերում: Հաճախորդների նվազման դեպքում ձեռնարկությունը երկար ժամանակ գործել չի կարողանա: Ծիշտ սպառողի գոհունակությունն է սահմանում բիզնեսի հաջողությունը, այդ պատճառով սպառողը բիզնեսի միջավայրի կարևորագույն բաղադրիչն է: Նրա ճաշակը, կրթության մակարդակը և կուլտուրան, կրոնական պատկանելությունը, սոցիալական վիճակը, տարիքը, եկամուտները, կենսական արժանիքները ազդեցություն են գործում արտադրության վրա: Արտադրանքը ճիշտ այդ ամենի հաշվառումով է ստեղծվում: Սպառողը այնքան ավելի իրավասություն ունի շուկայի վրա, այնքան ավելի նշանակալից ազդեցության ունակություն ունի արտադրանքի որակի և գների վրա, որքան ավելի սակավ սպառող ունի կոնկրետ շուկան և արտադրանքը:



Մատակարարողների ազդեցությունը

Հումքի մատակարարողների կողմից խափանումները ձեռնարկությունների գործունեության կաթվածահարություն են, իսկ երբեմն առաջ է բերում նաև կասեցում: Օրինակ, էլեկտրաէներգիայի կամ բանկից դրամի հոսքի կասեցմանը հաճախ հետևում է արտադրության դադարեցում և նշանակալից վնաս: Անորակ հումքի մատակարարումը վերջնական արտադրանքի անորակություն և վստահության կորուստ է առաջ բերում:

Աշխարհագրական միջավայրի ազդեցությունը

Բիզնեսի համար կարևոր է ինչպես բնական (աշխարհագրական) միջավայրը՝ հողը, ջուրը, ջերմա-էներգետիկ ռեսուրսները,

կլիման, բնական հումքը և այլն, այնպես էլ էկոլոգիական միջավայրը: Հազվադեպ չէ, որ ձեռնարկությունները միջավայրը աղտոտում են: Վնասարար թափոնները առաջ են բերում էկոլոգիական փոփոխություններ և բնակչության առողջության վատթարացում: Եթե այդպիսի խախտումները մասշտաբային են, իշխանությունը ստիպված է լինում ձեռնարկությունը փակել: Հատկապես վտանգավոր է օդի, ջրի և բնահողի աղտոտումը:



Միջազգային իրավիճակի ազդեցությունը

Հայտնի է, որ Պարսից ծոցում մարտական գործողությունները շղթայական ռեակցիա առաջացրին նավթ ներկրող երկրներում: Խախտվեց տնտեսության վերելքը, թանկացան գները էներգակիրների վրա (Վրաստանում՝ նավթամթերքների վրա), ինչը արտադրության համար ստեղծեց հսկայական խնդիրներ:



Եթե քննարկենք մոտակա օրինակով, քովիդի համաճարակը միանշանակ խափանեց բիզնեսի բազմաթիվ ոլորտներ և լուրջ տատանումներ առաջացրեց կայունության տեսանկյունից:

ԱՇԽԱՏՆԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Ծանոթացե՛ք և բաշխե՛ք ստորև տրված իրավիճակները, պատասխանե՛ք հարցերին:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Կեղծ գովազդ

- ▶ Ի՞նչ արդյունքներ կբերեր Նանայի արարքը ընկերություններին: Խոշոր վերավաճառողներին: Ինչո՞ւ:
- ▶ Արդարացի կլինե՞ր, թե՞ ոչ ֆիրմայի վարչությունը, եթե որոշեր Նանային նկատողություն անել կամ վճռեր նրան աշխատանքից հեռացնել:
- ▶ Գնահատե՛ք մեներջերի արարքը:

Նանան սկսեց աշխատել էլեկտրական ապրանքներ պատրաստող ընկերությունում: Նրան հարկ էր լինում հարաբերություն ունենալ խոշոր վերավաճառողների հետ: Նանան ցականում էր աշխատանքում հաջողության հասնել, այդ պատճառով հաճախորդներին ապրանքը ջանասիրաբար գովաբանում էր: Տեղեկատվությունը այնպես ուռճացրեց, որ գլխի չընկավ ճշմարտությունից որքան հեռացավ, տեղեկատվությունը ինչպես էր խեղաթյուրում: Ճիշտ է, արտադրանքը

երկու օրում վաճառվեց, բայց ո՛չ մենեջերի բավարարվածությունն էր գզացվում և ո՛չ էլ մտադիր էր Նանային գովաբանել...

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Սինգապուրում ավտոմեքենաների հարկ

- ▶ Ի՞նչ եք կարծում, պետության կողմից այդպիսի տուրքի ընդունումը, արդյոք, շուկայի կարգավորո՞ւմ է:
- ▶ Այդպիսի տուրքը իսկապես կբարելավե՞ր ավտոմեքենայի սեփականատերերի վիճակը:
- ▶ Ինչպիսի՞ տպավորություն կունենա նման տուրքի հաստատումը Վրաստանում:

Հայտնի է, որ Սինգապուրը աչքի է ընկնում մաքրությամբ և կարգապահությամբ: Թեև շատերը չգիտեն, որ այնտեղ ավտոմեքենա ունենալու համար տարեկան տուրք է վճարվում դրա արժեքի 50%-ից մինչև 150%-ը և հարկը բաշխվում է ամիսների վրա: Կառավարությունը այդ միջոցառումը անհրաժեշտ է համարում ավտոմեքենաների վաճառքը սահմանափակելու նպատակով, քանի որ հակառակ դեպքում փողոցները մեքենաներով կծանրաբեռնվեին և խցանումներ կստեղծվեին, ինչը ավտոմեքենաների սեփականատերերին քաղաքում տեղաշարժվելու հիմնախնդիրներ կստեղծեր:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 3

Վրացական գինու արգելք

- ▶ Ձեր կարծիքով, ի՞նչ վնաս հասցրեց գինեգործներին արգելքի սահմանումը:
- ▶ Որքանո՞վ շահավետ կլինե՞ր ձեռնարկատերերին նոր շուկա մտնելը:
- ▶ Եթե լինե՞ք կառավարության անդամ, ինչպե՞ս կօգնեք գինեգործներին և մնացած ձեռնարկատերերին, որոնք ընկել են արգելքի ճնշման տակ:

2006 թվականի մարտին Ռուսաստանը արգելքի տիրույթը ընդարձակեց (մինչ այդ այլ մթերքների ներկրումը արգելվեց) և Վրաստանից գինու արտահանումը արգելեց: Այդ ժամանաշրջանում ամբողջ արտահանման 20%-ը ճիշտ Ռուսաստանին էր ընկնում: Շրջափակման արդյունքում, առաջին իսկ տարում արտահանումը կիսվեց:

Արգելքը դարձավ ազդանշան վրաց ձեռնարկատերերի համար և շատ աշխատանքի արդյունքում Ռուսաստանի բաժինը վրացական արտահանման մեջ մինչև 2% անկում կրեց: Փոխարենը վրացական գինին ընդարձակեց արտահանումը Եվրոպայի երկրներում, Ամերիկայում, Չինաստանում և այլ երկրներում:



Էմբարգո՝ արգելք

- տնտեսական պատժամիջոցների մի տեսակ: Ենթադրում է կոնկրետ պետության նկատմամբ անցկացված պատժիչ միջոցառում, որի համաձայն արգելվում է որոշակի արտադրանքով առևտուրը:



ՍԱ ՀԵՏԱՔՐՔԻՐ Է

Սահմանափակման ժամանակ արգելքը չի տարածվում ամբողջ առևտրի վրա, կարող է արգելվել միան աներկրումը, արտահանումը կամ որոշակի ապրանք բերել-տանելը: Արգելքը պատժիչ նպատակ ունի՝ երկիրը թողնել առանց անհրաժեշտ հումքի կամ հասցրած վնասի ազդեցությամբ ստիպել փոխել քաղաքական կուրսը:

Արգելքը առևտրի լրիվ արգելման, այսինքն՝ երկրի առևտրական շրջափակման տեսք հազվադեպ է ընդունում, հատկապես 2-րդ համաշխարհային պատերազմից հետո: Այսօր հիմնականում ռազմավարական արգելք են կիրառում, երբ որոշակի ապրանքով առևտուրը արգելվում է: Ռազմավարական արգելքի ժամանակ ամենահաճախ արգելվում է առևտուրը՝

- ▶ զենքով,
- ▶ բնական ռեսուրսներով,
- ▶ տեխնոլոգիաներով,
- ▶ նաև տարածված է սանիտարական արգելքը, որը հիմնականում սահմանվում է մարդկանց և կենդանիների սննդի վրա:

Օրինակ՝ այսօր Ամերիկայի Միացյալ Նահանգները 6 երկրի նկատմամբ սահմանել է առևտրական արգելք, դրանք են. Ռուսաստանը, Իրանը, Հյուսիսային Կորեան, Սիրիան, Կուբան և Սուդանը:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- Վերլուծե՛ք՝ ինչպե՞ս են արտացոլվում բիզնեսի վրա գործող գործոնները սպառողների վրա: Գծե՛ք սխեմա, պատրաստե՛ք շնորհանդես:

ԱՇԽԱՏԵ՛Ք ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Բաժանվե՛ք 4 խմբի: Նորից բաժանե՛ք վերևում տրված (Էջ 167) կայուն զարգացման հիմնական տեսանկյունների աղյուսակի մեկական ուղղություն, ծանոթացե՛ք «Սա հետաքրքիր է» (Էջ 180) տեղեկատվությանը և ապրանքի փաթեթավորման հարցը վերլուծե՛ք ձեր տեսանկյուններից համապատասխան:
- Նկատի՛ ունեցե՛ք հետևյալ հարցերը.
 - ▶ Ի՞նչ կապ եք տեսնում ապրանքի փաթեթավորման և ձեր խմբի կողմից մշակվող տեսանկյունների միջև:
 - ▶ Ի՞նչ խորհուրդներ կտայիք բիզնես սեկտորին ապրանքի փաթեթավորման կապակցությամբ:
 - ▶ Ի՞նչ չափանիշներ կավելացնեիք «Բիզնես պլանի չափանիշների բանկին»:

ՍԱ ՀԵՏԱՔՐՔԻՐ Է

Սպառողը **արտադրանքի փաթեթավորմանը** նույնպիսի ուշադրություն է դարձնում, ինչպիսին ապրանքին: Անհուսալի փաթեթավորված արտադրանքը վստահության չի արժանանում, այդ պատճառով ապրանքի արդյունավետ փաթեթավորմանը ձեռնարկատերերը մեծ գումարներ և ժամանակ են հատկացնում:

Փաթեթման նյութերի արտադրությունը վաճառքի ծավալով աշխարհում կարևոր ոլորտներից մեկն է: Ամենամյա պահածոյացման կճուճներից սկսած հերմետիկ կոնտեյներներով ավարտած, ԱՄՆ-ում 55-60 մլրդ. դոլարի փաթեթման նյութ է պատրաստվում և վաճառվում:

Լավ փաթեթավորումը ոչ միայն պահպանում է արտադրանքը, այլև ընդգծում է նրա առավելությունը իր ձևով, գույնով, բաղադրությամբ և դիզայնով: Փաթեթավորումը գնորդների ուշադրությունն է գրավում, հեշտացնում է ապրանքի ընկալումը և տեղադրումը: Գոյություն ունեն նաև փաթեթավորման կողավորված տեսակներ, դրանք պաշտպանիչ ազդանշան են արձակում, որով կրճատում են գողության վտանգը:

Ռացիոնալ փաթեթավորումը կրճատում է արտադրության ծախսերը և արտադրողին, մրցակիցների առնչությամբ, իրական գերապատվություն է շնորհում: Հաճախակի դեպքերում փաթեթավորումը ներկայացնում է ամբողջ արտադրանքի կարևոր մասը:

Փաթեթի գույնը նաև տեղեկատվություն հաղորդելու միջոց է, գնորդը կարող է կարճ ժամանակում, մինչև պիտակի վրա առկա տեղեկատվությանը ծանոթանալը ապրանքի մասին եզրակացություն կատարել: Օրինակ՝ ըմպելիքի բանկան, որի վրա գերազանցում է կարմիր գույնը, մատնանշում է, որ դրանում կամ կոկա-կոլա կամ լոխիկի հյութ է, կանաչը կիտրոն պարունակող ըմպելիքի մասին է մատնանշում, նարջնագույնը՝ նարնջի մասին: Եթե ամանեղենի լվացման հեղուկը դեղին գունավորման է, նախապես գիտենք, որ այն կիտրոնի բույր կունենա, նյութերի սև փաթեթավորումը դրա պերճաշուք լինելն է ընդգծում:

Փաթեթի բաղկացուցիչ մասն է պիտակը: Այն սպառողին հաղորդում է տեղեկատվություն արտադրանքի և դրա բնորոշիչների՝ որակի, բաղադրության, օգտագործման կանոնների, պիտանիության ժամկետների և այլնի մասին:

Երկրագնդի շատ երկրներում օրենքների միջոցով կանոնակարգվում է սննդամթերքների, դեղորայքի, դիմահարդարման արտադրանքի և բազում քիմիական և այլ պատրաստուկների նշագրումը: Օրենքը



վերահսկիչ մարմիններին պարտավորեցնում է հետևել պիտակների վրա բաղկացուցիչ նյութերի, մասերի ճշգրտությանը:

Իրացնողները պիտակը հաճախ ապրանքի հանրայնացման աստիճանը որոշելու համար են կիրառում: Սպառողին խնդրում են դրանք հավաքել և որոշակի քանակի պիտակների համար տարբեր պարզևներ են առաջարկում, խաղարկում են վիճակախաղ: Ապրանքի վրա տեղադրված էլեկտրոնային կոդերը ընկերություններին արտադրանքի շարժումը դիտարկելու հնարավորություն են տալիս:

Միջավայրի մասին հոգատարության սկզբունքի խախտումը, ոչ էկոլոգիական փաթեթավորումը սպառողի կողմից ապրանքը ընդունելուն և վաճառելուն հսկայական վնաս են հասցնում, կարող են նաև ձեռնարկության փակման պատճառ դառնալ:

Փաթեթավորումը ուղղակիորեն կապված է սպառողի վերաբերմունքի հետ: Ապրանքի մասին սպառողի առաջնային արձագանքը, ընկալումը և վերաբերմունքի ձևավորումը (հավանո՞ւմ է, թե՞ ոչ ապրանքը) նշանակալիորեն որոշում են՝ ինչպիսին կլինի հետագայում.

- ▶ վաճառքի ծավալը,
- ▶ արտադրանքի և ֆիրմայի անունը,
- ▶ իրավիճակը շուկայում,
- ▶ ապրանքի մրցունակությունը:



16. ՄՈԴԵԼԱՎՈՐՈՒՄ

Վարում ենք «Աթինաթի» ընկերությունը

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Կազմե՛ք բիզնեսի ներկա և ապագա իրավիճակի մասին առավելագույն տեղեկատվություն հաղորդող աղյուսակ և բոլոր առկա տվյալների համաձայն լրացրե՛ք այն: Յուրաքանչյուր բիզնեսի համար սահմանե՛ք.

- ▶ շուկայի միտումները,
- ▶ կայունության պայմանները,
- ▶ արտադրանքի որակը,
- ▶ զարգացման հեռանկարը:

Իրավիճակի վերլուծության ժամանակ **չմոռանաք**, որ դուք պետք է կարողանաք կանխագուշակել «Աթինաթի» ընկերության զարգացումը (պետք է որոշեք ընկերության ապագան): Դրա համար լավ ուսումնասիրեք տրված տեղեկատվությունը: Խմբերում աշխատանքի ժամանակը 20 րոպե է, յուրաքանչյուր խմբին շնորհանդեսի համար տրվում է 5 րոպե:

Լավագույն արդյունք ստանալու համար աշխատեք «Մտավոր գրոհի» մեթոդով.

- ▶ Խմբի յուրաքանչյուր անդամ պետք է արտահայտի ցանկացած կարծիք այդ հարցի կապակցությամբ,
- ▶ կարծիքները փոխադրեք թերթի վրա,
- ▶ մի՛ քննադատեք ոչ մի գաղափար,
- ▶ վերջում հանրագումարե՛ք գաղափարները և պատրաստե՛ք շնորհանդես,
- ▶ շնորհանդեսն ավարտելուց հետո 1-2 րոպե տրամադրեք ընդդիմախոսների հարցերի պատասխաններին:

«Աթինաթի» ընկերություն

«Աթինաթի» ընկերությունը բաղկացած է 3 բիզնես միավորներից: Ձեր խնդիրն է.

- ▶ ծանոթանալ դրանց մասին տվյալներին,
- ▶ վերլուծել ընկերության յուրաքանչյուր բիզնեսը և սահմանել դրանց ապագան,
- ▶ որոշե՛լ, կկարողանա՞ ընկերությունը շուկայում գոյությունը շարունակել: Բացատրե՛ք, ինչո՞ւ եք այդպես կարծում: Եթե գտնում եք, որ բիզնեսի վիճակը բարդ է, անվանե՛ք իրավիճակը շտկելու պլան և պատրաստե՛ք պլանի շնորհանդես:

Տեղեկատվություն «Աթինաթի» ընկերության մասին

Ծանոթացե՛ք «Աթինաթի» ընկերության մասին երևակայական տեղեկատվությանը.

Սահմանափակ պատասխանատվության ընկերություն «Աթինաթի»-ն բաղկացած է 3 բիզնես միավորներից: Դրանք են.

1. գովազուցիչ ոչ ակտիվային ըմպելիքների ընկերություն «Սիխարուլին»,
2. սրճի պատրաստման ձեռնարկություն «Գեոարաբիկան»,
3. արագ սննդի ռեստորանների ցանց «Պրինցեսան»:

«Սիխարուլին» նոր ձեռնարկություն է, շուկայում նրա բաժինը մեծ չէ, բայց երկու ամիս առաջ անցկացված սոցիոլոգիական հետազոտության արդյունքների համաձայն, հարցմանը մասնակցածների 60%-ը իրենց հայտնի որակյալ ոչ ակտիվային ըմպելիքներից առաջինը ճիշտ «Սիխարուլին» անվանեց: «Սիխարուլին» արդեն 5 ամիս ոչ ակտիվային ըմպելիք է թողարկում:

«Գեոարաբիկան» սրճի փաթեթավորման միջին չափի ձեռնարկություն է: Դրա արտադրանքը տարիների ընթացքում հանրահայտ էր Վրաստանի շուկայում, թեև վերջին երկու տարվա ընթացքում հաճախակի դարձան դեպքեր, երբ ձեռնարկությունը որակը չկարողացավ ապահովել: Մեկ ամիս առաջ ձեռնարկությանը առևտրական ցանցից ետ վերադարձվեց մեծ քանակության խոտանված արտադրանք: Ղեկավարությունը որոշեց արտադրանքը ենթարկել երկրորդային վերամշակման և իրավիճակը շտկել, բայց բավականին ցածր որակի սրճի չմշակված արտադրաքանակները աշխատողների անփութության պատճառով երկրորդ անգամ հայտնվեցին առևտրական ցանցում, ինչը գնորդների և խանութի սեփականատերերի դժգոհությունը առաջ բերեց: Պետական սանիտարական ծառայությունն այս փաստով հետաքրքրվեց և հետազոտություն սկսեց, թե ինչպես է գործում խոտանված սուրճը սպառողների առողջության վրա: Մինչև հետազոտության արդյունքների հրապարակումը արտադրությունը դադարեցրեց աշխատանքը: Մենեջերները գտնում են, որ խունապի մատնվելու հիմք չկա և արտադրանքի որակի բարելավումը հնարավոր է, քանի որ ինչպես սարքերը, այնպես էլ ռեսուրսները միանգամայն նոր են: Այդ պատճառով լավագույն մասնագետների օգնությամբ հիմնախնդիրը կլուծվի:

«Պրինցեսան» մի քանի տարի առաջ սկսեց գործել մեկ ռեստորանից: Այն ժամանակ Վրաստանում նման սպասարկման առաջարկը նորություն էր: Թեև շատ հետևորդներ հայտնվեցին, շուկայում նրա տեղը հաստատված է, հաջողության պատճառը մենեջերը համարում է խոհարարների լավագույն թիմը: Ռեստորանը հումքի որակի, ժամանակին մատակարարման և մատուցման հետ կապված հիմնախնդիրներ երբեք չի ունեցել:



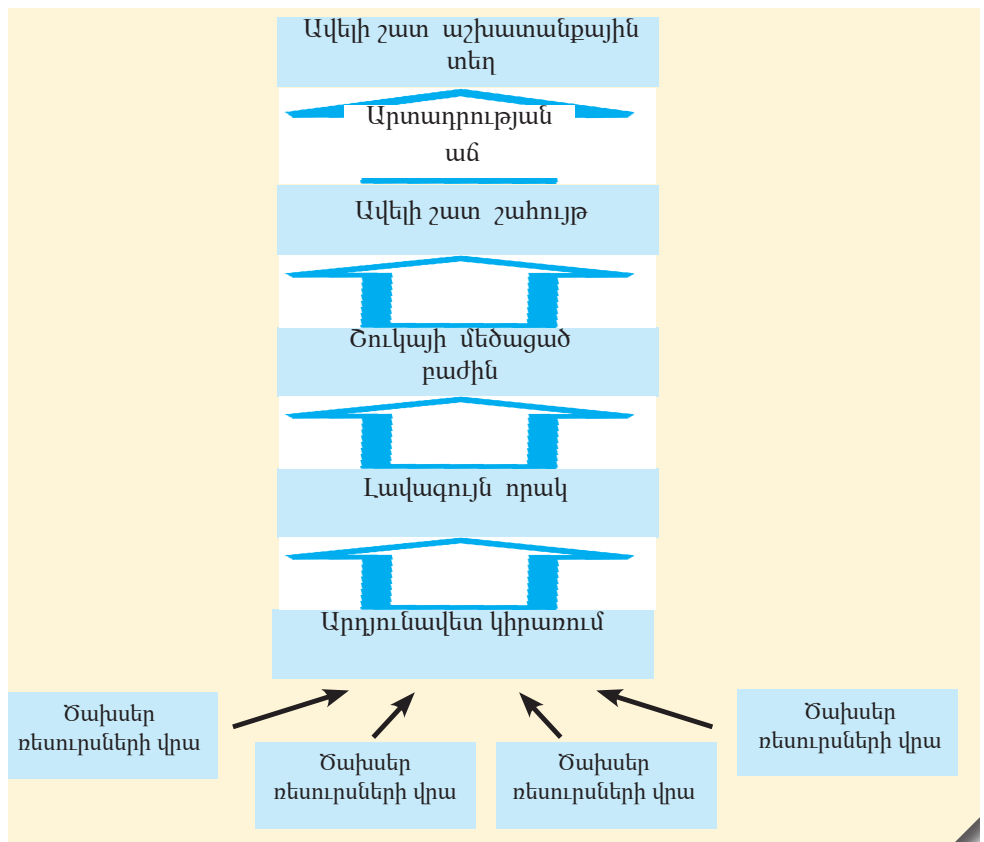
«Պրինցեսան» ցանցը ընդարձակում է պահանջարկի աճին զուգահեռաբար. ամեն տարի մայրաքաղաքում կամ Վրաստանի որևէ տարածաշրջանային կենտրոնում մեկ նոր օբյեկտ է բացվում: Վերլուծարանների կանխագուշակությամբ՝ 3-5 տարի հետո շուկայի մեծացման թափը 4-6 անգամ կկրճատվի, իսկ մրցակցության ինտենսիվությունը կպահպանվի կամ անը կշարունակի:

ԱՌԱՋԱԴՐԱՆՔ

Մխեմա 1-ի համաձայն մտածե՛ք և դրանում գրանցե՛ք որևէ կոնկրետ բիզնեսի (կամ արտադրանքի) զարգացման պատմությունը և հասարակական արդյունքները:

Սկսե՛ք անհրաժեշտ ռեսուրսների թվարկությամբ, բացատրե՛ք՝ ի՞նչ է ենթադրում դրանց արդյունավետ կիրառումը ձեր կոնկրետ բիզնեսում, խուսափե՛ք ընդհանուր արտահայտություններից:

Մխեմա 1



17. ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՇՈՒԿԱ

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Բաշխե՛ք ստորև տրված իրավիճակները և պատասխանե՛ք հարցերին.

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Պարոն Գիորգին գտնում է, որ շուկան կակաոյի միագույն արտադրանքով է հագեցած, այդ պատճառով նա կարող է պատեհ առիթից օգտվել և ռիսկային ձեռնարկում պլանավորել, շուկային տարբեր բույսերի սերմից պատրաստված նորարարական, կակաո պարունակող արտադրանքներ առաջարկել: Դրանց արտադրությունը Գիորգին սկսեց մեկ ամիս առաջ: Փորձարկվող արտադրանքը շատ ավելի բուրավետ և համեղ ստացվեց, քան բնօրինակը: Սկսնակ ձեռնարկատերը որոշեց շուկան նվաճել:

- ▶ Իրատեսական համարո՞ւմ էք այս նպատակի իրականացումը:
- ▶ Ի՞նչն է յուրաքանչյուր ձեռնարկատիրոջ հաջողության գաղտնիքը:
- ▶ Օգնե՛ք պ-ն Գիորգիին գաղափարը դարձնել իրականություն: Այդ նպատակով խմբերում այնպիսի գործնական պլան պատրաստե՛ք, որի փուլային իրականացումից հետո պ-ն Գիորգին կկարողանա մրցակիցներին հաղթել:
- ▶ Կարո՞ղ է ձեռնարկատերը նախապես որոշել, թե որքանով է ապրանքի կամ սպասարկման իր կողմից առաջարկված որակը ապահովում արտադրանքի մրցունակությունը:
- ▶ Ինչպե՞ս պետք է գործի բիզնեսը շուկայում իր գոյությունը երկարաձգելու համար:
- ▶ Պլանի շնորհանդեսից հետո տվեք հանձնարարականներ (առնվազն 3 հանձնարարական) պ-ն Գիորգիին՝ ո՞ր դեպքում նրա համար ավելի հեշտ կլինի պարտության մատնել մրցակիցներին:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 2

Պատկերացրե՛ք, որ ձեր ընկերությունը (ընտրե՛ք անուն) վաճառում է աշակերտական պայուսակներ: Ուսումնական տարվա սկզբին բոլոր աշակերտները պայուսակ ձեռք բերեցին, իսկ ձեզ մոտ մեծ քանակությամբ իրացնելու ենթակա ապրանք մնաց:

- ▶ Մտածե՛ք՝ ձեր շրջանում պայուսակները վաճառելու նպատակով ի՞նչ միջոցների կդիմեիք:
- ▶ Ի՞նչն է շուկայում արտադրանքի երկարատև գոյությանը նպաստող գործոնը:
- ▶ Կազմե՛ք ընկերության գործունեության պլան և պատրաստե՛ք շնորհանդես:
- ▶ Հիշե՛ք, որ շնորհանդեսի համար խումբն ունի 5 րոպե:

17. ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՇՈՒԿԱ

Ֆիրմաները միմյանց հետ մրցակցում են շուկայում հաստատվելու համար: Շուկայում միմյանցից ավելի լավ ապրանքը այնքան ակտիվ մրցակցությունում է, որ սպառողը դժվարանում է ընտրություն կատարել:

Մրցակիցների հետ պայքարում հաղթանակ է ձեռք բերում այն ֆիրման, որն ունի.

- ▶ ցածր գներ,
- ▶ բարձրորակ արտադրանք,
- ▶ նորույթների արմատավորմանն ուղղված կողմնորոշում,
- ▶ արդյունավետ գովազդ:



Միայն այն ձեռնարկություններն ունեն ցածր գներ սահմանելու հնարավորություն, որոնք մրցակիցների համեմատությամբ էժան են ձեռք բերել ռեսուրսները և արտադրանքի արտադրությունը նրանց վրա նույնպես էժան է նստել: Այդ պատճառով արտադրական ռեսուրսները՝ որակյալ աշխատուժը, հումքի կամ մեքենաների էժան աղբյուրները, նոր տեխնոլոգիաները, ֆիրմաների միջև մրցակցության առարկա են: Շուկա դուրս բերված ապրանքի և ծառայության գները

մշտապես փոփոխվում են այն բանի համաձայն, թե որ ֆիրման ավելի շուտ կհայտնաբերի ռեսուրսների էժան աղբյուր:

Դեպի հաջողություն տանող ճանապարհին բիզնեսմեններին հարկ է լինում բազմաթիվ դիմադրություններ հաղթահարել: Հիմնախնդիրները հաղթահարելու համար փորձագետները նրանց այսպիսի խորհուրդ են տալիս.

Ժամանակին և ճշգրտորեն
պատասխանեք
սպառողի պահանջին

Կրճատե՛ք արտադրության
ծախսերը (ինքնարժեքը)

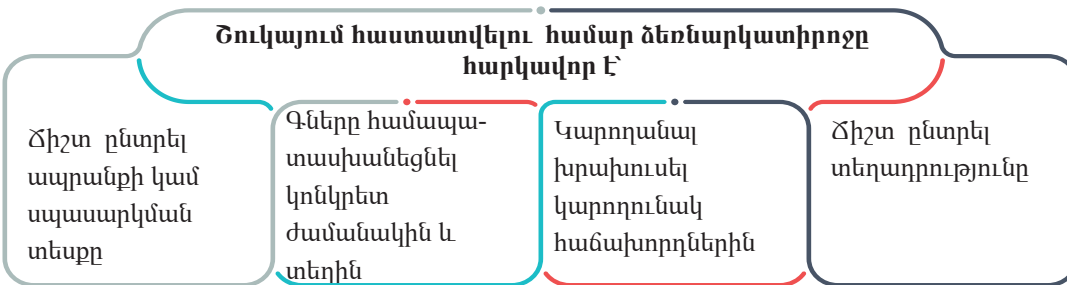
Բարելավե՛ք
արտադրանքի
որակը

Հոգացե՛ք արդյունավետ
գովազդի մասին

Հաջողություն



Սկսնակ բիզնեսմենը միշտ պետք է հիշի, որ հարստություն ստանում է նա, ով գիտի՝ ինչպես ձեռք բերել և այնուհետև ինչպես պահպանել սպառողի վստահությունը: Կայուն տնտեսական միջավայրում եթե ֆիրման պահպանում է սպառողի համակրանքը, շուկայում նրա գոյությանը վտանգ չի սպառնում:



Սպառողին ապրանքով և ծառայությամբ հետաքրքրելու, այսինքն՝ վաճառքի մատչելիության քաղաքականությունը ձեռնարկատերերը սպառողի **խրախուսման** քաղաքականություն են անվանում:

Թե որը որին է գերազանցում իրական շուկայում մրցակցող ընկերություններից, հաճախ որոշվում է նրանով, թե որքանով արդյունավետորեն են խրախուսում նրանք սպառողին: Սպառողին պահպանելու միջոցառումներում ձեռնարկությունների մեծամասնությունը մեծ գումարներ է ծախսում: Ժողովրդականության հասնելու համար նրանք կազմակերպում են բարեգործական գործողություններ՝ ակցիաներ, տարբեր մրցույթներում սահմանում են մրցանակներ, մասնակցում են հեռուստատեսային հաղորդումներին, ֆինանսավորում են փառատոներ, կարևոր պատվիրակություններին, ֆիլմեր, հեռուստա-ռադիոհաղորդումներ:



Խրախուսում – այն մեթոդների միասնությունը, որոնք ընկերությունները կիրառում են նպատակային շուկայի և լայն հասարակության հետ:

Վաճառքների խրախուսում (օժանդակում).

- ▶ սպառողին իրազեկել արտադրանքի մասին,
- ▶ սպառողին հավաստիացնել, որ այդ արտադրանքը նրա համար անփոխարինելի է,
- ▶ սպառողին իրազեկել ընկերության և արտադրանքի մասին:

Վաճառքի աջակցության բաղկացուցիչ հիմնական չափանիշներ.

- ▶ անձնական վաճառք,
- ▶ գովազդ,
- ▶ հասարակության հետ հարաբերություն:

Շուկայում մրցակցությունը հաճախ այնքան սուր է լինում, որ ֆիրմաների փոխհարձակումները իսկական պայքարի են նմանվում, տարբերությունն այն է, որ այդ փոխհակադրությունները լայն հասարակության համար շահավետ են: Դրանք սպառողի համար աննկատ են ընթանում: Հաճախ «հարձակման օրյեկտ» ֆիրման այնքան ուշ է հասկանում, թե ինչ հիմնախնդիրներ ստեղծեցին մրցակիցները, որ գործը շտկելը անհնար է դառնում: Առավել հաճախ նորաստեղծ ֆիրմաները չեն կարողանում դիմանալ մրցակցությանը և թողնում են շուկան:

Այն դեպքում, երբ ֆիրման դժվարանում է շուկա մուտք գործել, մրցակցությանը անկախորեն չի կարողանում դիմադրել, ցանկանում է արտադրանքի տեսականին ընդարձակել, դժվարանում է ֆինանսական խնդիրները հաղթահարել, ընկերության սեփականատերերը ստիպված են լինում այլ ֆիրմաների հետ միանալու որոշում ընդունել:



Հաճախակի դեպքերում մի ձեռնարկությունը գնում է մյուս ձեռնարկությունը՝ բիզնեսը ընդարձակելու նպատակով: Ձեռք բերված ֆիրման կա՛մ փլուզվում է, կա՛մ պահպանվում է որպես գնված ֆիրմայի բաղկացուցիչ մաս: Լինում են նաև այնպիսի դեպքեր, երբ մրցակից ֆիրմաները դրանք ձեռք են բերում վերացնելու նպատակով: Նշված գործընթացները ֆիրմաների **միաձուլում** են անվանում:

Ձեռնարկատերերը մշտապես ուսումնասիրում և վերլուծում են մրցակիցների ուժեղ և թույլ կողմերը, որպեսզի նրանց կողմից անսպասելի հարվածներից խուսափեն, իսկ իրենց հակառակորդի թույլ կետերի վրա հարձակմամբ նրանց պարտության մատնեն:

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Միաձուլման ո՞ր տեսակն է սա:

«Ֆիլիպ-Մորիս» ընկերությունը հայտնի է որպես աշխարհում ծխախոտի արտադրության հսկայական ֆիրմա, որը տասնյակ տարիների ընթացքում արտադրում է բարձրորակ ֆիլտրով՝ գտիչով ծխախոտ: Ընկերության առաջատար մենեջերները հաշվարկեցին, որ առաջիկա վեց-յոթ տարվա ընթացքում ԱՄՆ-ում ծխախոտի վրա պահանջը շեշտակի կկրճատվի, այդ պատճառով ընկերությունը գնեց «Գեներալ Ֆորդս» և «Քրաֆտ» երկու հսկայական կորպորացիաները և դրանք վերածեց սննդամթերքի հսկայական ձեռնարկության:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ինչպե՞ս մուտք գործենք շուկա:

Խմբավորվե՛ք հնգյակներով, ընտրե՛ք ձեզ համար հետաքրքիր բիզնեսը: Որոշե՛ք գործնական շուկան: Ձեր խնդիրն է հաստատվել այդ շուկայում: Դրա համար անհրաժեշտ կլինի մրցակիցների մասին տեղեկատվություն հավաքել: Պարզաբանե՛ք՝

- ▶ Ո՞ր ընկերություններն են իշխում այդ շուկայում:
- ▶ Ո՞ր թույլ և ուժեղ կողմերն ունեն մրցակիցների արտադրանքները և ծառայությունները:
- ▶ Որքանո՞վ արդյունավետ են սպառողի համար արտադրանքի առաջարկության ձևերը:
- ▶ Ի՞նչ թերություններ են մնում նրանց մոտ: Ո՞ր մասում ունեն այդ թերությունները՝ արտադրությունո՞ւմ, մատակարարմա՞ն մեջ, թե՛ այլ բանում:
- ▶ Մտածե՛ք՝ ինչպե՞ս կարող եք այդ թերությունները վերացնել:
- ▶ Պատրաստե՛ք շնորհանդես: Շնորհանդեսի համար յուրաքանչյուր խումբն ունի 5 րոպե:



ՍԱ ՀԵՏԱՔՐՔԻՐ Է

Հայտնի մրցակիցներ.

- ▶ Նոր շուկա մտած «Փուջի» ընկերությունը գլխավոր մրցակից «Կոդակ» ընկերության դեմ գրոհելու համար դիմեց գները զիջելու մարտավարությանը: Գրեթե միևնույն որակի լուսանկարչական թուղթը 10%-ով ցածր գնով էր վաճառում: «Կոդակը» հրաժարվեց գները իջեցնելուց, ինչը նրան հասցրեց շուկայի մեծ մասը կորցնելուն:
- ▶ «Մերսեդես» ֆիրման որոշեց որակյալ և թանկարժեք մեքենա «Կադիլակին» գրոհ հասցնել նրա ուժեղ կողմից: Սպառողին նա նոր հեղինակավոր ապրանք՝ ավելի որակյալ և ավելի թանկ մեքենաներ առաջարկեց, որով «Կադիլակ»-ից «խլեց» եվրոպական և ամերիկյան շուկայի նշանակալից մասը:
- ▶ Ատամի մածուկ արտադրող «Քոլգեյթ» ֆիրման սուր մրցակցությունը հաղթահարելու համար հետաքրքիր մարտավարություն մշակեց. ինտենսիվ գովազդների վրա ճյուղի լիդերից՝ «Կրեստից» կրկնակի անգամ ավելի ծախսեց և սպառողին համեմատաբար ցածր որակի ապրանքը էժան գնով առաջարկեց: Քանի որ սպառողների բավականին մեծ թվաքանակի համար ցածր գինը կարևոր էր, «Քոլգեյթը» շուկայում արագորեն տեղ հաստատեց, իսկ հետո սկսեց որակը բարելավել, թեև չնվազեցրեց գովազդների ինտենսիվությունը: Ի պատասխան՝ «Կրեստը» նույնպես մեծացրեց գովազդին հատկացված գումարները, հնարավորության սահմաններում նվազեցրեց գները, բայց չկարողացավ հավասարվել մրցակցի գովազդային ինտենսիվությանը և ոչ էլ կարողացավ կորցրած սպառողին վերադարձնել: Այդ պատճառով դադարեցրեց գովազդներում մեծ գումարներ ծախսելը և մինչև օրս միայն նվիրված, նրա արտադրանքի բարձր որակում համոզված սպառողների համար է աշխատում:
- ▶ Շահույթի վրա կողմնորոշված բիզնեսմենները էթիկայի սկզբունքները չեն մոռանում: Օրինակ, 1982 թվականին Միացյալ Նահանգների քաղաք Չիկագոյում դեղատներում ձեռք բերված ցավազրկող «Տայլենոլ» դեղամիջոցը ընդունելու հետևանքով մի քանի մարդ վախճանվեց: Այդ պատրաստուկը թողարկում էր «Ջոնսոն Էնդ Ջոնսոն» բժշկական տրանսագգային ընկերությունը:

Հետաքննությունը բացահայտեց, որ դեղամիջոցը թունավորել էին դիտավորյալ և ցույց տվեց, որ գործ ունի մեդադրյալի կողմից արտադրանքը փչացնելու մեկուսացված դեպքի հետ և «Ջոնսոն Էնդ Ջոնսոնը» ոչ մի բանում մեղավոր չճանաչվեց և ոչ էլ պատասխանատվության ենթարկվեց: Չնայած դրան,

«Ջոնսոն Էնդ Ջոնսոն» ընկերությունը վաճառքի ցանցից հանեց այդ արտադրանքը, ինչը նստեց 100 միլիոն ԱՄՆ դոլար, թեև իրավապահ մարմինները ընկերությունից դա չէին պահանջել:

Արտադրանքը հանելուց հետո «Ջոնսոն Էնդ Ջոնսոն»-ի շահույթը կրճատվեց, դրա մեծ մասը կլանեցին նաև արտադրանքը վաճառքից մեծ մասշտաբով հանելու և վերացնելու ծախսերը:

Լրատվամիջոցները ամեն օր տարածում էին լրատվություն այն մասին, որ սպառողը երբեք ձեռք չի բերի այս արտադրանքը և ընկերությանը սպառնում է աշխատանքը դադարեցնելու վտանգ: Բայց կանխագուշակումը չարդարացավ. բնակչության հավանությանն արժանացավ պատասխանատվության զգացումով թելադրված ընկերության վարքը: Այն պատճառով, որ ընկերությունը հաճախորդների շահերը սեփական շահույթից բարձր դասեց, սպառողները կրկին սկսեցին գնել արտադրանքը, ինչը «Տայլենդ»-ին կարճ ժամանակամիջոցում ցավազրկող դեղերի առավել մրցակցային շուկայում առաջատար դիրքերի վրա վերադառնալու հնարավորություն տվեց:

ԱՇԽԱՏՆՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- Ստեղծե՛ք խմբեր և, նկատի ունենալով շուկայում մրցակցության ասպեկտները, մշակե՛ք չափանիշներ, որոնք դուք անպայման հաշվի կառնե՛ք մրցակցությանը դիմակայող բիզնես պլանավորելիս:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Մրցակցության պահպանում <https://bit.ly/3HQKsL1>
- ▶ Մենաշնորհի ազատ շուկայի պայմաններում <https://bit.ly/3kTo2Qk>



18. ԲԻԶՆԵՍԻ ՊԼԱՆԱՎՈՐՈՒՄ

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- Ծանոթացե՛ք ստորև տրված իրավիճակին և պատասխանե՛ք հարցերին.
- ▶ Ո՞ր հիմնական փուլերը կարելի է առանձնացնել գործարար կազմակերպության ձևավորման գործընթացում:
- ▶ Ի՞նչ է բիզնեսի պլանը և ինչո՞ւ է այն անհրաժեշտ նոր բիզնեսի գոյության համար:
- ▶ Ո՞ւմ և ի՞նչ նպատակով է հարկավոր բիզնեսի պլանում ներկայացված տեղեկատվությունը:
- ▶ Մտածե՛ք չորս հարց, որոնք ֆիրմային կօգնեն ինքնաբերությամբ հարցում:
- ▶ Ընտրե՛ք արտադրության որևէ ձև և սահմանե՛ք մեկ ամսվա հավանական ծախսերը:
- ▶ Ո՞ր հարցերի պատասխանը պետք է գիտենաք, որպեսզի մեկ ամսվա բյուջեն ճիշտ որոշեք:
- ▶ Կարելի՞ է, արդյոք, նախապես որոշել բիզնեսի հաջողությունը, եթե չունենաք տեղեկատվություն հավանական եկամուտների մասին:
- ▶ Կոնկրետ ձեռնարկատիրական գործունեության քննարկման հիման վրա թվարկե՛ք շահույթի մեծացման և ծախսերի կրճատման գործոնները:
- ▶ Ինչպիսի՞ն է ձեռնարկատիրոջ դերը երկրի տնտեսական և սոցիալական զարգացման մեջ:
- ▶ Ձեռնարկատերը, արդյոք, պատասխանատո՞ւ է այն մարդկանց ճակատագրի համար, որոնց աշխատեցնում է: Պատասխանը հիմնավորե՛ք:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Երկու ընկերուհիներ Նանոն և Մեգին ունեն բիզնես գաղափար՝ հիմնել երկրորդային ռեսուրսներով թողարկված հագուստի ձեռնարկություն իր խանութով: Նրանք հույս ունեն, որ սկզբում գործը իրենք կկատարեն, իսկ հաջողության դեպքում ձեռնարկությունը կընդարձակեն և լրացուցիչ անձնակազմ կվարձակալեն:

Սկզբնական գումարն ունեն, բայց ոչ բավականաչափ, դրամաշնորհի հույս ունեին, բայց բիզնես պլանը հավանության չարժանացավ ոչ լիարժեք լինելու և կարևոր հարցերի մասին ոչինչ չասելու պատճառով:

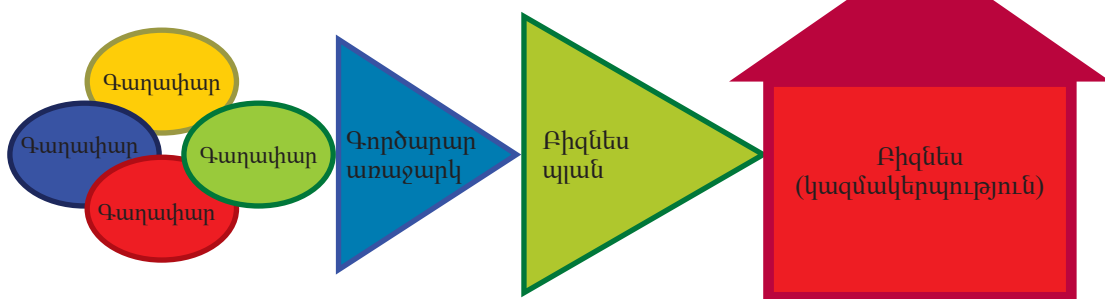
Բիզնեսի պլանավորում

Բիզնես սկսել ցանկացողները հաճախ մեծ երազանքներ ունեն. սեփական գաղափարը նրանց հազվագյուտ է թվում, միանգամից ուզում են շատին հասնել և շատ գումար են ցանկանում: Ամեն ինչ ավարտվում է նրանով, որ նրանք դնում են նպատակներ, որոնց անկարող են հասնել կամ ընդհանրապես անհնար է դրանց հասնել:

Ձեռնարկատիրության ունակությունը ոչ միայն մատչելի հնարավորությունը ժամանակին տեսնելն է, այլև դրան ուղղված, ժամանակին և ճիշտ արձագանքելը:

Բիզնես սկսելու համար միայն շահավետ գաղափարը բավական չէ: Գործունեություն սկսելու համար բազմաթիվ տեղեկատվություն, հումք, կապիտալ, աշխատանք, ժամանակ է հարկավոր: Մինչև բիզնես սկսելը անհրաժեշտ է գործողությունները բաշխել, հաջորդականությունը որոշել և կատարման մեթոդները մշակել: Ճիշտ սա է **բիզնեսի պլանը՝ ինչ է արվելու, ինչպես պետք է արվի և երբ, որ սպառողի համար պետք է ստեղծվի արտադրանքը**: Եթե այս ամենը նախապես չի որոշվի, կարող եք շատ ծախսեր կատարել, բայց արդյունքը ցավալի լինի: Ձեռնարկատերը միայն այն ժամանակ կարող է բիզնես կազմակերպելու մասին մտածել, եթե նախապես, պլանի համաձայն կատարված ֆինանսական հաշվարկները տալիս են շահույթի երաշխիքներ: **Գաղափարից մինչև բիզնեսի կազմակերպում տանող ճանապարհը անցնում է բիզնես պլանով**: Այդ ճանապարհը հաջողությամբ անցնելու դեպքում գաղափարը վեր է ածվում գործարար առաջարկության, հսկառակ դեպքում այն կմնա որպես երազանք:

Գործարար կազմակերպության ձևավորումը ի սրտե պլանավորման



վրա է կատարվում: Պլանավորումը ընկերությանը հնարավորություն է տալիս սեփական նպատակները գործողությունների վերածել կամ հեղինակին գաղափարի ոչ իրատեսական լինելը ցույց տալ:

Բիզնես-պլանը ֆիրմայի հաջողության հասնելու ծրագիրն է: Պլանավորումը ձեռնարկատիրոջն օգնում է գործողությունների այլընտրական ուղիները և յուրաքանչյուր այլընտրանքի ծախսերը և շահունաբերությունը մանրամասնորեն ըմբռնելու մեջ:

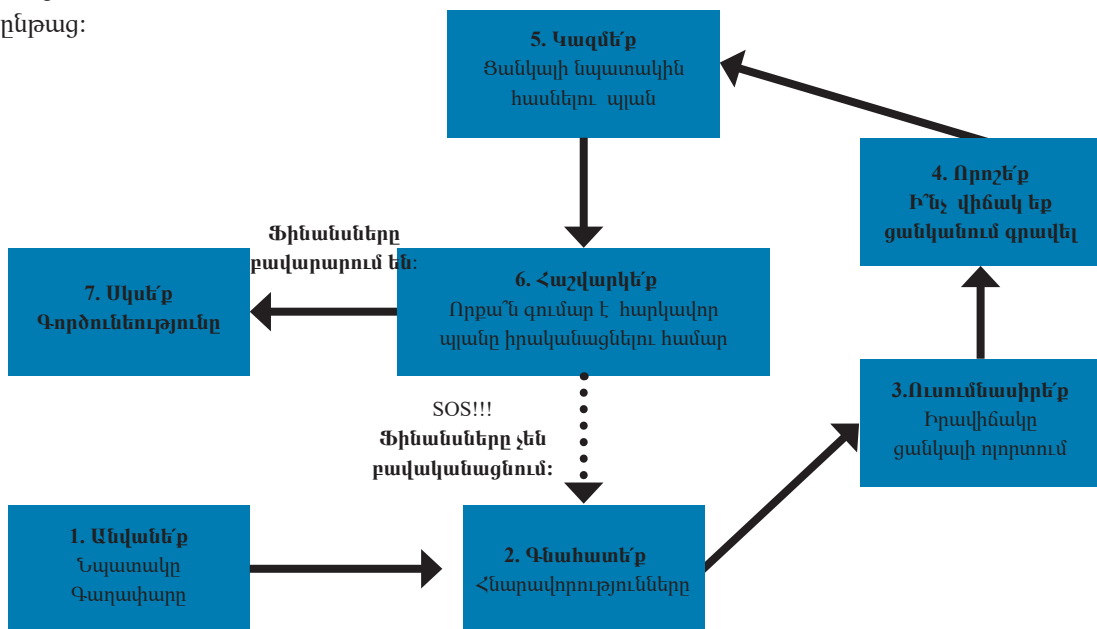


Մարկետինգ

- ապրանքի և ծառայության հայեցակարգի, գների ձևավորման, սպառողի խրախուսման, արտադրանքի տարածման պլանավորման և կատարման գործընթաց:

Հետաքրքիր ու հիմնավորված բիզնես պլանի հիման վրա ներդրողից կամ բանկից ավելի հեշտ է վարկ ստանալ:

Պլանը պետք է ներառնի արտադրության անվանված նպատակները կարճատև և երկարատև ժամանակաշրջանի համար, այն արտադրանքի կամ ծառայության նկարագրությունը, որը առաջարկում է սպառողին, հիմնական գործունեությունը և դա վարելու սկզբունքները, մարկետինգային կողմը, շուկայական հնարավորությունները և հավանական մրցակցության պայմաններում նպատակներին հասնելու համար անհրաժեշտ ռեսուրսների և միջոցների նկարագրությունը:



Բիզնեսի պլան գրելը բիզնես սկսելու առաջին և ամենակարևոր փուլն է: Պլանը կատարում է երեք հիմնական գործառնություն:

1. Բիզնես վարելու համար ուղեցույցն է:

Օգնում է գործողությունները հաջորդականությամբ և արդյունավետորեն վարելու գործում:

2. Գնահատման միջոց է:

Ձեռնարկատիրոջը հնարավորություն է տալիս որոշակի ժամանակաշրջանի ընթացքում գնահատել գործունեությունից ստացած փաստացի արդյունքները:

3. Դրամական միջոցների գրավության լավագույն միջոց է:

Ներդրողի կամ բանկի վարկը միայն հետաքրքիր և հիմնավորված բիզնես-պլանի հիման վրա է տրվում:

Խաղանք «Տնօրենների խորհրդի նիստ»

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

(Կազմե՛ք չորս-հինգ հոգուց բաղկացած խմբեր)

Յուրաքանչյուր խմբին հանձնարարվում է ստեղծել ընկերություն. տալ անուն, մտածել ընկերության գործունեության ոլորտը և հիմնական արտադրանքը:

Դուք ներկայացնում եք նորաստեղծ ընկերության տնօրենների խորհուրդը: **Առաջին նիստի նպատակը ընկերության ապագա գործունեության պլանավորումն է:** Յուրաքանչյուր խմբին քարտերի մեկական հավաքածու է ընկնում: Քարտերի վրա այն հարցերն են գրված, որոնց պատասխանելը բիզնես սկսելու համար պարտադիր է:

Առաջադրանք. Քարտերը թղթի վրա որոշակի կատեգորիաներով տեսակավորեք, խմբավորեք և ամեն մի կատեգորիային վերնագիր տվեք: Քարտերը թերթի վրա այն հերթականությամբ համարակալեք, որի համաձայն այդ հարցերը ձեր բիզնես-գաղափարի իրականացման ժամանակ պետք է վճռվեն: Քարտի վրա այն հարցերն են տրված, որոնք կհայտնվեն ցանկացած գործունեության պլանավորման և իրականացման ժամանակ: Համարակալված քարտերը հերթականության համաձայն փակցրե՛ք գրատախտակի վրա: Յուրաքանչյուր ընկերություն իր կողմից ընտրված գործողությունների հաջորդականության տրամաբանությունը պետք է հիմնավորի:

Նախագգուշացում. Խումբը պարտավոր է բոլոր քարտերը օգտագործել:

Տնօրենների խորհրդի աշխատանքի ժամանակը 20 րոպե է, շնորհանդեսինը՝ 5 րոպե:

Այնուհետև ընտրե՛ք փորձագետների խորհուրդ, որը օբյեկտիվորեն կգնահատի ներկայացված բիզնես-պլանների (քարտերի հերթականության) արդարացիությունը: Իսկ փորձագետների գնահատման ճշգրտությունը ստուգել արդեն կարող են «ընկերությունները» ստորև տրված սխեմայի համաձայն:

- ▶ Ինչպե՞ս կլինեն նախատեսված մեր գործունեությունում կայուն զարգացման սկզբունքները:
- ▶ Որքանո՞վ վերաշրջանառու կլինի արտադրանքի փաթեթավորումը:
- ▶ Ինչպե՞ս կլինի նախատեսված թափոնները նվազագույնի հասցնելը և անվտանգությունը միջավայրի համար:

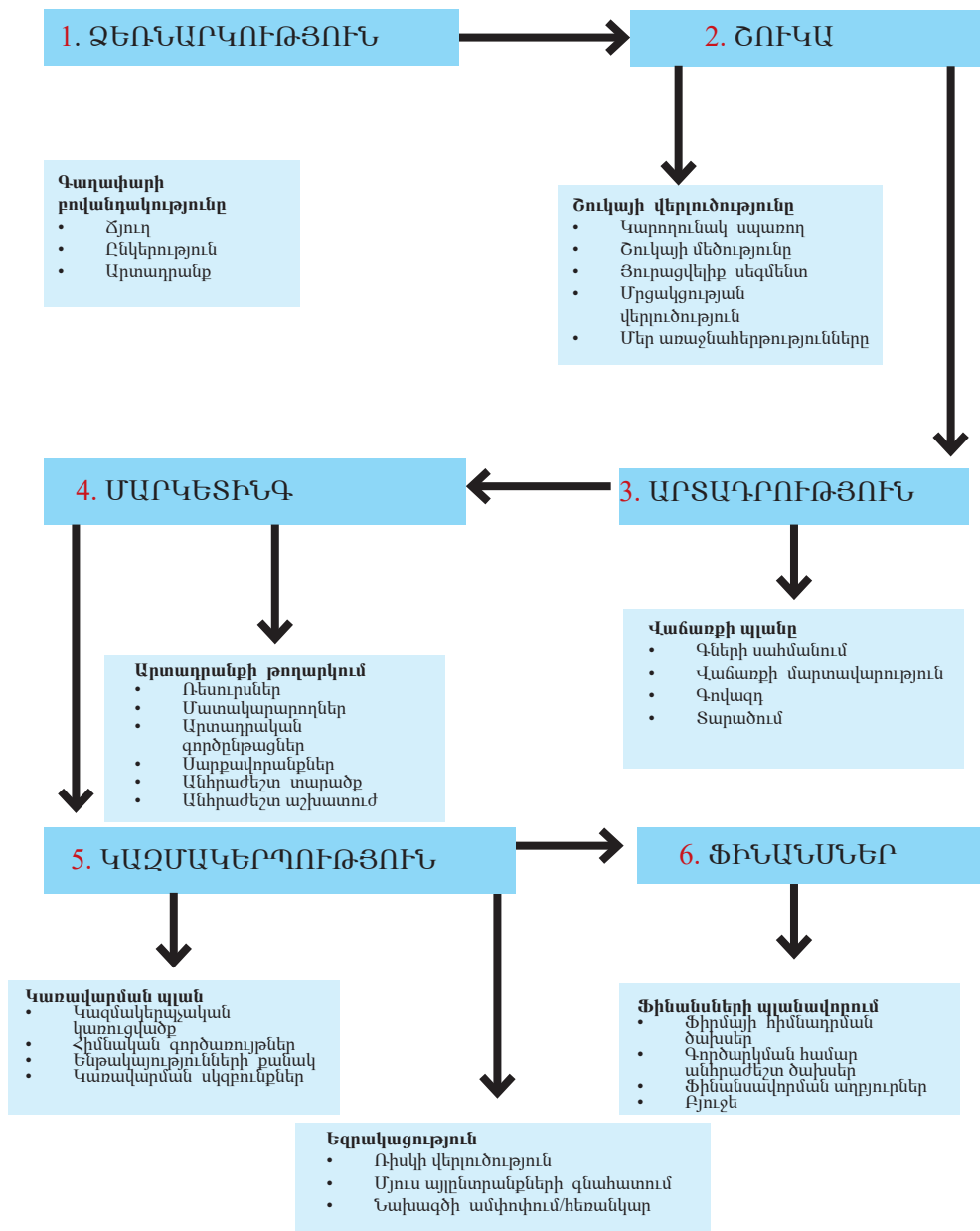


Քարտեր

Ո՞ր աշխատանքներն են անապայման կատարվելու:	Ո՞ր բիզնեսում (ոլորտում) ենք գործում:	Ձեռք բերե՞նք, թե՞ ոչ մեքենա:	Ինչպիսի՞ վարկանիշ ենք ցանկանում ստեղծել:
Ի՞նչ է ներկայացնում մեր արտադրանքը, ծառայությունը:	Ո՞ր սարքերը կպահանջվեն:	Ովքե՞ր են մեր հաճախորդները:	Ի՞նչ գումար է հարկավոր:
Որտե՞ղ է գերադասելի գովազդ տեղադրելը:	Ի՞նչ է ներկայացնում մեր շուկան:	Ո՞րն է իրացման գլխավոր շրջանը:	Ո՞ր մարկետինգային պահանջներն ունենք:
Ձեռնարկության կազմակերպման ի՞նչ այլընտրանքներ ունենք:	Ի՞նչ ամուր և թույլ կողմեր ունեն մեր մրցակիցները:	Ինչպիսի՞ գներ են հաստատել մրցակիցները:	Ի՞նչ կոնկրետ առավելություն ենք ընտրել շուկայում:
Քանի՞ աշխատող է պահանջվում:	Ի՞նչ մեծության տարածք է հարկավոր:	Ի՞նչ և քանի՞ սարքավորանք է հարկավոր:	Ովքե՞ր են մեր մրցակիցները:
Ի՞նչ ֆինանսական կապիտալ ունենք ներկայումս:	Ի՞նչ ֆինանսական ռեսուրսներ կունենանք հաջորդ վեց ամիսների ընթացքում:	Ինչպիսի՞ն կլինի ընկերության շահույթը մեկ տարուց հետո:	Ո՞ր բանկի վարկային պայմաններն են ավելի լավը:
Ի՞նչ փորձ ունենք:	Ինչպե՞ս հասնենք հաջողության:	Ինչպիսի՞ն կլինի գովազդի ինտենսիվությունը:	Պարզենք, որ օրենքների վավերականության տարածքում ենք:
Ինչպիսի՞ն է արտադրանք ստանալու տեխնոլոգիան:	Կառավարման ինչպիսի՞ համակարգը կլինի արդյունավետ:	Ի՞նչ ռիսկերի հետ գործ կունենանք: Ինչպե՞ս ապահովագրենք մեզ:	Ինչպե՞ս կատարենք արտադրանքի իրացումը:

Բիզնեսի պլանը կարևոր փաստաթուղթ է, այդ պատճառով այն տպագիր տեսքով է պատրաստվում:

- ▶ Բիզնես պլանի շապիկի առաջին էջը **տիտղոսաթերթ** է կոչվում, դրա վրա գրվում են ընկերության անունը և հասցեն: Հաջորդ էջի վրա տեղադրվում են **ընկերության, սեփականատերերի մասին տվյալները, բիզնեսի պլանի ամբողջական արժողությունը, փայամասերի բաշխումը**:
- ▶ Հաջորդ էջը **բիզնես-պլանի բովանդակությունը, այսինքն՝ ցանկն է**: Միայն դրանից հետո ազդեցվում է ինքը՝ պլանը:
- ▶ Բիզնեսի պլանը անպայմանորեն պետք է ներառի մեկ տարվա **բյուջեն – ամենամսյա ենթադրական ֆինանսական ծախսերի և եկամուտների պլանը**, որը առաջին տասներկու ամիսների համաձայն պետք է լինի մանրամասն գրված:
- ▶ **Ամենամսյա բյուջեի ծախսային մասը նախատեսում է բոլոր հավանական ծախսերը, այդ թվում՝ հետևյալ ծախսերը**. գովազդի արժողություն, փաթեթավորում, աշխատավարձեր, այլ ծախսեր, չնախատեսված ծախսեր:



ՀԻՇԵՔ

Դպրոցն ավարտելուց հետո, երբ իրական բիզնես ձեռնարկելու որոշում կրնդունեք, մի՛ մոռացեք, որ ցանկացած գաղափարի իրականացումը կապված է մեծ ռիսկերի հետ: Հիշե՛ք այստեղ տրված խորհուրդները:

- ▶ **Զգուշությամբ մոտեցե՛ք բիզնես նպատակների մշակմանը, առաջին հերթին շուկայում սեփական տեղը սահմանեք,** ուշադրությունն այն ոլորտի վրա կենտրոնացրեք, որտեղ առանձնապես ուժեղ եք և որտեղ ուրիշները, անգամ խոշոր կորպորատիվները մրցակցություն չեն կարող ցուցաբերել:
- ▶ **Կատարե՛ք միայն այն, ինչը բոլորից ավելի լավ է ստացվում ձեզ մոտ,** լավ մտածեք, մինչև կորոշեք լայն ասպարեզ դուրս գալ: Քանի որ միանգամից ամեն ինչ անել այնուամենայնիվ չեք կարողանա, կողմնորոշումը վերցրեք այն բանի կատարման վրա, ինչը ձեզ մոտ բոլորից լավ է ստացվում, բիզնեսը սկսեք այն ոլորտում, որը ավելի լավ գիտեք:
- ▶ **Կոնկրետացրե՛ք ձեր նպատակները:** Մասշտաբային և մի քանի տարվա վրա հաշվարկված պլանները կսահմանեն միայն ընդհանուր ուղղությունը: Գերադասելի է կոնկրետ, մեկամյա նպատակներ առաջադրեք, գործողությունները մանրամասնորեն մշակեք և ամեն ամիս վերահսկեք դրանց կատարումը: Այդպես մշտապես կգիտենաք՝ ինչ վիճակում է գտնվում ձեր բիզնեսը, ինչպես են ընթանում գործերը:
- ▶ **Քննադատորեն մոտեցե՛ք գաղափարին,** եթե բիզնեսի պլանավորման գործընթացում շուկայի հետազոտությունը ցույց տվեց, որ գաղափարը պիտանի չէ, ձեր սիրտը կկոտրվի, բայց հանգստացեք, դրանով ապագայում բազմաթիվ հիմնախնդիրներից սկզբից և եթե կխուսափեք:

ՍԱ ՀԵՏԱՔՐՔԻՐ Է

Մինչև XX դարի 80-ական թվականները համակարգիչը այնպիսի մեծ չափսի էր, որ զբաղեցնում էր ամբողջ սենյակը և այն ձեռք բերել կարող էին միայն ֆինանսապես ուժեղ կազմակերպությունները: 1976 թվականին Ստիվեն Ջոբսի մոտ ծագեց համարձակ բիզնես-գաղափար, որոշեց համակարգիչը հեշտությամբ օգտագործվող, էժան և ընտանեկան պայմաններում կիրառելի, բոլորի համար անհրաժեշտ գործիքակազմի վերածել: Նա էլեկտրիկ Ստիվեն Վոզնյակի հետ միասին հիմնեց «Էփլ Քոմփյուտեր» ընկերությունը և սկսեց այնպիսի գաղափար իրականացնել, որը այն ժամանակ հրաշքին համարվեք էր համարվում: Ջոբսը անխոնջ աշխատանքի համար պատրաստ էր և հաջողության էլ հասավ:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Ինչպե՞ս կազմենք բիզնես պլան <https://bit.ly/3S0kiJu>
- ▶ 10 հաջողակ բիզնես, որոնք սկսվեցին փոքր ավտոտնակում <https://bit.ly/3XqOrT9>
- ▶ Ջեզ հարկավոր է բիզնես պլան վարկ վերցնելու համար <https://bit.ly/3HSWRwU>
- ▶ Ի՞նչ է բիզնես պլանը, և ի՞նչ տեղեկատվություն պետք է ներառնի փաստաթուղթը <https://bit.ly/3DXFWbd>
- ▶ Այն, ինչը դպրոցում չեն սովորեցնում. ինչո՞ւ են հարկավոր հարուստ մարդիկ <https://bit.ly/3YhuT4Z>
- ▶ Միլիոնդոլարանոց գաղափարներ <https://bit.ly/3jVevIv>
- ▶ Ինչպե՞ս սկսենք բիզնես: Այն ամենը, ինչը պետք է գիտենաք <https://bit.ly/3XqEBAR>
- ▶ Ինչպե՞ս գրենք բիզնես պլան <https://bit.ly/40MMKSV>
- ▶ Ի՞նչ է HACCP <https://bit.ly/3IkhraM>



19. ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐԵՆՔ ՇՈՒԿԱՆ

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Ինչպե՞ս եք հասկանում շուկայի հետազոտությունը:
- ▶ Ի՞նչ տեղեկատվության պետք է տիրապետի ձեռնարկատերը, որպեսզի իրավունք ունենա համարձակորեն հայտարարել. «Ես այս շուկան ճանաչում եմ»:
- ▶ Ինչո՞ւ հաջողակ սրճարանը չի դադարեցնում նորություններ առաջարկել և հավելյալ ծախսեր անել, եթե գիտի, որ այդ նորությունները մրցակիցները շատ արագ կընդօրինակեն:
- ▶ Ինչպե՞ս են կարողանում նորարարական ընկերությունները այնպիսի նորություններ մտածել և առաջարկել, որոնք արժանանում են սպառողի հավանությանը:
- ▶ Ինչո՞ւ բոլոր ընկերությունները չեն ձգտում անձամբ լինել նորությո՞ւնի մեկնարկողներ:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Թբիլիսիում բազմաթիվ սրճարաններ են, որոնք իրար նման ճաշացուցակ և գներ ունեն: Նրանք միմյանց հետ մրցակցում են տեղադրության, հարմարավետության, սպասարկման և գովազդների միջոցով: Որքան ավելի շատ սպառողներ կգրավեն, այնքան ավելի մեծ շուկայական բաժնի կտիրապետեն:

Հաճախ տեղի է ունենում այն, որ մի սրճարանի կողմից մտցված նորությո՞ւնը՝ սպասարկումը, արտադրանքը, ինտերիերի դետալները, շատ արագորեն տարածվում են նաև այլ սրճարաններում: Իսկ նորությունը ներդնելը ստիպում է լիդերության պահպանման համար կրկին և կրկին հետաքրքիր առաջարկություններ մտածել:

Շուկայում դիրքերն այն ընկերությունն է ամրապնդում, որը սպառողների պահանջներին արագորեն է արձագանքում, նորությունը է առաջարկում նրանց: Այդ պատճառով բիզնեսի պլանավորման և զարգացման համար մեծ նշանակություն ունի սպառողի պահանջի ուսումնասիրումը: Մինչև բիզնեսի պլանը մշակելը նպատակահարմար է որոշ հարցերի նախնական ուսումնասիրությունը.

- ▶ Ցանկանո՞ւմ է, արդյոք, ժողովուրդը ձեռք բերել առաջարկված ապրանքը կամ սպասարկումը:
- ▶ Կոնկրետ ո՞վ կլինի սպառող. տարիքային և սեռական կազմը, մասնագիտությունը, կրթության մակարդակը, ճաշակը, եկամուտները, գերակայությունները:
- ▶ Ինչպիսի՞ մրցակիցներ ունենք:
- ▶ Ինչպիսի՞ շինություններ և սարքավորանքներ են հարկավոր:
- ▶ Որքան դրամ (կապիտալ) է հարկավոր շինություններ, սարքավորանքներ ձեռք բերելու համար:

- ▶ Որտե՞ղ կարելի է էժան գնով սարքավորանքներ կամ ռեսուրսներ ձեռք բերել: Որտե՞ղ են դրանք ձեռք բերում մրցակիցները:
- ▶ Ինչո՞ւ է սպառողի հավանությանն արժանանում մրցակիցների արտադրանքը: Ի՞նչը չեն հավանում: Ինչպիսի՞ գներ ունեն մրցակիցները և այլն:

ԱՇԽԱՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Անվանե՛ք բիզնեսի այնպիսի ոլորտ, որտեղ ցանկություն կունենայիք գործարարություն սկսել որպես անհատ ձեռնարկատեր, և որին մեծ ֆինանսավորում անհրաժեշտ չէ: Գաղափարներից ընտրե՛ք երեքը, որոնք բոլորից լավ գիտեք: Բաժանվե՛ք 3 խմբի: Յուրաքանչյուր խումբը պետք է հետազոտի մեկական շուկա:

Սահմանե՛ք բիզնեսին բնութագրական բոլոր նշանները.

- ▶ ճյուղում գործող ձեռնարկությունների քանակը,
- ▶ ապրանքի տեսակները,
- ▶ ճյուղ մտնելու պարզությունը, մրցակիցները,
- ▶ ինչպիսի՞ միջավայրում պետք է գործեք,
- ▶ ծախսերի մակարդակը,
- ▶ ապրանքի (սպասարկման) գինը,
- ▶ շուկայում հաստատվելու մարտավարությունը,
- ▶ հիմնադրվելուց սկսած ի՞նչ ժամանակում կհասնեք հաջողության,
- ▶ բիզնես ձեռնարկելու հավանական բյուջեն:

Պատրաստե՛ք փաստարկների շնորհանդես.

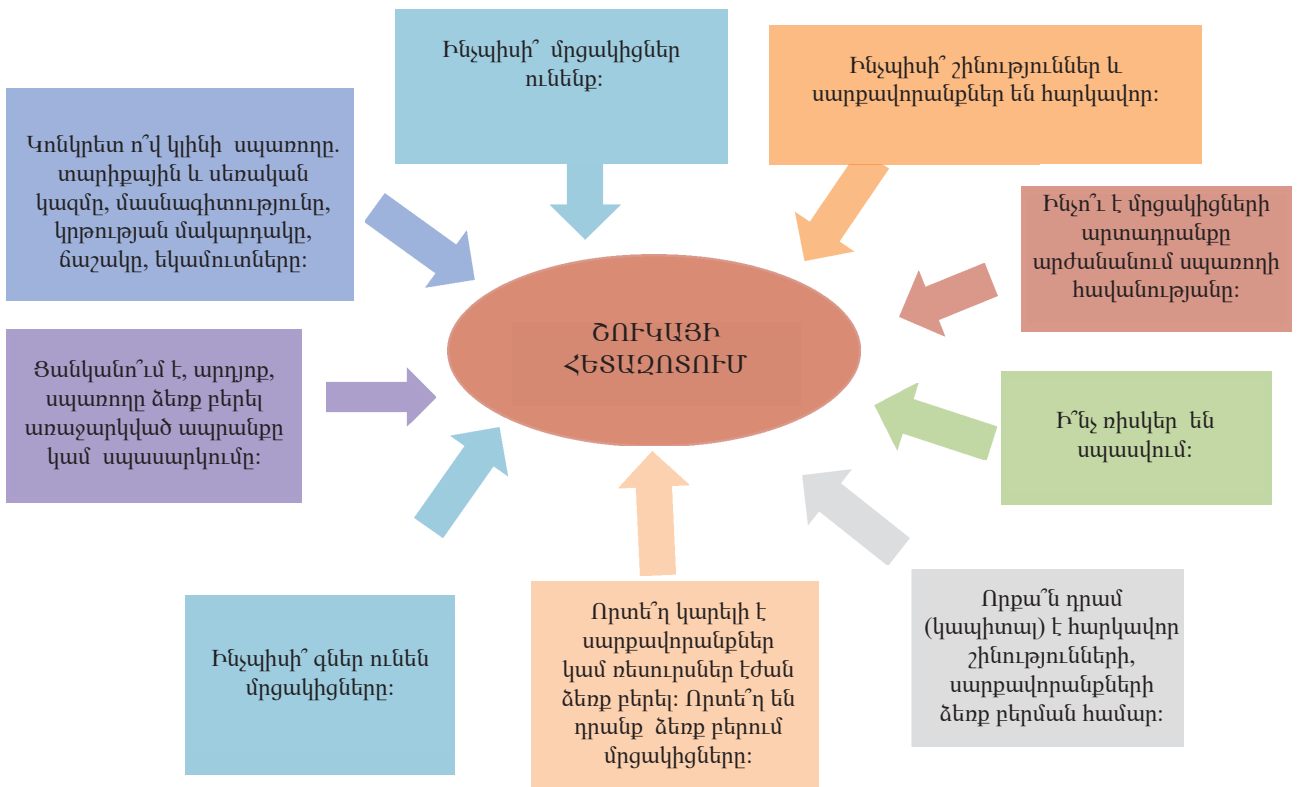
ա) Ինչո՞ւ է շահավետ այդ գործունեությունը սկսելը:

բ) Ինչո՞ւ չարժի այդ գործունեությունը սկսել:

Դասարանում բաց քվեարկությամբ բացահայտե՛ք բիզնեսի ներկայացրած տեսակներից ո՞րը սկսելն է ավելի շահավետ:

Երևի գլխի ընկաք, որ այդ վարժությունում ընդունած եզրակացությունը մակերեսային է, կարող է այն իրականությունից շատ հեռու լինել, քանզի դուք իրական հետազոտություն չեք անցկացրել, եզրակացություններ կատարեցիք միայն կռահելու, ինտուիցիայի՝ ներըմբռնման և փորձի վրա հենվելով:

Բիզնեսի պլանավորման և զարգացման համար նպատակահարմար է որոշ հարցերի նախնական ուսումնասիրությունը կամ հետազոտության անցկացումը:



Ճիշտ այս և նման հարցերի պատասխանների որոնումն է ներկայացնում **շուկայի հետազոտություն**:

Շուկայի հետազոտությունը ենթադրում է նոր տեղեկատվության հայտնաբերում և վերլուծություն:

Ինչպես գիտեք, ֆիրմաների խթանը շահույթ ստանալն է, ինչը կարելի է միայն այն ապրանքի և ծառայության արտադրությամբ, որի վրա պահանջարկը բարձր է: Ապրանք և սպասարկում արտադրելու համար ֆիրմաները պետք է ռեսուրսներ գտնեն: Իսկ ռեսուրսները (ինչպես մարդկային, այնպես էլ նյութական) շատ թանկ են, այդ պատճառով ձեռնարկությունների սեփականատերերը ձգտում են առավելագույնս կրճատել կորուստները, գնահատել բոլոր այլընտրանքները և որքան կարելի է արդյունավետորեն կիրառել առկա ռեսուրսները: Այլընտրանքների գնահատումը տեղի է ունենում հետազոտության միջոցով ստացած տվյալների հիման վրա:

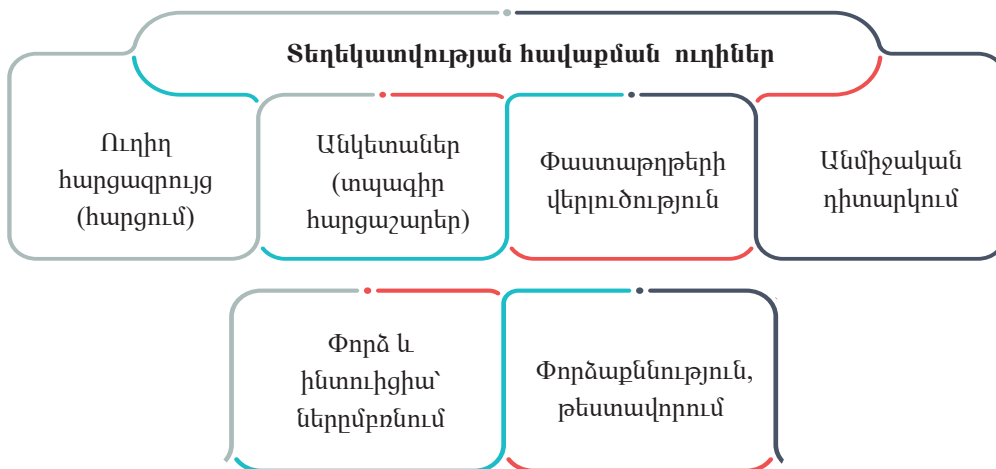
Պլանավորված շահույթը ստանալու համար անհրաժեշտ է հետազոտություն անցկացնել:

Ձեռնարկատերը նախ և առաջ շուկան պետք է ուսումնասիրի, այնուհետև մտածի՝ ինչպես մրցակիցներից «հափշտակել, խլել» սպառողներին:

Հետազոտության արդյունքում շուկայի տեսադաշտը ընդարձակվում է: Խորանում է գիտելիքը սպառողի, նրա ցանկությունների, եկամուտների, վնարման ունակության մասին:

Լավ անցկացված հետազոտությունը ձեռնարկատիրոջը հնարավորություն է տալիս ուսումնասիրել մրցակիցներին, սպառողի բավարարված և դժգոհ լինելու պատճառները, նախապես սահմանել ռիսկը, ընտրել շուկա ներխուժելու ճկուն մարտավարություն:

Ձեռնարկատերը տեղեկատվություն կարող է ստանալ տարբեր ճանապարհներով. հետաքրքիր հարցերի կապակցությամբ սպառողին հարցեր առաջադրելով, նախապես պատրաստված տպագիր հարցաշարերի միջոցով, գոյություն ունեցող փաստաթղթերի և վիճակագրական տվյալների մշակմամբ, փորձարկումներ անցկացնելով, գործընթացները ուղղակի դիտարկելով:



Շուկայի սեգմենտ կարելի է ընտրել.

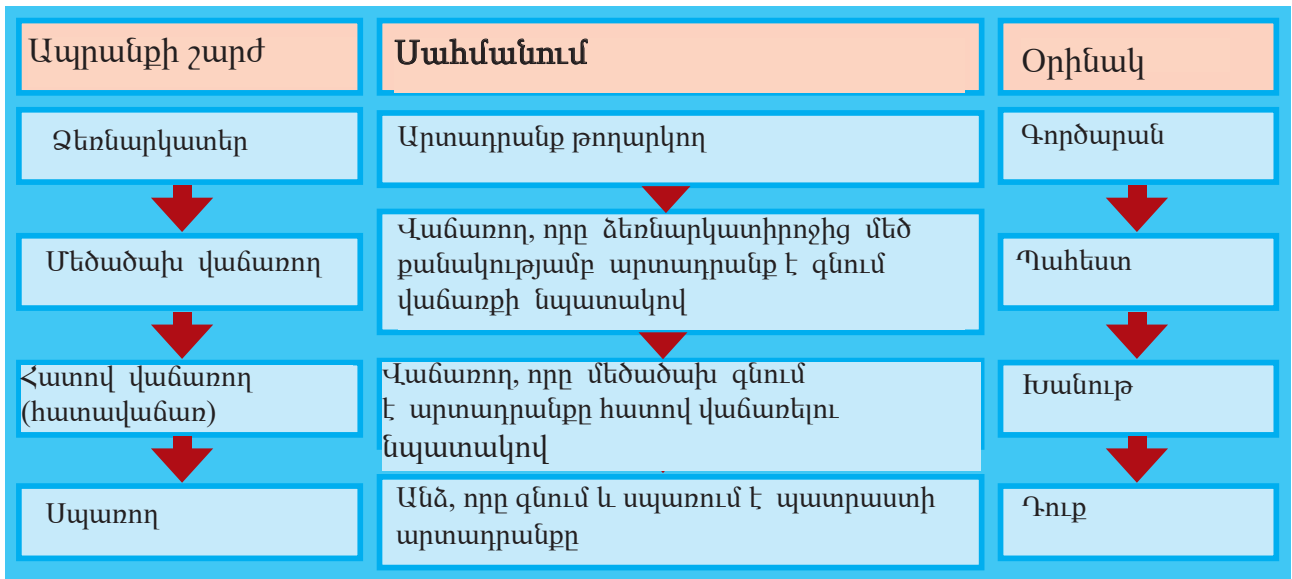
- ▶ **Տարածքային, այսինքն՝ աշխարհագրական նշանով՝** կարողունակ սպառողները տարբեր վայրերում (աշխարհի տարածաշրջաններում, երկրներում, երկրի տարածաշրջաններում, քաղաքներում, թաղամասներում) հաճախ տարբեր պահանջմունքներ և ճաշակներ ունեն: Եթե այս ամենը կարևոր դեր է կատարում արտադրանքի իրացման գործում, իմաստ ունի աշխարհագրական սեգմենտացիան:
- ▶ **Սպառողների տեսակների համաձայն՝** սպառողները կատեգորիաների են բաժանվում գործունեության (բիզնեսմեններ, զբոսաշրջիկներ, աշակերտներ և այլն) նկատառումով:
- ▶ **Վարքի համաձայն՝** սպառողները բաժանվում են ծախսելու ծավալի (ոմանք շատ մթերք են ձեռք բերում, ոմանք՝ պակաս) կամ հաճախակիության, գների կողմնորոշման, յուրահատուկ ճաշակի, մթերքի բնութագրիչների վրա արձագանքի համաձայն:
- ▶ **Վարքի սեգմենտացիայի հետ** գործ ունենք այն ժամանակ, երբ հետազոտում են որ առևտրական մակնիշին է սպառողը գերապատվություն տալիս, որ ռադիո և հեռուստահաղորդումներն է հավանում, ավելի հաճախ ինչ է ընթերցում (ամսագրեր, թերթեր, գեղարվեստական, թե հատուկ գրականություն), օրական միջին հաշվով քանի ժամ է հեռուստատեսությանը տրամադրում կամ որքան ժամանակ է հատկացնում գրքի ընթերցանությանը, օրվա որ մասն է հատկացնում ընթերցանությանը և այլն:



Նպատակային շուկա

– սպառողների այն կոնկրետ խումբը, որին կողմնորոշված է ընկերությունը իր ապրանքի և ծառայության վաճառքի ժամանակ:

- ▶ **Արտադրանքի հետազոտությունը ենթադրում է դրա փորձնական քանակության թողարկում:** Հետազոտության անհրաժեշտությունը առաջանում է նաև նրանով, որ հաճախ ձեռնարկատերը սպառողի հետ անմիջական շփում չունի: Այն ապրանքը, որը սերիական (մեծ քանակությամբ) է արտադրվում, մինչև սպառողը երկար ճանապարհ է անցնում:



Սպառողների պահանջները բավարարելու համար մարկետինգի մենեջերները մշակում են մարկետինգային կառուցվածքը, այսինքն՝ կոմպլեքսը:

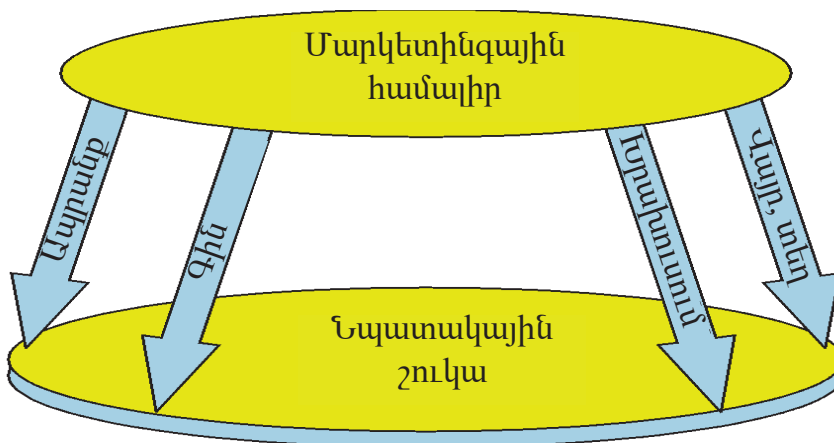
Մարկետինգային կոմպլեքսի տարրերն են.

- ▶ Ապրանք, գաղափար կամ ծառայություն (product),
- ▶ Գինը (price),
- ▶ Տեղը (place),
- ▶ Խթանումը (promotion):

Մարկետինգի մենեջերները այս բաղադրիչներից յուրահատուկ «խառնուրդ» են ստեղծում, որը հայտնի է մարկետինգի «4P» անունով՝ ելնելով անգլերեն անվանումների սկզբնատառերի միավորումից:

Բիզնեսի պլանավորումը փաստորեն մեկնարկում է մարկետինգային աշխատանքով:

Նպատակային շուկայի ընտրությունը և հետազոտությունը մարկետինգի ոլորտն է:

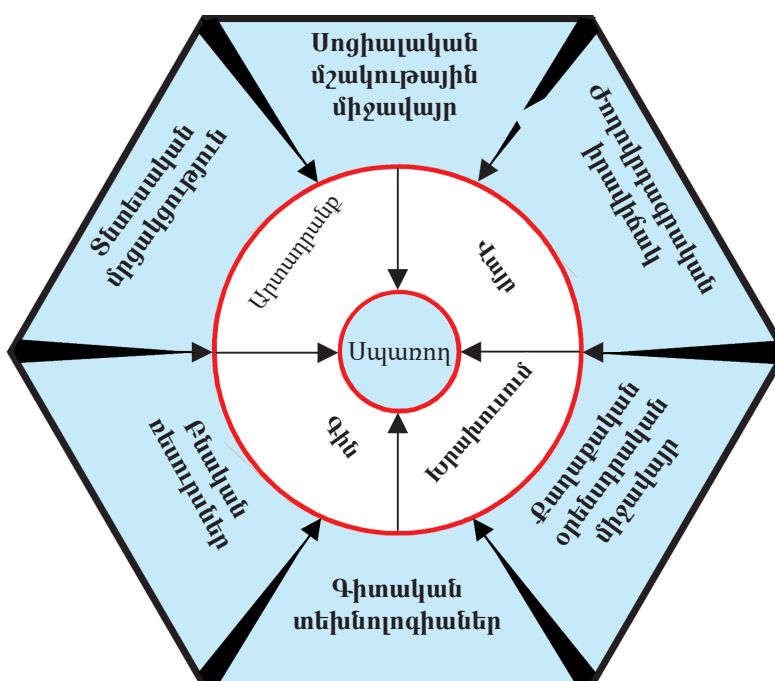


Սպառողների պահանջմունքները բավարարելու համար մարկետինգային մենեջերները գործարկում են մարկետինգի կառուցվածքը, այսինքն՝ կոմպլեքսը:

Մարկետինգային հետազոտությունը անընդհատ գործընթաց է: Ձեռնարկատերը մշտապես պետք է գիտենա, ինչ է ցանկանում սպառողը (որ ապրանքը, որ ծառայությունը), ինչպիսի գին է նրան մատչելի, ինչպես է ավելի լավ վաճառել, վաճառքի որ ձևը կամ որ տեղն է առավել արդյունավետ, խրախուսման (ապրանքով հետաքրքրելու) որ միջոցներին է արձագանքում գնորդը, արտադրանքի կամ փաթեթավորման արտաքին գրավչության որ ցուցանիշն է արդյունավետ:

Սպառողի վարքը և մարկետինգային համալիրը սերտ փոխկապակցված են: Առաջինը որոշում է երկրորդին, իսկ երկրորդը ազդեցություն է գործում առաջինի վրա: Դրանցից երկուսի ձևավորումը տեղի է ունենում արտաքին ուժերի՝ երկրի կամ տարածաշրջանի սոցիալական, մշակութային, տնտեսական, քաղաքական, ժողովրդագրական և այլ գործոնների ազդեցությամբ:

ՄԱՐԿԵՏԻՆԳԻ ՀԱՄԱԼԻՐ



ՍԱ ՀԵՏԱՔՐԲԻՐ Է

Ֆորդ մոտոր ընկերություն

FORD Motor Company ընկերությունը (ավտոմեքենաների և ավտոպահեստամասերի արտադրություն) չնայած հաջողությանը, չի դադարեցրել շուկայի հետազոտությունը: Անընդհատ ուսումնասիրում էր նոր մեքենաների գնորդների սովորությունները, նրանց ցանկությունների փոփոխությունները, ուսումնասիրում էր սպառողների՝ ձեռք բերածով գոհունակության մակարդակը: Հետազոտությունները անց են կացվում նաև գնման գործընթացները և կարողունակ օգտագործումը ուսումնասիրելու համար:

1986 թվականին ընկերության զուտ շահույթը 2,5 միլիարդ ամերիկյան դոլար էր:

2006 թվականին՝ գրեթե 2 անգամ ավելի: Ծիշտ սպառողի ցանկությունների մշտական ուսումնասիրությունը և նկատառումն է պայմանավորում այդ ընկերության կայուն հաջողությունը:

Դարից ավելի է, ինչ 1903 թվականին հիմնադրված ընկերությունը նախագծում, թողարկում և հինգ մայրցամաքներում վաճառում է ինչպես մարդատար, այնպես էլ բեռնատար ավտոմեքենաներ, շարժիչներ, պահեստամասեր:

Ծիշտ հետազոտությունները ընկերությանը ցույց տվեցին, թե որքան կարևոր է ժամանակակից ավտոմեքենաների համար փոքր լիտրաժը, մեքենայի հուսալիությունը և երաշխավորության տևողությունը:

Չնայած այն բանին, որ FORD ընկերությունը միշտ տալիս էր որակի երաշխավորություն, նա սպառողների ցանկությունների հաշվառումով մշակեց նոր նախագծեր միկրո և փոքրալիտրաժ ավտոմեքենաների համար, կատարելագործեց մեքենայի արտաքին տեսքի և սրահի ոճը, սրահը այնպես հարմարավետ և գեղեցիկ դարձավ, ինչպես յուրաքանչյուր տեսակի ավտոմեքենաներում էր: Բացի դրանից, սպառողին ավտոմեքենաների տարբեր տարատեսակներ և շարժիչի մշտական անվճար սպասարկում առաջարկեց: Ֆորդի ավտոմեքենաների պահանջարկը շարունակում է աճել: Ընկերության եկամուտները ավելանում են: «Մեր որակը համընկնում է սպառողի ցանկությանը», - հայտարարում են ընկերության պարագլուխները:



Աղբյուր. <http://money.cnn.com/magazines/fortune/>

ՔՆՆԱՐԿԵՔ

- ▶ Բնութագրե՛ք ձեր ընտանիքին՝ որպես սպառողի,
- ▶ Բնութագրե՛ք ձեր ընկերոջը՝ որպես սպառողի,
- ▶ Ինչպիսի՞ սպառող եք դուք ինքներդ։ Օրինակ՝ ձեզ համար անհրաժեշտ ապրանք ձեռք բերելու քանի՞ աղբյուր գոյություն ունի։ Ի՞նչ հաճախականությամբ եք գնում հագուստ։
- ▶ Հագուստ գնելիս ի՞նչն է ձեզ համար կարևոր (ընտրե՛ք երեք ամենակարևոր հատկանիշները)。
 - ա) գույնը,
 - բ) հարմարությունը,
 - գ) դիմացկունությունը,
 - դ) գործվածքը,
 - ե) գինը,
 - զ) հազվագյուտ լինելը,
 - է) մակնիշը, աքսեսուարները,
 - ը) բրենդը,
 - թ) մոդայիկ լինելը,
 - ժ) օգտագործման տևողությունը,
 - ի) հասակակիցների շրջանում հանրահայտությունը։
- ▶ Ի՞նչ բնութագրիչներ պետք է ունենա ապրանքը (հագուստը, կոշիկը, աքսեսուարները...), որպեսզի հետաքրքրի ձեր հասակակիցներին՝ որպես սպառողների։



20. ԲԻԶՆԵՍԻ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄ

ԱՇԽԱՏԵՔԻ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

Ծանոթացե՛ք իրավիճակին և քննարկե՛ք տրված հարցերի համաձայն.

- ▶ Ի՞նչ հարցեր կառաջադրեք ձեր ընկերոջը, մինչև կհամաձայնեք փոխառություն տալու մասին:
- ▶ Ի՞նչ դեպքում կհամաձայնեք որպես փոխառություն գումար տալ:
- ▶ Ի՞նչ պայմաններ կառաջադրեք փոխառուին:
- ▶ Փոխառություն տալուց հրաժարվելու դեպքում ի՞նչ խորհուրդ կտայիք ընկերոջը՝ որտե՞ղ որոնել հավելյալ ֆինանսավորման աղբյուր:
- ▶ Աշխատանքն ավարտելուց հետո համադասարանցիներին ծանոթացրեք ձեր խմբի աշխատանքի հետ և տարբեր խմբերի աշխատանքներում նման պատասխանները նշեք:
- ▶ Կունենա՞ք, արդյոք, նույն կամ նման հարցեր բանկի աշխատակիցներին, եթե ձեր ընկերը որոշի վարկ վերցնել բանկից:

ԻՐԱՎԻՃԱԿ 1

Ձեր ընկերը մտադիր է իր ձեռնարկությունը բացել: Մի օր եկավ ձեզ մոտ և հայտնեց, որ միջոցները չեն բավարարում սարքավորանք գնելու համար և ձեր ծննդյան օրվա և տոնական օրերին նվեր ստացած խնայողությունը՝ 1000 լարի խնդրեց որպես փոխառություն:

Ճիշտ է, մարդկանց մեծամասնությունը բիզնեսի ոլորտում գործունեությունը սկսում է դրամ ձեռք բերելու համար, բայց բիզնես սկսելը առանց պատկառելի գումարի գրեթե անհնար է:

Ավարտած և լավ հստակեցված բիզնես-պլանը պարզորոշ ցույց է տալիս ընդամենը որքան դրամ է հարկավոր գաղափարի իրականացման համար, ինչի համար են հարկավոր այդ գումարները, երբ և ինչ քանակի դրամական միջոցներ կլինեն անհրաժեշտ: Եթե բիզնեսը իր նպատակների համար միջոցները արտադրանքի և ծառայության իրացման արդյունքում ստացած գումարներից է ստանում, ասում են, որ ձեռնարկատիրական գործունեությունը ներքին միջոցներով է ֆինանսավորվում, բայց դա հաջողակ բիզնես կարգավորելու համար բավարար չէ, հատկապես գործունեության սկզբում, այդ պատճառով անհրաժեշտ է արտաքին միջոցներ գրավել:

Եղած կամ բերած գումարների մեծ մասը ձեռնարկության գոյության կամ ընդլայնման համար անհրաժեշտ **կապիտալ ռեսուրսների ձեռք բերման, այսինքն՝ ներդրման** վրա է ծախսվում: Արտադրության համար ոչ պակաս կարևոր է անհրաժեշտ ռեսուրսներ ձեռք բերելը և պաշարներ ստեղծելը:



Ներդրում – այն կապիտալ ռեսուրսների ձեռք բերումը, որոնք անհրաժեշտ են ապրանք թողարկելու և ծառայություն մատուցելու համար:



Ներդրումը կարող է արտահայտվել կորպորատիվ բաժնետոմսեր ունենալու մեջ, անշարժ գույքում կամ շինություններում և սարքավորանքում: Կապիտալ ռեսուրսներ ձեռք բերելու և ձեռնարկության գործունեության համար անհրաժեշտ են դրամական կամ այլ տեսակի միջոցներ, այսինքն՝ ֆինանսներ:

Բիզնես սկսել ցանկացողները բազմաթիվ են, նրանք հետաքրքիր գաղափարներ ունեն, բայց դժվարանում են անհրաժեշտ գումարներ ձեռք բերել: Ունանք վախենում են ռիսկի դիմել, այդ պատճառով էլ մինչև քիզնես ձեռնարկելը մարդիկ պետք է գնահատեն բոլոր այլընտրանքները: Յուրաքանչյուր գաղափարի առնչությամբ նրանց անհանգստացնում է երեք հիմնական հարց. **որքան** գումար կպահանջվի գաղափարը իրականացնելու համար, **ինչպես** կատարել անհրաժեշտ գումարների կուտակում (որտե՞ղ գտնեմ դրամ), կունենա՞ն, արդյոք այնքան եկամուտ, որպեսզի պարտքերը մարեն և **շահույթ** մնա:



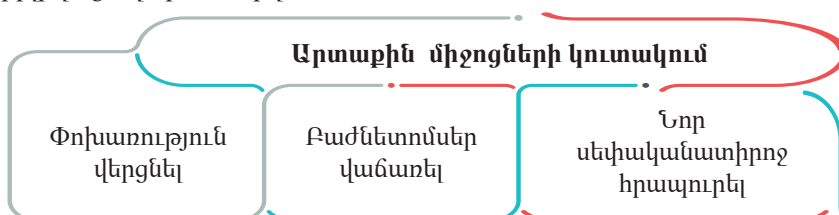
Ձեռնարկությունները նոր կապիտալ ռեսուրսներում ներդրումը հաճախ ֆինանսավորում են երկարաժամկետ փոխառություններով: Երկարաժամկետ փոխառության տեսակ են ներկայացնում **օրիգացիաները՝ պարտատոմսերը:**

Ներդրումների համար անհրաժեշտ կանխիկ դրամ ստանալու նպատակով ձեռնարկությունները օրիգացիաներ էին գնում: Օրիգացիա գնողները ձեռնարկության վարկատուներ, այսինքն՝ պարտատերեր են դառնում: Նրանք վճարած գումարի համաձայն ամենամյա ամրագրված շահույթ (տոկոս) են ստանում, իսկ ժամկետն անցնելուց հետո՝ ամբողջ գումարը:

Օրիգացիաներ վաճառել կորպորացիաները այն ժամանակ են սկսում, երբ ֆիրմային նոր տեխնոլոգիաներ ձեռք բերելը, ձեռնարկատիրական գործողությունները ընդլայնելը, այլ կորպորացիաներին միանալը կամ միաձուլվելը ֆինանսավորելու համար կապիտալ է հարկավոր մորիլիզացնել, կուտակել:



Օրիգացիա – պարտատոմս, արժեթուղթ: Օրիգացիաները իրավաբանական անձինք (կառավարություն, բանկեր, ընկերություններ և այլն) թողարկում և վաճառում են փոխառություն ստանալու համար:



Փոքր և միջին բիզնեսի ֆինանսավորումը ավելի հաճախ կատարվում է կարճաժամկետ փոխառություններով:

Կարճաժամկետ փոխառությունները տարբեր տեսակի են.

Կոմերցիոն վարկ

Ռեսուրսների կամ ապրանքի ձեռք բերում վարկով՝ ապառիկ, այսինքն՝ հետագայում վճարելու հաշվարկով:

Այլ ընկերություններից կամ անձանցից վերցրած փոխառություններ

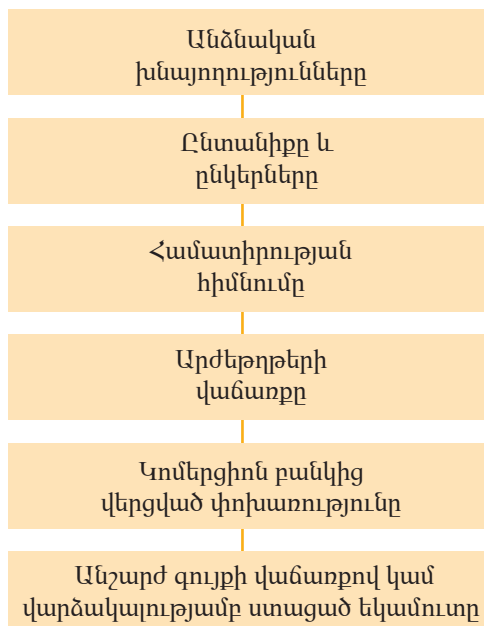
Ֆինանսական հաստատությունից վերցրած փոխառություններ

Փոխառություններ բանկերից, ֆինանսական ընկերություններից:

Ֆինանսավորում ստանալ նոր սեփականատերերից

Ձեռնարկությունը ֆինանսավորել կարելի է արժեթղթեր թողարկելու ճանապարհով: Արժեթուղթը՝ ակցիան, «սեփականատիրության» հոմանիշն է: Արժեթղթերի վաճառքը կարճաժամկետ վարկի ևս մեկ աղբյուր է:

Փոքր ձեռնարկության հիմնադրմանը կամ ընդլայնմանը մեծ ներդրումներ հարկավոր չեն: Ֆինանսավորման աղբյուր կարող է լինել.





Ի՞նչ է նշանակում ձեռնարկության ֆինանսական կայունությունը:

Ձեռնարկության ֆինանսական կայունությունը նշանակում է, որ արտադրանքի իրացման արդյունքում ստացած եկամուտներից ձեռնարկությունը կարող է.

- ▶ բոլոր ընթացիկ պարտքերը և հարկերը մարել,
- ▶ սպասվելիք եկամուտներից ապագա պարտականությունները մարել,
- ▶ դրամական միջոցները նոր կապիտալային ռեսուրսներում ներդնել,
- ▶ չնախատեսված ծախսերը մարել:

Հաճախ ձեռնարկությունները շահույթը կամ շահույթի որոշակի մասը պահում են և կրկին ներդրում կատարելու նպատակով են գործածում նոր կապիտալ ռեսուրսներ ձեռք բերելու համար: Ձեռնարկատերերը լավ գիտեն, որ կուտակված գումարները միայն պլանավորված բյուջեի համաձայն են ծախսվում, այլ կերպ բիզնեսի հաջողության և համապատասխանաբար ֆինանսական կայունության հասնելը անհնար կլինի:

Բիզնեսի ֆինանսավորման համար բանկից փոխառություն վերցնելը հեշտ չէ: Ձեռնարկատերը պետք է բանկի վստահությունը ձեռք բերի: Բանկը ուսումնասիրում է ապագա հաճախորդի վարկունակությունը:

- ▶ **Հետազոտում է հեղինակությունը՝** ստուգում են դոպեն (տվյալները), բոլոր նախկին հաշիվները և այն, թե պարտքը ժամանակի՞ն է, արդյոք, մարել:
- ▶ **Ստուգում է վճարունակությունը՝** եկամտի աղբյուրները, ներկայում ունեցած պարտքերը և ստանձնած պարտականությունները:
- ▶ **Գնահատում են գույքը՝** հաշվում են բանկում ներդրած գումարը, անշարժ և շարժական գույքը, հնարավոր է վարկատուն կապիտալի մի մասը թողնի գրավի տեսքով:

ԱՇԽԱՏՏԵՔ ԽՄԲԵՐՈՒՄ

- ▶ Բաժանվե՛ք խմբերի: Դո՛ւրս գրեք պայմանները, որոնք, ձեր կարծիքով, ձեռնարկատերը պետք է բավարարի, որպեսզի բանկը համոզված լինի, որ վարկը չի հափշտակվի, և նա փոխառությունը բարեխիղճ վճարող կլինի:
- ▶ Պատրաստե՛ք շնորհանդես: Աշխատանքի համար ժամանակը 10 րոպե է:
- ▶ Աշխատանքի վերջնական տարբերակը պահեք մինչև հաջորդ պարապմունքը, երբ դուք որևէ բանկի տեղեկատվական բուկլետի միջոցով կձանոթանաք փոխառության պահանջներին:
- ▶ Համեմատե՛ք ձեր պահանջները բանկի պահանջների հետ, ո՞ր հարցերը չեք կարողացել նկատի ունենալ:
- ▶ Դուք եթե սեփական ձեռնարկություն բացելու գաղափար ունենաք, ինչպե՞ս կֆինանսավորեք:
- ▶ Ֆինանսավորման այդ ձևը ընտրեցիք այն պատճառով, որ իրական հնարավորություն հայտնվե՞ց, թե՞ այն պատճառով, որ առաջնությունը ֆինանսավորման այս աղբյուրին եք շնորհում:

ՕԳՏԱԿԱՐ ՌԵՍՈՒՐՍՆԵՐ

- ▶ Ճանապարհ դեպի ֆինանսական անկախություն – Բողո Շեֆեր, Մաս 2
<https://bit.ly/3iXAKgy>

Համալիր առաջադրանքն ավարտելուց հետո, խնդրում ենք, ինքներդ գնահատե՛ք ձեր արդյունքները:

Պատասխանե՛ք ստորև առաջադրված հարցերին.

1. Նկարագրե՛ք, ինչպե՞ս ընթացավ համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացը:
2. Բացատրե՛ք, ի՞նչ հարցի մասին արտահայտեցիք ձեր գիտելիքը համալիր առաջադրանքի միջոցով: Ինչո՞ւ եք գտնում, որ ստեղծված առաջադրանքը ձեզ կամ հասարակության համար շահավետ է:
3. Ինչպե՞ս կգնահատեիք համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացը:
4. Գնահատե՛ք, ո՞ր նկարագրությունն է ավելի լավ արտացոլում ձեր գիտելիքը ուսումնասիրվող հարցի առնչությամբ (պատասխանը հիմնավորե՛ք).
 - ▶ Ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ ոչ մի տեսակ տեղեկատվություն չունեմ:
 - ▶ Ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ ունեմ միայն մեկ, չկարգավորված/չդասավորված գուգորդություն/պատկերացում:
 - ▶ Ուսումնասիրվող հարցի կապակցությամբ ունեմ միայն մի քանի միմյանց հետ չկապակցված, չհամակարգված գուգորդություն/պատկերացում:
 - ▶ Կարող եմ.
- ✓ ուսումնասիրվող հարցի հետ կապված փաստերը և երևույթները քննադատաբար և փոխկապակցված իմաստավորել և վերլուծել:
- ✓ Ուսումնասիրվող հարցի հետ կապված տեղեկատվությունը կապակցել այլ հարցերի հետ:



5. Կապակցեք համալիր առաջադրանքի վրա աշխատանքի գործընթացում ձեռք բերած գիտելիքը աղյուսակում տրված հասկացություններին և ենթահասկացություններին: Պատասխանը հիմնավորե՛ք: Աղյուսակը տեղափոխե՛ք թերթի վրա և աղյուսակի առաջին սյունակում կատարե՛ք գրառում:

Կայուն զարգացում		
Ենթահասկացություններ		
	Աղքատության վերացում	Կայուն զարգացման նպատակներ
	Զրոյական սով	
	Առողջ կենսակերպ և բարեկեցություն	
	Որակյալ կրթություն	
	Գենդերային հավասարություն	
	Մաքուր ջուր և սանիտարիա	
	Մատչելի և կայուն էներգիա	
	Արժանապատիվ աշխատանք և տնտեսական աճ	
	Զեռնարկատիրություն, նորարարություն և ենթակառուցվածք	
	Կրճատված անհավասարություն	
	Կայուն քաղաքներ և բնակավայրեր	
	Կայուն սպառում և թողարկում	
	Կլիմայի փոփոխության հակադիր գործողություններ	
	Օվկիանոսի և ծովի ռեսուրսներ	
	Երկրագնդի էկոհամակարգեր	
	Խաղաղություն, արդարացիություն և ուժեղ ինստիտուցիաներ	
	Գործընկերություն նպատակներին հասնելու համար	

