

Міністерство освіти і науки України
ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНЕ УЧИЛИЩЕ № 8

ДІЛОВА ГРА
з теми:
«ФІРМА (КОМПАНІЯ)»
/методична розробка/



Підготувала:
ЮТИШ Наталія Миколаївна,
викладач основ економіки
та підприємництва

м. Чернівці,
2022

ЮТИШ Наталія Миколаївна, спеціаліст вищої категорії, старший викладач, викладач основ економіки і підприємництва

Розглянуто і схвалено методичною комісією викладачів спеціальних дисциплін та майстрів виробничого навчання *готельного сервісу та туризму*

Протокол № 2 від 22 вересня 2022 р.

Анотація: Зазначена методична розробка є актуальною оскільки висвітлює проблематику засвоєння теми щодо формування навичок бронювання місць в готелі, формування сучасного мислення майбутніх кваліфікованих робітників шляхом використання світових досягнень ведення бізнесу та різних систем бронювання. Розвиває зацікавленість та інтерес здобувачів освіти до засвоєння нових знань, самостійного вирішення проблем. Викликає позитивні емоції до навчальної діяльності. Виховує творче ставлення до праці й навчання. Демонструє прогресивні результати виробничої діяльності з високим коефіцієнтом продуктивності праці. Може використовуватися викладачами спеціальних дисциплін, майстрами виробничого навчання і здобувачами освіти для поглиблення знань і умінь з цієї актуальної теми.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1. Методика проведення ділової гри.....	8-17
1.1. Короткий опис перебігу ділової гри.....	7
1.2. Бліц-анкета «Я – підприємець».....	8
1.3. Основні учасники та перебіг ділової гри.....	9
1.3.1. Від мрії до реальності.....	9
1.3.2. Ролі (функції) і зобов'язання учасників ділової гри.....	10
2. ВИСНОВКИ.....	20
3. СПИСОК використаної літератури.....	21

ДІЛОВА ГРА «ФІРМА (КОМПАНІЯ)»

Тема: Ділова гра «Фірма (компанія)»

Мета: під час проведення ділової гри пропонується відпрацювати навички прийняття рішення з конкретної проблеми; продемонструвати учасникам гри той факт, що вирішення конкретної ситуації вимагає від здобувача освіти уміння вийти за межі вузьких інтересів, мобілізувати знання з різноманітних дисциплін, які вивчаються, застосувати практичний досвід; розвивати навички підприємницької діяльності та уміння роботи в команді; прививати економічні цінності.

Обладнання: персональний комп'ютер/ноутбук, гаджети (телефони), мультимедійний проєктор, мультимедійна презентація Power Point, чисті аркуші паперу формату Ф-3, Ф-4

ПЕРЕБІГ ДІЛОВОЇ ГРИ

1. Постановка проблеми (10-15 хв).

Обґрунтовується актуальність проблеми. Викладач, який проводить заняття, розкриває складність проблеми, вказує на її зв'язок із різноманітними соціальними і виробничими аспектами (на вибір групи), показує досвід вирішення аналогічних ситуацій в інших фірмах.

2. Організаційні аспекти гри (3-5 хв).

Навчальна група об'єднується в 3-х підгрупах: керівництво фірми; керівництво структурного підрозділу; службу кадрів фірми, яка готує конкретне рішення. Призначаються арбітри (2-3 особи) для вирішення спірних питань. Обирається комісія для підбиття висновків, виходячи з

розгляду конкретної ситуації та вироблення управлінського рішення.

Завдання навчальної групи:

- Вивчити управлінську ситуацію, сформулювати та обґрунтувати своє рішення, публічно захистити їх;
- Знайти шляхи її вирішення у межах конкретного колективу фірми (структурного підрозділу);
- Самостійна робота проходить у довільному режимі.

3. *Колективна робота над ситуацією (20 хв)*. Кожна підгрупа готує 2-3 альтернативних вирішення ситуації та записує їх на аркуші паперу.

4. *Колективна дискусія (20-25 хв)*.

Кожна підгрупа зі своїх позицій розглядає управлінські ситуації (альтернативи), відповідає на запитання, обґрунтовує конкретні пропозиції (вирішення).

План виступу підгрупи

Причини і джерела виникнення ситуації.

Аспекти професійної діяльності працівника, якого торкається ситуація. Протиріччя, яке лежить в основі ситуацій, що і як воно виникло, «поживне середовище», умови виникнення.

Втрати (соціальні, виробничі), коли несе колектив фірми у зв'язку із ситуацією, яка виникла.

Привабливість, вигідність, корисність, які пропонуються групою, альтернативи вирішення управлінської ситуації.

Переваги й недоліки варіантів, запропонованих іншими підгрупами.

Після виступу підгруп розпочинається загальна дискусія у формі виробничої наради (зібрання) колективу (відділу кадрів) фірми, на якій:

- Обговорюються точки зору й альтернативи;
- Оцінюються результати, надається їхній аналіз;
- Формується єдиний підхід до прийняття рішення;
- Обирається найкращий варіант вирішення ситуації, арбітрами виступають всі присутні.

Підбиття підсумків ділової гри (*не більше 15 хв*).

Підсумок експертної комісії. У ньому:

- Визначається загальний позитивний результат роботи над ситуацією;
- Висвітлюються позиції, зайняті підгрупами;
- Ці позиції порівнюються з реальною практикою управління фірмою (компанією);
- Аналізуються правильні та помилкові рішення;
- Обґрунтовується оптимальний підхід до подібних ситуацій;
- Окреслюється коло знань і навичок, необхідних для вирішення аналогічних ситуацій.

ВСТУП

Складність поняття «ділова гра» призвела до неузгодженості у багатокількісних спробах його визначення. У наш час ділові ігри можна розглядати і як нову галузь науково-технічної діяльності, і як імітаційний експеримент, і як метод навчання, дослідження, вирішення виробничих завдань.

Значний внесок у розвиток теоретичної концепції ділової гри вніс А. А. Вербицький. Його визначення ділової гри зводиться до наступного: «У самому широкому змісті навчальна ділова гра може бути визначена як знакова модель професійної діяльності, контекст якої задається знаковими ж засобами – за допомогою мов моделювання, імітації і зв'язку, включаючи природну мову». Навчальна ділова гра, на його думку, найбільш повно відповідає уявленню про новий, знаково-контекстний, тип навчання, під яким автор розуміє новий, відмінний від старого, традиційного, тип навчання, «...контекст майбутньої професійної діяльності, який відображає не тільки основи знань, але і колективний характер праці».

Таким чином, ділова гра – це у визначеному змісті репетиція виробничої чи суспільної діяльності людини. Вона дає можливість програти практично будь-яку конкретну ситуацію в обличчях, що дозволяє краще

зрозуміти психологію людей, стати на їхнє місце, зрозуміти, що ними рухає в той чи інший момент реальної події. Завдяки ігровим методам навчання відбувається важлива психологічна переорієнтація, кожний починає розуміти, що він вже не просто здобувач освіти, який відповідає перед викладачем, а обличчя, що володіє правами й обов'язками, обличчя, на якому лежить відповідальність за ухвалення рішення, вибір визначеної точки зору. Це, звичайно, інтенсифікує роботу здобувачів освіти, дозволяє швидше засвоїти викладений матеріал і надбати досвід майбутньої професійної діяльності.

Із вищезазначеного випливає, що гра носить двоїстий характер. З одного боку, навчальна ділова гра, як і інші форми ігрового навчання, ставить учасників гри в умовну ситуацію, що задається імітаційною моделлю виробництва, і вимагає виконання ігрових дій. З іншого боку, здобувачі освіти залишаються в рамках реального навчального процесу, виконують цілком реальні загальнонавчальні дії, вступають в реальні відносини зі своїми товаришами по групі. Відмітною рисою ігрової форми навчання у порівнянні з традиційною є включення здобувачів освіти у відтворення в ігровій формі реалій і протиріч виробництва. У зв'язку із цим завдання викладача полягає як у розробленні імітаційної моделі (відповідно до змісту навчального предмета), так і розробленні системи організації й управління навчально-пізнавальною діяльністю здобувачів освіти у ході гри, створенні максимальних можливостей для активізації їхньої розумової діяльності, творчого розвитку особистості.

Гравець має одночасно пам'ятати, що він бере участь в умовній ситуації, і не пам'ятати цього. Мистецтво гри полягає саме в оволодінні навичками двопланового поведіння. З огляду на цю двоплановість навчальних ігор, варто зазначити, що досягнення ігрових цілей (успішне виконання ролі, прийняття правильних ігрових рішень, одержання максимальної кількості балів і т. д.) є вторинним у порівнянні з досягненням

педагогічних цілей (навчальних, розвивальних та виховних). Саме вони складають головну мотивацію навчальної ділової гри.

2. МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ДІЛОВОЇ ГРИ

2.1. Короткий опис перебігу ділової гри

Упродовж останніх років в освітньому процесі Професійно-технічного училища № 8 мною, викладачем економіки, широко використовується ділова гра «Фірма (Компанія)» у рамках роботи гуртка «Я-Підприємець». Це комплексна ділова гра, яка складається з *трьох* етапів: *перший* – «Заснування фірми»; *другий* – «Імітація діяльності»; *третій* – «Презентація». Метою *першого* етапу гри є вибір напрямку діяльності та організаційної форми бізнесу; формування механізму управління фірмою; вибір керівників і найм персоналу; ресурсне забезпечення діяльності. *Другий* етап – «Імітація діяльності» – поєднує вирішення двох імітаційних задач: «Розрахунок заробітної плати персоналу» та «Бюджетування 1-го року діяльності». І, останній, *третій* етап «Презентація» (презентація-брифінг, презентація-ексклюзив, презентація-конференція, презентація-шоу) – збільшує популярність, закріплює імідж фірми, підбиває підсумки діяльності створених фірм.

Розпочинаємо проведення ділової гри з пропозиції її учасникам пройти усне бліц-опитування.

2.2. Бліц-анкета «Я-Підприємець»

1. Чи можете Ви почати будь-який проєкт і довести його до кінця, незважаючи на масу перешкод?
2. Чи можете Ви прийняти рішення з будь-якого питання і дотримуватися цього рішення навіть незважаючи на перешкоди?
3. Чи любите Ви керувати та бути відповідальним?
4. Чи користуєтеся Ви повагою і довірою з боку тих, хто з Вами працює?
5. Чи гарний у Вас стан здоров'я?
6. Чи готові Ви працювати довго, не очікуючи негайної компенсації?
7. Чи любите Ви знайомитися і працювати з людьми?

8. Чи вмiєте Ви спiлкуватися i переконувати людей пiтримувати Вашу iдею?
9. Чи легко iншi розумiють Вашi концепцiї та iдеї?
10. Чи є у Вас достатнiй досвiд роботи в тiй галузi, у якiй Ви збираєтесь розпочинати бiзнес?
11. Чи знаєте Ви механiзм i форми управлiння пiдприємством (податки, нарахування заробiтної плати, звiти про прибутки i збитки, баланси)?
12. Чи iснує у Вашому рeгiонi потреба в товарi чи послугi, яку Ви збираєтесь розпочинати?
13. Чи є у Вас навички в галузi маркетингу та (або) фiнансiв?
14. Чи процvтають iншi аналогiчнi фiрми у Вашому рeгiонi?
15. Чи знаєте Ви, де розмістити своє підприємство?
16. Чи маєте Ви достатню фiнансову пiдтримку для першого року роботи?
17. Чи достатньо у Вас стартового капiталу (зокрема, у виглядi можливої позики у родини або друзiв)?
18. Чи знаєте Ви постачальникiв, з якими необхідно працювати для досягнення успiху?
19. Чи знаєте Ви людей, якi мають навички та досвiд, вiдсутнi у Вас?
20. Ви дiйсно хочете розпочати цю справу понад усе на свiтi?

- Ви коли-небудь мріяли про те, щоб керувати власною компанією?
- А ось зараз у вас є шанс втілити свою мрію в життя!

2.3. Основні учасники та перебіг ділової гри

Дiлова гра «Я – пiдприємець» має за мету – надати можливiсть здобувачам освiти заглянути у майбутнє своєї бiзнесової дiяльностi й органiзувати свою власну справу вiд початку до кiнця. Ви можете дiзнатися все щодо того, як створити власну компанiю, як нею керувати i як припинити її дiяльностi. Упродовж одного навчального року здобувачi освiти зможуть спробувати керувати компанiєю, яка має реальну продукцiю, покупцiв, постачальникiв i кошти.

У сьогоднiшньому свiтi треба умiти краще адаптуватися, нiж ранiше. Необхiдно готуватися до змiни напрямку кар'єри, реагуючи на можливостi, а також набувати нових навичок упродовж усiєї кар'єри. Створення мiнiкомпанiї (ПК) базується на принципi навчання на практицi. Упродовж навчального року ви будете практично застосовувати те, що вивчаєте в училищi, i здобувати досвiд, керуючи компанiєю. Для цього доведеться важко працювати, i вам потрiбно буде рiзними способами шукати тi знання, якi виявляться необхідними. У своїй команді ви будете отримувати

підтримку і від викладачів, і від наставників, які представляють місцевий бізнес.

2.3.1. Від мрії до реальності

Здобувачі освіти отримують досвід на практиці, беручи на себе відповідальність і стаючи підзвітними перед своїми акціонерами за керування компанією.

У результаті керування компанією ЮД-МП ви сформуєте:

- розуміння того, як працює бізнес і як створюється багатство і зайнятість

- здатність працювати в команді
- кращі комунікаційні навички
- більше ентузіазму й упевненості в собі
- бажання брати на себе відповідальність та виявляти ініціативу
- навички організації робочого часу
- досвід виконання ключових функцій бізнесу, як от маркетингу, фінансового менеджменту, продажу, роботи з клієнтами й управління персоналом.

2.3.2. Ролі (функції) і зобов'язання

Ключ до успіху – створення компанії, у якій були б люди з різними навичками, щоб усі вони допомагали одне одному вдосконалюватися.

Усі учасники компаній ПК мають щонайменше три ролі:

- акціонер,
- працівник
- член Правління.

Ми розглянемо ці три різні ролі детально.

1. Акціонер

- Акціонери володіють компанією. Усі здобувачі освіти в компанії ПК повинні володіти щонайменше одною акцією.

2. Член Правління

- Правління складається з усіх учасників компанії ПК.
- Призначає генерального менеджера компанії ПК.
- Приймає усі важливі для компанії рішення.
- Відіграє ключову роль в компанії у роботі зі стратегією, формуванні бачення та визначенні основних цілей.

Правління також повинно забезпечити рух компанії у бажаному напрямку і на постійній основі здійснювати контроль за фінансовим становищем. Голова Правління обирається з-поміж членів Правління (ним не може бути Генеральний директор). Голова проводить засідання.

3. Працівник

Щоб прийняти рішення щодо різних ролей та посад, необхідно розглянути бізнес-ідею. Усі мінікомпанії повинні мати генерального менеджера. Окрім того, компанії ПК зазвичай мають фінансового менеджера, менеджера з кадрів, а також менеджерів з продажу та маркетингу. Якщо ви виробляєте власні продукти, то природно буде, якщо у вас буде менеджер з виробництва і менеджер із закупівель. Якщо ви плануєте купувати і продавати якийсь продукт, то вам необхідно мати менеджера із закупівель. Як бачите, саме бізнес-ідея частково визначає, які посади у вас повинні бути. Нижче наведено декілька прикладів, але їх можна пристосовувати до потреб конкретної компанії, у залежності від того, як здобувачі освіти захочуть розподілити між собою різні завдання.

Генеральний менеджер повинен стежити за загальною картиною і скеровувати компанію. В обов'язки генерального менеджера входить забезпечення того, щоб на відповідному місці була відповідна людина. Якщо працівник не виконує своїх обов'язків і зобов'язань, то генеральний менеджер повинен обговорити з ним цю проблему. Можливо, генеральному менеджеру доведеться замінити людей, якщо вони й далі не виконуватимуть своїх обов'язків. Але він/вона ніколи не повинен/повинна пропонувати зміни, поки не обговорить це питання із відповідним працівником.

Зазвичай, генеральний менеджер несе відповідальність за:

- Реєстрацію
- Повідомлення про засідання Правління
- Річний звіт і бізнес-план
- Моніторинг роботи працівників
- Підтримання контактів із волонтерами
- Знання законів, які застосовуються до компанії
- Процедуру ліквідації.

Фінансовий менеджер відповідальний за економічні питання, грошові засоби, банківський рахунок, сплату реєстраційного внеску, формування бюджетів та оцінок, фінансову звітність, архівування документів і забезпечення повернення інвестованого капіталу акціонерам. Хороший фінансовий менеджер – це упорядкована, точна і надійна людина, яка вміє структурувати свою роботу.

Адміністративний менеджер здійснює реєстрацію компанії, відстежує документацію та кореспонденцію, відстежує підписку на акції і займається

бізнес-комунікацією (телефон, електронна пошта, листи, факсові повідомлення, веб-сторінка).

Менеджер з маркетингу відповідальний за маркетинг, він також здійснює аналіз потреб клієнтів, цільових груп і проводить дослідження ринку. Менеджер з маркетингу розробляє маркетингові стратегії та впроваджує і контролює маркетингові заходи.

Менеджер з продажу відповідальний за продаж, визначення цілей продажу, веде записи про продаж і матеріально-виробничі запаси, організовує, навчає і мотивує працівників, що займаються продажем.

Менеджер з виробництва відповідальний за виробництво у компанії і визначення цілей виробництва, він також несе відповідальність за працівників виробництва, підтримує контакти із постачальниками, перевіряє якість продукції, відслідковує матеріально-виробничі запаси і стежить за якістю.

Менеджер з кадрів може бути найважливішим ресурсом усіх компаній та організацій. Одним із найважливішим завдань менеджера з кадрів є забезпечення задоволеності працівників роботою у компанії. Менеджер з кадрів повинен розуміти загальну картину щодо усіх працівників і мати посадові інструкції для кожного працівника, відстежувати присутність і відсутність на роботі працівників компанії. Менеджер з кадрів здійснює врегулювання конфліктів.

Дещо детальніше щодо *різних ролей* у компанії:

Керуючий директор

Як керуючий директор, ви, у підсумку, несете відповідальність за своїх працівників та акціонерів, тому вам необхідно застосовувати усі лідерські навички, а також дипломатію, справедливість і силу. Ви повинні забезпечувати співпрацю між різними відділами, і, разом з тим, ви повинні визначати місію, напрямок та цілі вашої компанії. Як керуючий директор, ви повинні заохочувати працівників до роботи в команді, водночас базуючись на найкращих ідеях членів вашої компанії

Кожній організації потрібен керівник, який би вказував, як рухатися вперед, заохочував учасників докладати більше зусиль. Це завдання керуючого директора, і, за визначенням, це найважливіше і найскладніше завдання будь-якої компанії.

До ваших обов'язків входить:

- Визначення цілей компанії і забезпечення розроблення раціонального бізнес-плану;
- Забезпечення виконання цього плану;

- Налагодження хорошої командної роботи;
- Заохочення команди;
- Делегування завдань таким чином, щоб у всіх була робота;
- Спілкування з кожним, щоб вони знали, що роблять;
- Докладання максимуму зусиль до того, щоб забезпечити утримання компаніїю задоволених клієнтів. Це передбачає активну участь у відстеженні успіхів компанії і ролі, яку відіграє кожен член компанії у забезпеченні задоволеності клієнтів;

- Представництво компанії, де це необхідно.

У компанії Молодого підприємництва ви, зазвичай, берете на себе ще одну роль: головувати на засіданнях Правління. Так традиційно буває у малих компаніях, але ви повинні пам'ятати, що це не вважається хорошою практикою у випадку крупного чи середнього бізнесу.

Намагайтеся отримати поради – зокрема, від консультантів, а також з інших відповідних джерел.

Секретар компанії

Як Секретар компанії, ви несете відповідальність за координацію, комунікацію та організацію моментів, які стосуються компанії. Серед окремих елементів вашої ролі – заповнення реєстраційних документів і ведення акціонерного реєстру. Ви також повинні стежити за записами вашої компанії, вести записи і документацію. Ви також несете відповідальність за керування зборами компанії, готуючи порядок денний та протоколи, і ваш обов'язок – забезпечити дотримання меморандуму і статуту. Очікується, що ви повинні надавати компанії консультації щодо її законних обов'язків, зокрема, щодо того, торгівлю якими продуктами чи послугами компанії заборонено вести.

Посада Секретаря компанії *передбачає*, що:

Ви несете відповідальність за те, щоб Правління і компанія працювали у відповідності до правил та положень, чинних для компанії Молодого підприємництва. Ваша відповідальність як Секретаря компанії – це відповідальність перед компанією в цілому, а не лише перед Правлінням чи окремими членами.

Окрім того:

1. Очікується, що ви надаватимете компанії консультації з юридичних питань.

2. Ви повинні обговорювати усі юридичні питання зі своїми консультантами/педагогами.

3. Ви повинні гарантувати повне й своєчасне інформування членів компанії.

4. Ви – основний зв'язківець між членами Правління, акціонерами та постачальниками.

5. Ви несете відповідальність за ведення точних записів із усіх засідань та зустрічей та усіх прийнятих рішень, з фіксацією імен осіб, які взяли на себе відповідальність за кожну дію.

Фінансовий директор

Як фінансовий директор, ви несете відповідальність за фінансове управління та управління ресурсами. Ваше завдання – відстежувати кошти: вам потрібно здійснювати планування, знати й фіксувати, звідки надходять кошти, у кого вони знаходяться і куди вони йдуть. Ви повинні фіксувати усі фінансові операції й повідомляти членам своєї команди щодо фінансових успіхів. Нова онлайн-система звітності допоможе вам відстежувати ситуацію й подавати точні звіти.

Ваша роль також полягає у тому, щоб займатися банківськими питаннями. І вам потрібно співпрацювати із Секретарем компанії з питань акцій компанії та обов'язків перед акціонерами. Ви також несете відповідальність щодо питання ПДВ ЮД та податку на прибуток компанії.

Кошти для вашої компанії – це як кров для вашого організму. Вони є життєво важливими для виживання компанії. Тому кошти мусять бути, і ваше завдання – знати, скільки їх і де вони.

Далі, коли ви вже все це знаєте, ви повинні повідомити це Правлінню, щоб воно могло виконувати свою роботу, а саме:

- приймати поінформовані рішення;
- забезпечити прибутковість діяльності компанії;
- забезпечити наявність достатньої кількості коштів для оплати усіх рахунків.

Ви є опікуном коштів компанії. Компанія покладається на вас у питаннях точної фіксації усіх операцій. Ваше завдання – знати й розуміти фінансові наслідки всієї діяльності вашої компанії. Ваша фінансова інформація стане основою для усіх ключових рішень компанії. У будь-який момент ви повинні бути в стані точно прозвітувати про фінансове становище компанії.

Ви повинні забезпечити, щоб люди, які заборгували кошти компанії (дебітори) оплатили свої рахунки, а люди, яким заборгувала кошти компанія (кредитори), отримали виплату до закінчення крайнього терміну.

Менеджер з маркетингу

Як директор з маркетингу, ви повинні застосовувати свої інноваційні й творчі навички та відігравати ключову роль у визначенні ринків і можливостей, а також визначенні характеристик продукту чи послуги та стратегії ціноутворення. Ви повинні здійснювати планування маркетингової діяльності і працювати з директором з продажу над виведенням вашого продукту на ринок. До кола ваших обов'язків належать зв'язки із громадськістю та реклама компанії, а також здійснення дослідження ринку і відстежування клієнтів, що допоможе вам підтримувати належний рівень задоволеності серед клієнтів.

Хороший маркетинг – це ключ до успіху компанії!

Маркетинг – це відповідальність за те, щоб клієнти купували продукти чи послуги вашої компанії. Клієнти купуватимуть ваш продукт лише, якщо він допомагатиме їм:

- робити щось таке, чого вони не можуть робити зараз;
- робити щось краще, ніж вони можуть робити зараз;
- робити щось швидше, ніж вони можуть робити зараз;
- робити щось простіше, ніж вони можуть робити зараз;
- робити щось ефективніше в плані витрат, ніж вони можуть робити зараз;
- отримувати кращий оборот від інвестицій, ніж вони отримують зараз;
- почуватися по-іншому чи виглядати по-іншому або краще, ніж зараз.

Ось такими є «потреби клієнта».

Маркетинг – це також відповідальність за те, щоб ваша компанія отримувала прибутки від продажу продуктів та послуг клієнтам. Ви можете отримувати прибутки лише тоді, коли клієнти купуватимуть ваш продукт за ціною, яка забезпечить вам прибуток після вирахування усіх витрат.

Операційний директор

Як операційний директор, ви несете відповідальність за розроблення продукту разом зі своєю командою. Ви повинні забезпечити розроблення способу виробництва та організувати виробництво продукції вашої компанії. У рамках цього ви повинні працювати з відділом кадрів над плануванням виробничих навчань, де це необхідно. Ви також несете відповідальність за закупівлю сировинних матеріалів, ведення реєстрів матеріально-виробничих запасів сировинних матеріалів, а також за матеріально-виробничі запаси, попит і пропозицію на готову продукцію.

Ви повинні також подумати про шляхи скорочення видатків і зменшити затратність вашого продукту. Окрім того, одним із ваших

ключових завдань є гарантування охорони праці і здоров'я ваших працівників та клієнтів.

Виробництво – це конверсія сировинних матеріалів у товари, які задовольняють потреби клієнтів. Для прикладу, брус, з якого зробили стаканчик для олівців. Операційний відділ суттєво впливає на прибутковість та успішність компанії. Що ефективнішим та результативнішим є виробничий процес, то конкурентнішою і прибутковішою буде компанія. Виробництво є ефективним та результативним, коли воно забезпечує товари належної якості, за відповідною ціною й у відповідний момент.

Важливість вашої ролі у компанії

У компанії Молодіжного підприємства за дослідження та розроблення відповідають відділ маркетингу та операційний відділ.

Ви надаватиме консультації щодо дизайну та розроблення продукту, формуватимете прототип, визначатимете вартість продукту, а також здійснюватимете планування надійного методу виробництва, з допомогою якого можна ефективно й результативно відтворювати цей прототип. Ви здійснюватимете закупівлю матеріалів відповідної якості і за оптимальною ціною.

Ви забезпечуватимете задоволення усіх вимог щодо проведення навчань.

Директор з маркетингу виявлятиме ваших потенційних клієнтів і дуже ретельно стежитиме за виробничим процесом, щоб гарантувати, що продукт точно відповідає потребам клієнта. Вам також необхідно підтримувати зв'язок із директором з продажу, щоб гарантувати наявність достатніх, але не надлишкових матеріально-виробничих запасів, за потреби. Ви повинні тримати фінансового директора в курсі виробничих витрат. Серед ваших обов'язків – виконання усіх завдань для того, аби забезпечити утримання компанією задоволених клієнтів. Переглядаючи свої успіхи, приділяйте особливу увагу тому, наскільки вашій компанії вдається забезпечувати високий рівень задоволеності серед клієнтів.

Директор з кадрів

Як директор з кадрів, ви несете відповідальність за опіку над членами компанії. Ви повинні думати як мотивувати працівників, які премії та визнання компанія може їм запропонувати, а також які навчання варто провести. Ви повинні спілкуватися із працівниками і надавати їм консультації у процесі відстеження й фіксації індивідуальних успіхів, розвитку навичок та показників успішності.

Ваша роль також передбачає фіксацію рівня відвідуваності здобувачів освіти та годин роботи. У кінцевому результаті, ви повинні надати рекомендації на основі отриманих результатів, і, де необхідно, застосовувати дисциплінарні процедури. Робота з кадрами стосується надання інформації та підтримки безпосереднім керівникам й управління власними працівниками, а також вирішення ситуацій, коли необхідно внести організаційні зміни.

Надання інформації та підтримки у:

- навчаннях та розвитку;
- заохоченні;
- делегуванні;
- дисциплінарних процедурах;
- управлінні командами;
- питаннях охорони праці та здоров'я;
- питаннях заробітної платні та премій.

Вирішення ситуацій, коли необхідно внести організаційні зміни, шляхом:

- забезпечення того, що директори розуміють, які ролі вони відіграють;
- роботи з конфліктною ситуацією;
- відображення змін у стратегії;
- проведення повторних виборів.

Важливість вашої ролі у компанії.

Як директор з кадрів, ви відіграєте центральну роль у забезпеченні опіки над членами компанії.

Люди – це найважливіший ресурс, необхідний для забезпечення успішного керування компанією. Ваше завдання – допомогти компанії отримувати максимальну користь від своїх працівників. Тож вашу роль не варто недооцінювати!

Ви формуєте стабільність у рамках структури шляхом вирішення конфліктів та підтримки необхідного рівня мотивації з метою забезпечення плавного процесу керування компанією. Без вас був би хаос!

Директор з продажу

Як директор з продажу, ви будете застосовувати свої інтерактивні та особистісні навички для формування розуміння клієнтів та конкурентів, моніторингу цих двох груп і надання рекомендацій на основі отриманих результатів. Ви визначатимете унікальну характеристику та вартість вашої продукції й працюватимете з фінансовим директором над питаннями

ціноутворення, а також питаннями кредитів та збору грошових засобів. Вам необхідно буде працювати з операційним директором з метою контролю за матеріально-виробничими запасами.

Ви також працюватимете з директором з маркетингу над промоцією вашої продукції, і, у кінцевому результаті, будете проводити тренінги, здійснювати моніторинг і мотивувати своїх працівників, які займаються продажем, або команду, яка працює з торговим стендом. Ваше завдання як відділу продажу – визначити потенційних клієнтів і мотивувати їх здійснювати купівлю. Робота у відділі продажу передбачає безпосередню взаємодію з клієнтами і забезпечення їм підтримки. Успішною робота відділу продажу буде лише тоді, коли ви та ваші працівники, які займаються продажем, будуть:

- дружньо налаштованими та повні ентузіазму;
- уміти слухати клієнтів;
- розумітися на продукті чи послугі;
- прагнути зрозуміти як ваш продукт чи послуг допоможуть клієнтам;
- уміти показати клієнтам, як ваш продукт чи послуга їм допоможе;
- вміти «вибити» зобов'язання у потенційних клієнтів.

Приємна людина і позитивне ставлення – ось характеристики, які неодмінно стануть в пригоді.

Важливість вашої ролі у компанії

Ви нестимете відповідальність за підготовку плану продажу компанії та прогнози, а також за досягнення цілей продажу. Ви будете проводити навчання й скеровувати команду, яка займається продажем, а також тісно співпрацюватимете із директором з маркетингу та іншими директорами компанії над формулюванням політики й стратегій компанії.

Як відділ продажу це робить?

● *Дослідження:* Вам необхідно знати своїх потенційних клієнтів, їхнє розташування, причини, чому вони можуть захотіти купити ваш продукт чи послугу, а також те, що може вплинути на їхнє рішення.

● *Знання продукту:* Для того, щоб працювати ефективно, ви повинні знати все про свій продукт чи послугу. Ви повинні розуміти, які характеристики та переваги ваш продукт чи послуга можуть забезпечити клієнтам, а також те, як клієнти використовуватимуть цей продукт чи послугу.

● *Характеристики:* це характеристики вашого продукту чи послуги. (Горнятко має чимало характеристик, одна з яких – наявність ручки.)

- *Переваги:* Клієнти купуватимуть характеристики лише, якщо вони забезпечуватимуть їм якісь переваги. Важливо знати, які переваги ви повинні запропонувати. (*Переваги наявності ручки у горнятка такі: горнятко легко тримати; воно не обпікає вам пальці там, де горнятко гаряче.*)

- *Використання продукту чи послуги:* Розуміння того, як клієнти використовуватимуть ваш продукт чи послугу, допоможе вам зрозуміти причини, які у них є для того, аби купувати їх у вас. Це також гарантує, що ви зможете дати їм хорошу пораду і забезпечити обслуговування після продажу.

- *Планування:* Підготовка кампанії з продажу, яка вказує на те, з *якими* клієнтами ви зіткнетесь, коли і як ви *плануєте* з ними зустрітись, що ви очікуєте їм *продати*, а також *вартість* обсягу продажу. Вам також необхідно *оцінити*, скільки ви продасте і на яку суму. Прогнозу, який ви зробили, можна досягнути лише якщо ви зустрінетеся з *максимальною кількістю потенційних клієнтів* і застосуєте *навички продажу*, щоб допомогти їм прийняти рішення *купити* продукт чи послугу у вас.

Директор з ІТ

Як директору з ІТ, вам потрібно почати опрацьовувати ІТ-потреби вашої компанії. Разом із фінансовим директором вам потрібно сформувавши доступний для ІТ бюджет. Ви повинні попрацювати з відповідними директорами й визначити та забезпечити шляхи застосування наявної технології для надання допомоги відділу маркетингу та відділу продажу продукції, а також для задоволення комунікаційних та внутрішніх потреб компанії. Ви повинні переглянути успіхи у сфері ІТ, обслуговувати системи й регулярно звітувати перед компанією.

Інформація необхідна всім працівникам організації, а також клієнтам і постачальникам, щоб забезпечити виконання усієї роботи. Роль директор з ІТ полягає у тому, щоб забезпечити використання у рамках цих систем найбільш відповідних технологій, які задовольняють усі інформаційні потреби компанії, клієнтів та постачальників.

Важливість вашої ролі у компанії

Ваше завдання – здійснювати планування й керувати компанією, ставлячи особливий акцент на інформаційні системи на таких рівнях:

- *стратегічний* рівень – працювати з управлінською командою і надавати їй консультації щодо оптимальних шляхів застосування наявних технологій та отримання й застосування нових технологій, які вам потрібні;

● *операційний* рівень – забезпечити організації високоякісні, надійні ІТ-послуги завдяки навчанню, розвитку, реалізації, застосуванню та моніторингу застосування й ефективності систем. Підтримка й реалізація проєктів, пов'язаних з ІТ, в міру необхідності, у рамках узгоджених витрат і часових діапазонів.

Роль директора з ІТ повинна полягати у тому, щоб ставити акцент на важливості інформаційних технологій у сучасному бізнесі, зокрема, на маркетингових можливостях, які відкриваються через Інтернет.

Роль директора з ІТ передбачає відповідальність за розроблення веб-сторінки компанії, яка б допомагала здійснювати маркетинг вашої продукції / послуг.

Зворотня інформація, яку я отримую від молодих людей, які навчаються в гуртку, вказує на те, що вони стали більш вмотивованими до навчання і що їхня успішність в училищі покращилася. Нам також відомо, що ймовірність подальшого створення ними власного бізнесу після завершення навчання підвищується на 50 % порівняно із ситуацією, якби вони не навчалися в гуртку «Я – Підприємець».

3. ВИСНОВКИ

Відтак, участь членів гуртка «Я – Підприємець» у проведенні ділової гри «ФІРМА (КОМПАНІЯ)» є унікальною можливістю для кожного з вас, якщо ви мрієте самостійно створити щось цінне й значиме у майбутньому та сформувати в собі такі *підприємницькі компетентності*:

- *виживання* – в умовах непевності, а також уміти працювати з динамічним середовищем, яке швидко змінюється.

- *рішучість* – здатися – це не вихід.

- *відповідальність* – ви несете відповідальність за власний успіх.

- *цілеспрямованість* – підприємці добре вміють залучати інших людей до надання допомоги

- *самодисципліна* – виконати завдання, навіть якщо воно не приносить вам задоволення.

- *енергія* – підприємці часто мають високий рівень енергії.

- *впевненість у собі* – довіряти собі, бути впевненим і вирішувати проблеми.

СПИСОК використаних джерел

1. <https://imzo.gov.ua/pidruchniki/elektronni-versiyi-pidruchnikiv/> «Електронні версії підручників»
2. <http://karijera.in.ua/assets/pdf/Posibnyk%20dla%20vikladachiv.pdf> Підручник
3. <https://careerhub.in.ua/skillslab-my-business/> «Історії реальних українських підприємців»
4. <https://skills.dcz.gov.ua/unit/yak-znajty-svoyu-biznes-ideyu/> «Як знайти свою бізнес-ідею – ДСЗ»
5. <http://skepter.com.ua/biznes-idea/> «Бізнес-ідеї або як почати бізнес з нуля»
6. <http://karijera.in.ua/> «Методики уроків підприємництва»
7. https://bankchart.com.ua/biznes/biznes_start/statti/biznes-z-nulya-dlya-rochatkivtsiv «Бізнес з нуля»
8. <https://ag.marketing/skladaemo-portret-klienta/> «Складаємо портрет клієнта»
9. <https://solomono.net/uk/jak-sklasti-portret-cilovoji-auditoriji-a-377.html> «Як скласти портрет цільової аудиторії»
10. <https://dsk.kyivcity.gov.ua/news/1177.html> <https://reklamni-kampaniyi.pushk.ua/> «Комплексні рекламні кампанії»

11. https://ideyne.com/ua/article/brend_effektivnaya_rabota_sozdaniem_i_prodvizheniem «Бренд. Ефективна робота створенням і просуванням»
12. <https://sites.google.com/view/smirnovaseu/>
13. [https://history.vn.ua/pidruchniki/hodzicka-technology-10\(11\)-class-2019/14.php](https://history.vn.ua/pidruchniki/hodzicka-technology-10(11)-class-2019/14.php) «Основи підприємницької діяльності»
14. <https://chk.dcz.gov.ua/publikaciya/chym-vidriznyayetsya-pidpryyemec-vid-biznesmena> «Чим відрізняється підприємець від бізнесмена»
15. <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/12/14/643575> «Як це — бути підприємцем в Україні?»
16. <http://karijera.in.ua/navchitisya-b%D1%96znesu/v%D1%96deo/> «Відео»
17. https://studopedia.su/13_55508_test-dlya-otsinki-yakostey-pidpriiemtsya.html «Самоаналіз особистих якостей підприємця»