

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
PEDAGOĢIJAS, PSIHOLOĢIJAS UN MĀKSLAS FAKULTĀTE
PIEAUGUŠO PEDAGOĢISKĀS IZGLĪTĪBAS CENTRS

**EDVARDA DE BONO RADOŠĀS DOMĀŠANAS METODES IZMANTOŠANA
UZŅĒMĒJSPĒJU ATTĪSTĪŠANAI SOCIĀLO ZINĪBU STUNDĀS 9. KLASĒ**

DIPLOMDARBS

Autors: **Uldis Tomass Šimēns**

Stud.apliec. us08017

Darba vadītāja: Prof. Dr.paed. Zanda Rubene

RĪGA

2011

ANOTĀCIJA

Autors ir izstrādājis diplomdarbu „Edvarda de Bono radošās domāšanas metodes izmantošana uzņēmējspēju attīstīšanai sociālo zinību stundās 9. klasē”, kura mērķis - izpētīt 9. klašu skolēnu uzņēmējspēju attīstīšanas iespējas sociālo zinību stundās izmantojot Edvarda de Bono radošās domāšanas metodi. Darbā analizēta literatūra par uzņēmējspēju attīstīšanu, radošo domāšanu, E. de Bono radošās domāšanas metodi, kā arī sociālo zinību standartu un mācību paraugprogrammas satura analīze sociālajās zinībās no 5. līdz 9. klasei.

Darba praktiskajā daļā ir izstrādāti piecu stundu (atbilstoši sociālo zinību standartam) tematiskie plāni, kas vērsti uz uzņēmējspēju un radošās domāšanas attīstīšanu.

Darba apjoms 82 lpp., 5 nodaļas un 3 pielikumi.

ABSTRACT

Author has developed a diploma paper “Edward de Bono's creative thinking methods for the use of developing of business skills in lessons of the social sciences studies for a ninth grade students ". The target of a diploma paper to develop business skills for 9th grade students by using Edward de Bono’s creative thinking technique. The task is to analyze a literature about development of business skills, to analyze a creative thinking, to looking for use a E. de Bono's creative thinking method, and to think how to use a studies standards of a social science, as well as usage of a good practice teaching lessons for the social sciences students for fifth to ninth grade.

In the practical part include five lessons thematic workshop (in line with social studies standards) with aim to develop how to use in practice a business skills and a creative thinking together.

Scope of a diploma paper is 82 pages, 5 chapters and 3 appendices.

SATURA RĀDĪTĀJS

| | |
|--|----|
| IEVADS | 5 |
| 1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS PRASMJU (UZŅĒMĒJSPĒJU) ATTĪSTĪŠANAS TEORĒTISKIE PAMATI | 8 |
| ___ 1.1. Uzņēmējdarbības veicināšanas nepieciešamība | 8 |
| 2. UZŅĒMĒJSPĒJU ATTĪSTĪŠANA SOCIĀLAJĀS ZINĪBĀS | 18 |
| 3. RADOŠĀ DOMĀŠANAS TEORĒTISKIE PAMATI | 24 |
| ___ 3.1. Radošās domāšanas vispārīgs raksturojums | 24 |
| 4. EDVARDA DE BONO RADOŠĀS DOMĀŠANAS METODE | 30 |
| ___ 4.1. Edvarda de Bono biogrāfija | 30 |
| ___ 4.2. Edvarda de Bono „Sešas domāšanas cepures” | 30 |
| ___ 4.3. Sešu domāšanas cepuru metodes izmantošanas rezultāti | 35 |
| ___ 4.4. Sešu domāšanas cepuru metodes izmantošana | 36 |
| 5. 9. KLASES SKOLĒNU UZŅĒMĒJSPĒJU ATTĪSTĪŠANAS IZPĒTE SOCIĀLO ZINĪBU STUNDĀS | 38 |
| ___ 5.1. Mācību stundu tematiskie plāni | 39 |
| ___ 5.2. 9. klases skolēnu uzņēmējspēju attīstīšanas izpētes aprobācijas rezultāti | 49 |
| NOBEIGUMS | 51 |
| LITERATŪRAS SARAKSTS | 53 |
| Pielikums Nr. 1 | 56 |
| Pielikums Nr. 2 | 71 |
| Pielikums Nr. 3 | 81 |

IEVADS

Skolēnu uzņēmības un uzņēmējspēju attīstīšana ir kļuvusi par vienu no izšķirošām pedagoģiskām problēmām Latvijā, sevišķi, ņemot vērā ekonomisko krīzi un straujās pārmaiņas, kas notiek postmodernās dzīves visās sfērās. Līdz ar to arī pedagoģijai tagad tiek izvirzīti jauni, īpaši uzdevumi – radīt visus priekšnoteikumus, lai veidotu uzņēmīgus un uzņēmējspējīgus pilsoņus, kuri ir atvērti pārmaiņām, nevairās no problēmām, bet ir gatavi tās risināt radoši un kompetenti, pamatojoties uz zināšanām un prasmēm, kuras tiek iegūtas, ne tikai gūstot pieredzi visas dzīves garumā, bet mācoties uzņēmējspēju iemaņas jau pamatskolā.

"21. gadsimtā ir vajadzīgs cilvēks, kas ne tikai ir apguvis zināšanas, bet prot arī radoši domāt un radoši darboties, t.i., radoši izmantot iegūtās zināšanas, kas ir spējīgs piemēroties straujām izmaiņām ekonomikā, politikā, kultūrā un tajā pašā laikā prot pats šīs izmaiņas radīt" (Rivža un Krūzmētra, 2007). Zināšanu sabiedrībā tieši tādu mēs redzam izglītotu cilvēku – viņš ir inovatīvs un uzņēmīgs, spējīgs sabalansēti apvienot savu intelektu ar prasmi globāli mainīgā pasaulē tā veidot savu dzīvi, lai realizētu savas potenciālās iespējas un izpildītu savu misiju (Дрыкер, 2004).

Šī problēma Latvijā ir dziļāka salīdzinājumā ar citām ES dalībvalstīm, jo Latvijā ir relatīvi zems uzņēmējdarbības aktivitātes un pašnodarbinātības līmenis, kas tiek saistīts ar iniciatīvas un uzņēmības trūkumu sabiedrībā (Bikse, 2009).

Uzņēmējdarbība kā viena no astoņām mūžizglītības pamatprasmēm Eiropas Kopienu komisijas dokumentā tika interpretēta kā zināšanu, prasmju un attieksmju kombinācija (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2006). Tomēr ir vairākas neskaidrības ne tikai attiecībā uz uzņēmējdarbības būtību, bet arī attiecībā uz tās lingvistiskām īpatnībām tulkojumā no angļu valodas uz latviešu valodu. No angļu valodas versijas (Commission of the European Communities, 2005) mūžizglītības pamatprasmē "*entrepreneurship*" latviešu valodā tika iztulkota kā "uzņēmējdarbība" (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2006). Bet lingvistisku īpatnību dēļ šis tulkojums saturiski nav precīzs.

Lai visu angļu valodā esošo zinātnisko literatūru, kas attiecas uz "*entrepreneurship*", varētu izmantot pilnā mērā arī latviešu valodā, darba autors šajā pētījumā vārdu "*entrepreneurship*" ar procesa nozīmi latviešu valodā tulko kā "uzņēmējdarbība", bet, ja tas angļu valodā lietots kā cilvēka raksturojumi: personiskās dotības un īpašības (Bikse, 2009), kā arī rīcība, kas nodrošina sekmīgu uzņēmējdarbību, tad tas tiek tulkots kā "uzņēmējspēja". Gadījumos, kad vārds "*entrepreneurship*" angļu valodā izmantots plašā nozīmē – gan kā process, gan kā cilvēka dotības un īpašību vai rīcību kopums, tad latviešu valodā tam atbilst

"uzņēmējdarbība un uzņēmējspēja". Eiropas Parlamenta un Padomes ieteikumā par pamatprasmēm mūžizglītībā var redzēt, ka šodien Eiropā ir tendence uzņēmējspējas (kā jau iepriekš tas tika parādīts, šo pamatprasmī precīzāk ir saukt par "uzņēmējspēju", nevis par "uzņēmējdarbību") būtību uztvert ne tikai saistībā ar ekonomisko kontekstu, bet daudz plašāk (20, 6.lpp.), jo kā mūžizglītības pamatprasmē tā tika interpretēta kā zināšanu, prasmju un attieksmju kombinācija, kas atbalsta indivīdus ne tikai ikdienas dzīvē mājās un sabiedrībā, bet arī darbavietā, palīdzot apzināties darba nozīmi un izmantot iespējas (Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis, 2006).

Tas tuvina jēdziena "uzņēmējspēja" ("*entrepreneurship*") izpratni jēdziena "uzņēmība" ("*enterprise*") izpratnei, jo "komercdarbības kontekstā, kā arī atklājot savu biznesu, uzņēmība saucas par uzņēmējspēju, bet uzņēmība cilvēkam vajadzīga arī tam, lai vadītu klubu, uzņemtu filmu, organizētu savu mājas saimniecību, vadītu mācību klasi, palīdzētu sev un citiem" (Kearney, 1999, 36. lpp.), tas nozīmē, ka uzņēmība ir plašāks jēdziens un aptver cilvēka visas darbības sfēras, bet uzņēmējspēja fokusējas uz ekonomisko darbību.

Sakarā ar maz pētīto un aktuālo problēmu par uzņēmējspējas attīstīšanu pamatskolā, tika izvēlēts diplomdarba temats:

„Edvarda de Bono radošās domāšanas metodes izmantošana uzņēmējspējas attīstīšanai sociālo zinību stundās 9. klasē”.

Pētījuma objekts:

Mācību process sociālo zinību stundās.

Pētījums priekšmets:

Skolēnu uzņēmējspējas attīstīšana 9. klasē.

Pētījuma mērķis:

Izpētīt 9. klašu skolēnu uzņēmējspēju attīstīšanas iespējas sociālo zinību stundās izmantojot Edvarda de Bono radošās domāšanas metodi.

Pētījuma uzdevumi:

1. Raksturot, kas ir uzņēmējdarbība (uzņēmējspēja).
2. Raksturot E. de Bono radošās domāšanas metodi.
3. Raksturot sociālo zinību standartu 9. klasei.
4. Izstrādāt mācību stundu tematisko plānu „E. de Bono radošās domāšanas metodes izmantošana uzņēmējspēju attīstīšanai sociālo zinību stundās 9. klasē”.
5. Pārbaudīt uzdevumus pedagoģiskajā praksē.

Pētījuma metodes:

1. Teorētiskās literatūras analīze.

2. Modelēšana.

3. Aprobācija.

Pētījuma bāze:

Rīgas Teikas vidusskolas 2010./2011. mācību gada 9. klašu 78 skolēni.

Diplomdarbs sastāv no ievada, 5 nodaļām, 8 apakšnodaļām, nobeiguma, izmantotās literatūras saraksta ar 36 vienībām un 3 pielikumiem.

1. UZŅĒMĒJDARBĪBAS PRASMJU (UZŅĒMĒJSPĒJU) ATTĪSTĪŠANAS TEORĒTISKIE PAMATI

1.1. Uzņēmējdarbības veicināšanas nepieciešamība

Jebkuras saimnieciskās darbības pamatcēlonis ir cilvēku nepieciešamības, to apmierināšana un nepieciešamību apmierināšanai vajadzīgo līdzekļu trūkums.

Katram cilvēkam ir nepieciešams apmierināt savu izsalkumu vai slāpes (nepieciešamības pēc pārtikas) vajadzīgs apģērbs, mājoklis un drošības garantijas (lai būtu darbs, veselība, vecumdienu nodrošinājums, fiziskā drošība utt.). Bez tam, parādās arī izteiktas luksus nepieciešamības – auto, ceļojumi u.c. Tā visa iegūšanai ir vajadzīgs noteikts līdzekļu daudzums, kas, diemžēl vienmēr ir nepietiekošs, lai varētu apmierināt visas radušās nepieciešamības.

Rodas problēma, kā izdevīgāk un lietderīgāk sadalīt katra rīcībā esošos deficītos līdzekļus starp dažādām alternatīvām, vai, ekstremālā situācijā, visus līdzekļus ieguldīt viena vienīga mērķa sasniegšanai. Tas noteiks katra indivīda tālāko saimniecisko darbību. Saimnieciskā darbība var izpausties ne tikai kā savu personīgo nepieciešamību apmierināšana, bet kā darbība citu cilvēku nepieciešamību apmierināšanai. Līdz ar to, katras saimnieciskās jeb ekonomiskās aktivitātes dzinējspēks ir cilvēka vajadzību izzināšana un apmierināšana.

Līdzekļi, kas nepieciešami vajadzību apmierināšanai ir ekonomiskie labumi. Tomēr labumiem, lai tie atbilstu ekonomiskajiem labumiem, ir jāpiemīt sekojošām īpašībām:

1. tiem tieši vai netieši jākalpo cilvēku nepieciešamību apmierināšanai;
2. tādēļ, ka nepieciešamība tiek apmierināta, ekonomiskie labumi tiek iekāroti un kļūst pieprasīti, un relatīvi deficīti tik ilgi, kamēr noteiktā vietā un laikā nav pieejami neierobežotā daudzumā;
3. ja ekonomiskie labumi kļūst pieprasīti un ir taisnīgi pret citiem labumiem apmaināmi, tie kļūst tirgus spējīgi un iegūst cenu. (24, 4.lpp.)

Visi ekonomiskie labumi dalāmi produktos un pakalpojumos.

Fakts, ka uz Zemeslodes visi resursi jeb ekonomiskie labumi ir deficīti, katrai cilvēku sabiedrībai uzdod uzdevumu atrisināt trīs saimnieciskās kārtības pamatjautājumus. Pie kam ir pilnīgi vienalga, vai tā ir pirmatnējā cilts Amazones džungļos vai valsts ar centralizēti plānotu tautsaimniecību. Šie pamatjautājumi ir:

1. Kādi produkti un pakalpojumi jārada?
2. Kā, kādā veidā un ar kādiem palīg līdzekļiem šie produkti un pakalpojumi ir jārada?

3. Kam jāsaņem radītie produkti un pakalpojumi?

Uz visiem šiem jautājumiem atbildes cenšas rast uzņēmējs, kurš dibina uzņēmējdarbību.

Uzņēmējdarbība ir saimnieciska darbība - ražošana vai pakalpojumu sniegšana, ko veic uzņēmējs ar noteiktu mērķi - parasti peļņas gūšanu. (24, 10.lpp.)

Lai uzsāktu uzņēmējdarbību, nepieciešama drosmē ieguldīt savus līdzekļus mērķa sasniegšanā, „cīņā” ar konkurentiem. Vārds *uzņēmējdarbība* liecina, ka cilvēkam, kas veido uzņēmumu ir jābūt uzņēmīgam.

Sākot uzņēmējdarbību, nepieciešams visu rūpīgi pārdomāt un izplānot, kā arī godīgi atbildēt sev uz šādiem jautājumiem:

- Kāpēc es gribu nodarboties ar uzņēmējdarbību?
- Vai man patiks to darīt?
- Vai man ir pietiekama pieredze un zināšanas?
- Vai cilvēkiem man uzņēmums ir vajadzīgs? (23, 46.-47.lpp.)

Uzņēmējdarbības kompetence (*Autora piezīme* - vispārējas spējas, kuras balstās uz zināšanām, prasmēm, vērtībām un attieksmi, kas tiek attīstītas cilvēka izglītošanas procesā) attiecināma uz:

- indivīda spējām pārvērst idejas darbībā,
- radošu pieeju,
- inovāciju un riska uzņemšanos,
- spēju plānot un vadīt projektus,
- izvirzīto mērķu sasniegšanu,
- darba nozīmes apziņu,
- priekšrocību izmantošanu.

Jebkurš cilvēks, kurš apguvis tirgus ekonomiskos pamatus, zina, ka tās pamatproblēmu veido divi fakti:

1. Sabiedrības materiālās vajadzības ir neierobežotas.
2. Ekonomiskie resursi (zeme, darbs, kapitāls, uzņēmējspējas) ir ierobežoti vai reti. (23, 47.lpp.)

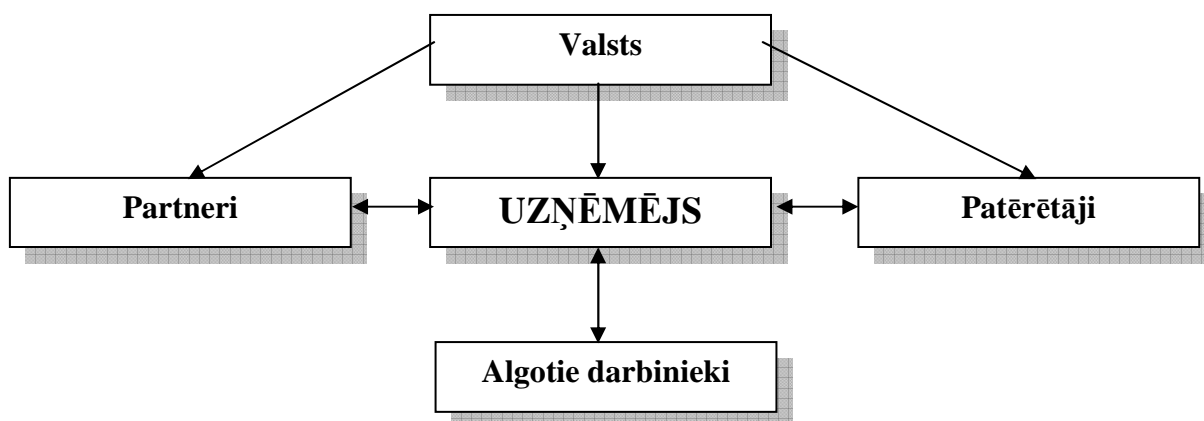
Tātad uzņēmējspējas ir viens no saimniekošanas procesa pamatfaktoriem, kas apvieno pārējos resursus vienotā ražošanas procesā, un bez šīm spējām nevar funkcionēt tirgus saimniecība. Taču uzņēmējspēja nav tas pats, kas uzņēmējdarbība; uzņēmējspēja ir potenciāls, kas var palikt neizmantots. Uzņēmējdarbība ir minēto spēju izmantošana. Uzņēmējspēju īpašnieks var dibināt un vadīt pats savu uzņēmumu vai arī kļūt par citam uzņēmējam piederoša uzņēmuma vadītāju.

Uzņēmējdarbība ir uzņēmēja līdzekļu ieguldīšana un ilgstoša vai sistemātiska ekonomiska darbība, lai gūtu peļņu. (23, 47.lpp.)

Lai ilustrētu jēdziena *uzņēmējdarbība* specifisko nozīmi, var minēt sekojošas uzņēmēja funkcijas:

1. Uzņēmējs kļūst par pārējo ražošanas faktoru savienošanas iniciatoru.
2. Uzņēmējs tiesisko normu ietvaros pieņem galvenos lēmumus uzņēmējdarbības procesā.
3. Uzņēmējs parasti ir novators, kurš peļņas apsvērumu dēļ tiecas ieviest jaunas preces, ražošanas tehnoloģijas un jaunas uzņēmējdarbības organizācijas formas.
4. Uzņēmējs ir cilvēks, kas riskē, jo tirgus ekonomikas apstākļos peļņa nav garantēta. Viņš riskē ar savu laiku, darbu, reputāciju un ieguldītajiem līdzekļiem, jo peļņas vietā var ciest zaudējumus vai pat sliktākajā gadījumā bankrotēt. (23, 48.lpp.)

Galvenais uzņēmējdarbības kā ekonomiskās aktivitātes subjekts ir uzņēmējs. Taču uzņēmējs nav vienīgais subjekts, viņam ir jāsadarbojas ar patērētājiem, valsti, partneriem un algotiem darbiniekiem (1. shēma).



1.1. att. Uzņēmējdarbības subjekti

Savukārt uzņēmējs ir cilvēks, kas uzņemas risku un dibina uzņēmumu. Vairumā gadījumu uzņēmējs ir persona, kurai piemīt iniciatīva un spēja saredzēt tirgus iespējas.

Latvijas uzņēmējs sāk savu darbību apstākļos, kad tirgus ekonomika strauji attīstās un tirgus vēl nebūt nav piesātināts. Tas paver tādas peļņas iespējas, kādu nav attīstītākajās zemēs. Bez tam jāatceras, ka uzņēmēji, veidojot jaunus uzņēmumus, rada arī jaunas darba vietas. (16, 19.lpp)

Uzņēmēji ir ne tikai savas peļņas guvēji, bet arī tie, kas virza valsts ekonomisko attīstību.

Pasaulē nav viennozīmīgs uzņēmējam būtiski svarīgo īpašību saraksts. Tomēr eksistē iezīmes, kurām jāpiemīt uzņēmējiem:

- spējīgi riskēt;
- būt radošiem;
- ar vēlmi uzņemties atbildību;
- pārliecināti par savām spējām gūt panākumus;
- grib ātru atdevi;
- enerģiski;
- iet uz priekšu par spīti šķēršļiem;
- mācās no savām kļūdām;
- apzinās mērķus un spēj tos sasniegt;
- labi strādā kopā ar citiem cilvēkiem;
- orientējas uz nākotni;
- labi organizatori;
- izturīgi pret atteikumu, šaubām un stresu;
- pieņem lēmumus un izpilda tos;
- pats svarīgākais viņiem ir pienākuma izjūta. (16, 21.lpp.)

Kā arī:

- aktivitāte, gatavība daroties nenoteiktos apstākļos;
- prasme veidot attiecības ar cilvēkiem, prasme vadīt cilvēkus;
- prasme izskaitļot situāciju, aprēķins;
- mārketinga domāšana (ietver tirgus procesu izpratni, orientēšanos uz klientu). (23, 51.-52.lpp.)

Uzņēmējspējas ir cilvēka personisko dotību un īpašību kopums (orientācija uz rezultātu, atbildība, mūžizglītība un gatavība riskēt, iniciatīva, uzņēmīgums, projektu vadīšanas spējas, jauninājumu ieviešana, elastība, pašorganizācija, jaunrade, ideju īstenošana darbībā, prasme domāt, drosmē kļūdoties, kontaktēšanās), kas nodrošina sekmīgu uzņēmējdarbību.

Uzņēmējspēju attīstības definīcijas būtiskākie aspekti:

- *Pirmais aspekts* ietver noteiktu cilvēka īpašību, spēju, prasmju kopumu, kas ir jāattīsta, lai veidotu uzņēmējspējas, t.i., vadītāja, sociālās, personas kompetences un uzņēmīguma īpašības, kas nepieciešamas sekmīgas

uzņēmējdarbības veikšanai. Tas nav tieši orientēts uz jaunu uzņēmumu veidošanu.

- *Otrais aspekts* skar uzņēmējspēju veidošanas procesu katrā atsevišķā izglītības sistēmas pakāpē, saistot to jau ar konkrētu uzņēmumu veidošanu, jauniešu iesaisti noteiktā praktiskā nodarbē vienlaikus ar zināšanu apguvi, tādējādi nodrošinot jauniešu apzināšanos par pašnodarbinātību kā iespējamu karjeras izvēli (iespēju būt ne tikai darbiniekam, bet arī uzņēmējam).

Uzņēmējdarbības izglītība ietver divus būtiskus aspektus:

- *Pirmais* atspoguļo plašāku skatījumu, lai izglītība tiktu orientēta uz uzņēmējdarbībai raksturīgas attieksmes un prasmju attīstību, kas saistīta ar noteiktu cilvēka personisko īpašību kopuma veidošanu, bet nav tieši orientēta uz jaunu uzņēmumu veidošanu.
- *Otrs* skar uzņēmējdarbības kompetences attīstīšanas procesu katrā atsevišķā izglītības sistēmas pakāpē, saistot to jau ar konkrētu „mini-uzņēmumu” veidošanu un vadīšanu, jauniešu iesaisti noteiktā praktiskā nodarbē vienlaikus ar zināšanu apguvi, ievērojot principu – „mācīties darot”.

Zinātnieku un Eiropas Komisijas ekspertu svarīgākā atziņa (18):

Uzņēmējspējas ir nepieciešams attīstīt ne tikai tiem kas studē ekonomiku un vadības zinības, bet arī citu zinātņu nozarēs studējošiem, it īpaši inženieriem, biologiem, fiziķiem, ķīmiķiem, matemātiķiem. (18)

Ekonomistes V. Bikses veiktie pētījumi¹ 2003. un 2007. gadā liecina, ka vairums Latvijas respondentu zināšanas un prasmes par uzņēmējdarbību ir ieguvuši vidusskolā, mācoties *Biznesa ekonomikas pamatus* un piedaloties dažādos ārpusstundu pasākumos. Paši aptaujātie novērtē, ka prasmes un uzņēmējspējas, piedaloties šajos pasākumos, ir attīstījuši tikai 34%, pārējiem tās ir viduvējas vai vājas, bet vienai ceturtdaļai to vispār nav, jo viņi netika iesaistīti ar uzņēmējdarbību saistītos pasākumos. Līdz ar to tikai 10,4% 2003. gadā un 12,7% 2007. gadā no aptaujāto kopskaita uzskatīja, ka viņiem ir ar uzņēmējdarbību saistīta ideja un viņi ir motivēti nākotnē veidot savu uzņēmumu. Vairums aptaujāto (59,9% 2003. gadā un 70,3% 2007. gadā) norāda, ka vidusskolā viņi tiek orientēti galvenokārt studijām augstskolā, lai iegūtu specialitāti un strādātu labi atalgotu darbu. Pētījumi liecina, ka vidusskolā mācību process netiek īstenots vienotībā ar uzņēmējdarbības kompetences attīstību. Respondenti uzskata, ka vidusskolā vajadzētu īstenot daudz mērķtiecīgāku darbu, mācību procesā veidojot ciešāku saikni starp teoriju un praksi, iesaistot jauniešus noteiktā

¹ Pētījums „Latvijas progress uzņēmējdarbības izglītības attīstībā pēc iestājas Eiropas Savienībā”

praktiskā nodarbē vienlaikus ar zināšanu apguvi, un profesijas izvēlē orientēt viņus kļūt par pašnodarbinātiem. Lai veicinātu praktisko iemaņu apgūšanu, lielāku vērību jāpievērš sadarbībai ar uzņēmējiem, kā arī visu priekšmetu skolotāju izglītošanai uzņēmējdarbības jautājumos. (18)

Svarīgs ir 2006. gada 13. februāra Eiropas Komisijas sagatavotais ziņojums Padomei, Eiropas Parlamentam, Eiropas Ekonomikas un Sociālo Lietu Komitejai un Eiropas Reģionu Komitejai – **Kopienas Lisabonas programmas īstenošana: izmantojot izglītību un mācības, stimulēt uzņēmējdarbības garu.**²

Šajā ziņojumā ir dots visu iepriekšminēto priekšlikumu kopsavilkums. Tajā ir parādīts, kas būtu darāms, lai attīstītu uzņēmējspējas katrā izglītības sistēmas līmenī: pamatskolas, vidējās izglītības un augstskolas līmenī; kā vajadzētu mainīt skolu mācību programmas, uzsverot, ka visu līmeņu skolu mācību programmām jāaptver uzņēmējdarbība kā izglītības mērķis, kā arī izpildes pamatnostādnes; ka nepieciešams sagatavot skolotājus un atbalstīt skolas; īstenot saskaņotu rīcību valstiskā līmenī. (18)

Norādīts, ka

- *pamatizglītības līmenī* uzņēmējdarbības mācību procesā svarīgi palīdzēt skolēniem attīstīt tādas personas īpašības kā patstāvība, radoša attieksme, iniciatīva un spēja uzņemties atbildību. Izmantojot aktīvās mācību metodes un bērnu dabisko ziņkāri, svarīgi, lai mācību procesā skolēni iegūtu priekšstatu par uzņēmēja lomu mūsdienu sabiedrībā. Mācību programmās varētu iekļaut vienkāršotu ekonomisko modeļu izpēti, projektu izstrādāšanu, lietišķās spēles un vietējo uzņēmumu apmeklējumus. Pamatskolas pēdējās klasēs vajadzētu veicināt skolēnos radošu pieeju ideju meklēšanā, iedrošināt viņus, lai, izmantojot vietējos resursus, savas idejas iemiesotu konkrētu lietu izgatavošanā, palīdzēt skolēniem pārdot izgatavotās lietas skolas tirdziņos un novērtēt iegūtos rezultātus; (37)
- *vidusskolas līmenī* svarīgi padziļināt zināšanas par uzņēmējdarbību, veidot skolēnos uzņēmējdarbības veikšanai nepieciešamās prasmes un attieksmes. Lai iegūtās teorētiskās zināšanas varētu pielietot praksē, svarīgi izmantot ārpusstundu pasākumus, kuru pamatā ir princips – “mācīties darot”. *Labākais risinājums ir integrēt šīs darbības mācību programmās, lai tās būtu pieejamas visiem skolēniem.* Piemēram, iesaistot skolēnus mini-uzņēmuma veidošanā, dodot jauniešiem iespēju kaut ko lietderīgu paveikt,

² http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/commplan.htm

just atbildību par sava darba rezultātiem, iegūt patiesu priekšstatu par ražošanu. Jānodrošina tādi apstākļi, lai jaunieši paši pieņem lēmumu, kā organizēt un vadīt ražošanu, novērtēt saimnieciskos rezultātus, tādējādi veicinot jauniešos iniciatīvas atraisīšanos, individuālo spēju un talantu atklāsmi, organizatora un vadītāja iemaņu apgūšanu, kas sekmētu skolēna pašapziņas veidošanos, ka nākotnē varētu kļūt par pašnodarbinātu personu; (18)

- uzņēmējspēju attīstība nebeidzas līdz ar vispārizglītojošās iestādes noteikta līmeņa pabeigšanu un profesijas izvēli. Gluži otrādi – tā vēl vairāk jāpastiprina un jāpadziļina *profesionālajās un augstākajās izglītības iestādēs*. To apstiprina arī V.Bikses pētījumi. Vairums aptaujāto respondentu (91.0%) uzskata, ka pamatzināšanas par to, kā uzsākt uzņēmējdarbību, to organizēt un vadīt, vajadzētu iegūt, apgūstot noteiktu profesiju, t.i., profesionālajās un augstākajās izglītības iestādēs. Respondenti norāda, ka nepieciešams nodrošināt mācību procesā teorijas un prakses vienotību, īstenojot radošu inovatīvu pieeju ekonomisko problēmu risināšanā. Studentiem ir jādod iespēja apliecināt savas prasmes konkrētā aktīvā darbībā, iesaistot viņus biznesa plāna izstrādē, uzņēmuma saimnieciskās darbības izvērtēšanā un analīzē, kredīta noformēšanā tirgus izpētē, ražošanas resursu iegādē un citu ar uzņēmējdarbību saistītu jautājumu risināšanā. (18)

Viens no svarīgākajiem priekšnoteikumiem, lai varētu veiksmīgi veidot savu biznesu jeb uzņēmumu, ir biznesa ideja.

Lai varētu radīt idejas, ir nepieciešami vairāki nosacījumi:

- jābūt radošai domāšanai – atvērtam visam jaunajam;
- jābūt spējām pamanīt jauno, jācenšas būt vērīgam;
- „jāredz” iespējas, jājūt tirgus. (16, 23.lpp.)

Radošā domāšana ir domāšanas veids, kas meklē jaunas idejas un iespējas, kas radoši vērtē situācijas, cilvēkus un lietas.

Būt radošam nozīmē būt:

- mainīgam;
- atšķirīgam;
- izdomātājam;
- veidotājam;
- jaunradim;

- jaunatklājējam;
- problēmu risinātājam;
- varošam;
- gribošam;
- oriģinālam;
- radītspējīgam. (16, 23.lpp.)

Lai sāktu domāt par idejām un biznesu, ir jābūt kādam ieganstam, iemeslam jeb, citiem vārdiem sakot, motivācijai. Motivācija ir ļoti individuāla un personiska parādība. Motivācija ir atkarīga no dažādiem faktoriem:

- no uztveres –

Katrs cilvēks redz pasauli no sava personiskā redzes viedokļa. Tāpēc arī pret lietām un notikumiem mēs katrs izturamies atšķirīgi. Pats svarīgākais, protams, ir tas, kā mēs uztveram paši sevi. Par spēcīgu motivatoru var kalpot vēlme pašapliecināties;

- no attieksmes un vērtībām –

Kā cilvēki vērtē visu to, kas ir ap viņiem. Vērtība var būt gan lieta, gan darbībai vai virzība, ko mēs uzskatām par svarīgāko savā dzīvē.

Kāda ir cilvēku attieksme pret citiem, vai viņiem ir svarīga apkārtējo attieksme pret cietiem apkārtējiem un to, ko mēs darām. Cilvēkus motivēs vēlēšanās, lai citi redz, ko viņi paveikuši. Vajadzība paveikt dzīvē ko nozīmīgu, piemēram, izveidot biznesu, ko atstāt pēctečiem, noteikti var kļūt par spēcīgu motivāciju;

- no intereses –

Cilvēku intereses var sakrist ar to, ko viņi dara, vai arī nesakrist. Tās var būt arī tiešas pretējas. Ir iespējams, ka kādu dienu cilvēki nolemj mainīt savu uzvedību un sāk darīt to, ko vēlas vai to, kas viņus interesē;

- no sajūtām –

Cilvēkiem bieži vien nepietiek ar to, ka apkārtējie ir sajūsmā par mūsu padarīto, mums ir nepieciešams just gandarījumu vai apmierinājumu;

- no personiskām īpašībām vai iezīmēm –

Cilvēkiem ir nepieciešams parādīt un izmantot arī personiskās rakstura īpašības, kuras viņi var atklāt tikai kādos noteiktos apstākļos, piemēram, darbojoties ar uzņēmējdarbību. Īpašības var būt ļoti dažādas – nosvērtība, pašpaļāvība, atbildība, dogmatiskums, piesardzīgums u.c. Saistībā ar motivācijas teoriju autors vēl piemin A.H. Maslova vajadzību hierarhijas teoriju.

Cilvēku vēlmes ne vienmēr atbilst tam, ko viņi patiešām var. Svarīgi noskaidrot, ko iespējams attīstīt vai apgūt.

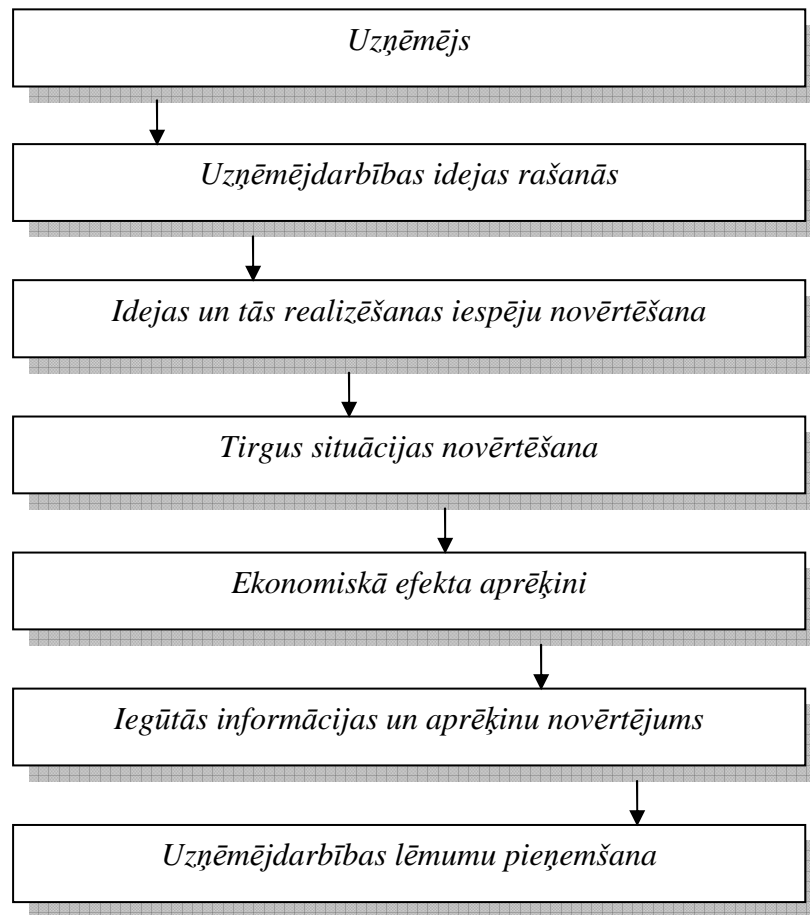
Cilvēkiem ir ideja, viņi zina, kāpēc dara un kā darīt, bet vai viņi ir padomājuši par visu vajadzīgo, lai sāktu ideju realizēt dzīvē? Vispirms ir jābūt idejai un tad jāizdara izvēle. Ja izvēle ir izdarīta, kļūst vieglāk, bet uzreiz rodas nākamais jautājums: kur ņemt naudu. Būtiskākā problēma ir nevis apstākļi, kur ņemt naudu, bet gan pārlicēbā, vai šo naudu varēs atdot noteiktajā termiņā un apjomā. Šeit parādās divas nākamās problēmas: atbildība un gatavība riskēt. Tieši tanī apstākļi parādās viena no uzņēmējdarbības pamatīpašībām – riska neizbēgamība. Uzņēmējs riskē ar saviem aizņemtajiem līdzekļiem. Ja topošais uzņēmējs pieņem šo risku un uzņemas atbildību, tad ir sperts vēl viens solis uzņēmēja lomas apgūvē. Galvenās problēmas uzņēmējam rodas saskarē ar klientiem. Ne visiem izdodas atrisināt divus uzņēmējdarbības pamatjautājumus: atrast savus klientus un pārdot viņiem to, ko tu piedāvā, par to cenu, ko tu uzskati par pieņemamu sev. Tieši spēja atbildēt uz šiem jautājumiem noteiks, vai jaunais uzņēmējs paliks biznesā vai nē. Uzņēmēja loma nebeidzas ar idejas rašanos un riska un atbildības uzņemšanos, tā pāraug vadītāja lomā, un tas notiek brīdī, kad paša radītā organizācija vairs neļauj vienam pašam veikt visus uzdevumus, liekot nodarboties ar citu cilvēku darba organizēšanu.

Uzņēmējdarbības idejas

Ja uzņēmējdarbības mērķis ir peļņas gūšana, tad šī mērķa sasniegšanas instruments ir preču ražošana un pakalpojumu sniegšana. Galvenais uzņēmējdarbības faktors ir reāla, realizējama uzņēmējdarbības ideja. Uzņēmēja rīcībā var būt kapitāls un viss uzņēmējdarbībai nepieciešamais, bet tam nav jēgas, kuras dēļ šo kapitālu iesaistīt ražošanas procesā.

Uzņēmējdarbības ideja ir precīza izpratne par to, kā un ar kādām uzņēmēja darbībām var apmierināt potenciālo pircēju vajadzības. (23, 55.lpp.)

Tādejādi viena no galvenajām uzņēmēja darbībām ir saistīta ar jaunu ideju uzkrāšanu, atlasīti un salīdzinošo analīzi, lai pieņemtu lēmumu, kuru no eksistējošām idejām realizēt dotajā laika momentā. (22, 53.lpp.) Uzņēmēja rīcības loģiku var attēlot shematiski.



1.2. att. Uzņēmēja darbības loģika (22, 56.lpp.)

Jaunām idejām uzņēmējdarbībā var būt dažādi avoti. Ideju radīšanai ir izstrādātas arī dažādas tehnikas. Viena no populārākajām un plašāk pielietojamām ideju ģenerēšanas tehnikām grupā ir spontānā ideju izteikšana – prāta vētra (*brainstorming*). Taču darba autors uzskata, ka Edvarda de Bono radošās domāšanas metode – *Sešas domāšanas cepures* metode ir efektīva tieši uzņēmējspēju attīstīšanai, jo tā ne tikai ģenerē jaunas idejas, bet arī apskata šo iespējamās uzņēmējdarbības riskus, ieguvumus, faktus, informāciju, intuīciju, kā arī emocijas.

Edvarda de Bono metodes ir vienkāršas, tai pašā laikā ļoti iedarbīgas. Tāpēc tā ir pielietojama jebkurā vecumā un dod iespēju sistemātiskā un saistošā veidā apgūt domāšanas prasmes. Mācot Sešu domāšanu cepuru skolēniem, tiek izkopta viņu prasme izteikt savas domas, vispusīgi apskatīt katru jautājumu, izprast un respektēt citu viedokļus, patstāvīgi pieņemt lēmumus. Autors uzskata, ka domāšanas cepures visefektīvāk mācīt atsevišķi, taču tā ir lieliski integrējama jebkurā mācību priekšmetā, kā, piemēram, sociālo zinību stundās.

2. UZŅĒMĒJSPĒJU ATTĪSTĪŠANA SOCIĀLAJĀS ZINĪBĀS

Darba autors izanalizējot sociālo zinību standartu (www.likumi.lv), kā arī pamatizglītības mācību priekšmeta programmas paraugu sociālajās zinībās (www.visc.gov.lv) secināja, ka uzņēmējspēju attīstīšanai ir atvēlētas ļoti maz stundas. Arī atvēlētās 5 stundas ir ļoti neveiksmīgas un neattīsta uzņēmējspēju, bet gan tikai dod priekšstatu, kas ir ekonomika.

Autors secināja, ka sociālo zinību standartā ir atrodama sekojoša informācija:

„Mācību priekšmeta mērķis:

Sekmēt skolēnu gatavību pieņemt un īstenot sociāli atbildīgus lēmumus personiskajā, profesionālajā un sabiedriskajā dzīvē demokrātiskā sabiedrībā.

Mācību priekšmeta uzdevumi:

7.–9. klases posmā radīt skolēnam iespēju:

3. izprast, kā personības tikumisko izaugsmi ietekmē ģimenes, personiski pieņemtās vērtības un sabiedrībā pieņemtās ētiskās normas un principi, raksturot savas ģimenes ētiskās vērtības un novērtēt savas ģimenes ieguldījumu savas personības veidošanā;
4. novērtēt pieklājības nozīmi saskarsmē un apgūt lietišķās etiķetes pamatus;
5. apzināties veselību kā vērtību, pārliecināties par veselīgu paradumu priekšrocībām;
6. izprast valsts pazīmes, demokrātiskas tiesiskas valsts būtību;
7. izprast pieprasījuma un piedāvājuma likumsakarības.”³

Pamatizglītības mācību priekšmeta programmas paraugs sociālajās zinībās no 1. līdz 9. klasei. (www.visc.gov.lv)

Darba autors vienīgo tematu par uzņēmējdarbību atrada 9. klases mācību priekšmeta programmas paraugā

8. TEMATS: Komercedarbības pamati. (www.visc.gov.lv)⁴

Komercedarbība, tās formas. Komercedarbības finansēšanas avoti. Ražošana.

Biznesa plāns. Finanšu iestādes un to sasniegtie pakalpojumi. Apdrošināšana.

Uzdevumi: palīdzēt skolēniem

- rast izpratni par ražošanas, mārketinga un finanšu resursu būtību,
- attīstīt prasmi analizēt ekonomiskās dzīves situācijas.

Apguvei paredzētais laiks: līdz 5 stundām.

³ http://www.mk.gov.lv/doc/2005/IZMnotp17_220506_SocZinibas.doc

⁴ <http://visc.gov.lv/saturs/vispizgl/programmas/pamskolai/soczin.pdf> (68.lpp.)

Ieteicamās tēmas komercdarbības pamatos⁵

- Kas ir komercdarbība, kādi ir tās veidi?
- Kādi ir komercdarbības finansēšanas avoti?
- Kādi ir komercdarbības finansēšanas avoti?
- Uzzināt, kādi ir komercdarbības veidi tuvākajā apkārtnē!
- Kas ir banka?
- Kādas ir bankas funkcijas?
- Kādus pakalpojumus ir iespējams saņemt bankā?

Sasniedzamais rezultāts komercdarbības pamatos⁶

- Zina, kas ir komercdarbība, un prot to raksturot.
- Zina cilvēku saimnieciskās darbības veidus un principus, cilvēku ekonomiskās vēlmes un vajadzības, pieprasījuma un piedāvājuma likumsakarības, cenu veidošanās principus, ražošanas faktoros, komercdarbības veidus un finansēšanas avotus, valsts ekonomiskās sistēmas.

Izvilums no sociālo zinību standarta ekonomiskajiem tematiem, kas pieejami Ministru kabineta noteikumos Nr.1027⁷:

Rīgā 2006.gada 19.decembrī (prot. Nr.68 10.§)

Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu standartiem. Izdoti saskaņā ar Izglītības likuma 14.panta 19.punktu un Vispārējās izglītības likuma 4.panta 11.punktu.

17. pielikums Ministru kabineta 2006. gada 19. decembra noteikumiem Nr.1027⁸

Sociālās zinības. Mācību priekšmeta standarts 1. – 9. klasei

I. Mācību priekšmeta mērķis un uzdevumi

1. Mācību priekšmeta „Sociālās zinības” mērķis ir sekmēt sociālo procesu izpratni, kā arī izglītojamā gatavību pieņemt un īstenot sociāli atbildīgus lēmumus personiskajā, profesionālajā un sabiedriskajā dzīvē demokrātiskā sabiedrībā.
2. Mācību priekšmeta „Sociālās zinības” uzdevums ir radīt izglītojamam iespēju:
 - 2.1. veidot izpratni par sabiedrības sociālpolitiskās un ekonomiskās attīstības likumsakarībām un ētisko vērtību kopumu;

⁵ <http://visc.gov.lv/saturs/vispizgl/programmas/pamskolai/soczin.pdf> (68.lpp.)

⁶ turpat

⁷ <http://www.likumi.lv/doc.php?id=150407&from=off>

⁸ 17. pielikums Ministru kabineta 2006. gada 19. decembra noteikumiem Nr.1027 (<http://www.likumi.lv/doc.php?id=150407&from=off>)

II. Mācību priekšmeta obligātais saturs

4. Sociālpolitisko un ekonomisko norišu un personības attīstības pētīšana un interpretēšana:
 - 4.1. mērķtiecīga, atbildīga, iecietīga sadarbība mācību un sociālo problēmu risināšanā;
 - 4.2. mācību darba plānošana un vērtēšana;
 - 4.3. darbs ar informāciju;
 - 4.4. sabiedrības un personības pētīšana un interpretēšana.
5. Izpratne par cilvēka un sabiedrības attīstības norisēm un likumsakarībām:
 - 5.9. ekonomikas pamatproblēma un pamatjautājumi;
 - 5.10. patērētājs ekonomikā;
 - 5.11. ražotājs ekonomikā;
 - 5.12. valsts loma ekonomikā.

V. Pamatprasības mācību priekšmeta apguvei, beidzot 9. klasi

15. Sociālpolitisko un ekonomisko norišu un personības attīstības pētīšana un interpretēšana:
 - 15.1. ar piemēriem ilustrē sekmīgu sadarbību;
 - 15.2. pauž savu viedokli vai piedāvā problēmas risinājumu un uzklausa citu viedokli kopīgo mācību un sociālo mērķu sasniegšanai;
 - 15.3. prot saskaņot savas un citu vajadzības, meklējot problēmu risinājumus;
 - 15.4. spēj pieņemt kompromisu kopīgo mācību un sociālo mērķu sasniegšanai;
 - 15.5. mācību un sociālo mērķu sasniegšanai sniedz atbalstu citiem grupas biedriem;
 - 15.6. pārvalda savas emocijas saskarsmē un sadarbībā;
 - 15.7. pieņem un ciena citus grupas biedrus (tolerance);
 - 15.8. sadarbojas ar citiem, piedaloties vietējai sabiedrībai nozīmīgos projektos;
 - 15.9. uzņemas atbildību par savu ieguldījumu kopīgo mācību mērķu sasniegšanai;
 - 15.10. atbilstoši grupas mērķiem izstrādā un, ja nepieciešams, ierosina mainīt grupas darba noteikumus;
 - 15.11. prot publiski uzstāties par grupas darba rezultātiem;
 - 15.12. prot vērtēt mācībām nepieciešamo laiku un veikt nepieciešamās korekcijas;
 - 15.13. prot plānot mācību darba secību, mācīšanās gaitā vērtēt savu mācīšanos un veikt nepieciešamās korekcijas mācību uzdevuma veikšanas secībā;
 - 15.14. ir atradis sev piemērotāko veidu, kā organizēt mācīšanos, un spēj pastāstīt par to citiem;
 - 15.15. prot kopā ar grupas biedriem formulēt mācību sasniegumu kritērijus un vērtēt savu un citu skolēnu veikumu atbilstoši kritērijiem;

15.16. izmanto mērķtiecīgu jautājumu uzdošanu kā personības un sabiedrības pētīšanas instrumentu;

15.17. apzinās un pieņem domu, ka uz vienu jautājumu par personību un sabiedrību var būt vairākas pareizas atbildes;

15.18. atbilstoši mācību mērķim patstāvīgi izvēlas un lieto piemērotus informācijas avotus;

15.19. kritiski novērtē, izvēlas un izmanto mācību uzdevumam atbilstošu informācijas ieguves veidu;

15.20. prot dažādos veidos sistematizēt un apkopot informāciju, arī izmantojot grafiskās formas (tabulas, shēmas, domu kartes);

15.21. izvēlas un pareizi lieto sociālo zinību terminus (atbilstoši standarta pamatprasību sadaļai "Izpratne par cilvēka un sabiedrības attīstības norisēm un likumsakarībām");

15.22. prot prognozēt savas rīcības sekas, balstoties uz cēloņu un seku mījsakarību izpratni;

15.23. prot analizēt dažādus viedokļus, izvērtējot faktus, un argumentēti aizstāvēt savu viedokli;

15.24. prot atbilstoši mērķim analizēt, novērtēt un izmantot intervijā iegūto informāciju;

15.25. prot atbilstoši uzdevumam sastādīt anketu, apkopot un analizēt aptaujas rezultātus.

16. Izpratne par cilvēka un sabiedrības attīstības norisēm un likumsakarībām:

16.32. zina, kas ir komercdarbība, un prot to raksturot;

16.33. zina, kas ir nodokļi, izprot to nepieciešamību; zina, kā tiek iekasēti nodokļi; prot aprēķināt galvenos nodokļus: pievienotās vērtības nodokli (PVN), sociālās apdrošināšanas iemaksu, ienākuma nodokli;

16.34. zina, kas ir darba tirgus un kādas ir iespējas tajā iesaistīties;

16.35. zina, kas ir bezdarbs, ar piemēriem prot raksturot tā veidus un zina, kādas ir valsts sociālās garantijas;

16.36. lieto matemātiskās prasmes finanšu aprēķinos (piemēram, valūtas maiņas kursa, kredītprocentu, nodokļu aprēķinos).

Darba autors secina, ka uzņēmējdarbības jeb komercdarbības temati ir nepietiekami, lai skolēnos attīstītu uzņēmējspējas.

Izglītības un zinātnes ministrija (IZM), īstenojot uzņēmējdarbības izglītības ieviešanu visās izglītības sistēmas pakāpēs, ir veikusi šādus pasākumus:

- *pamatizglītības posmā* ir vērojams progress, jo daži jautājumi par uzņēmējdarbību un radošo spēju attīstība ir iekļauti mācību priekšmeta *Sociālās zinības* standarta saturā no 1.-9. klasei (Ministru Kabineta 2006. gada 19. decembra noteikumi Nr.1027 „Noteikumi par valsts standartu pamatizglītībā un pamatizglītības mācību priekšmetu

standartiem”), tie ir integrēti arī mācību priekšmeta *Mājturība un tehnoloģijas* saturā. (18)

- attiecībā uz radošo spēju attīstību *IZM Valsts jaunatnes iniciatīvu centrs* īsteno valsts nozīmes pasākumus, radot bērniem un jauniešiem iespēju radoši pašizpausties. Uzņēmējdarbības izglītības jomā katru gadu tiek organizēts skolēnu pētniecisko darbu konkurss, kas veicina skolēnu radošo spēju attīstību. Augstākās izglītības līmenī studentu radošums tiek attīstīts, iesaistot viņus laboratorijas darbos, izstrādājot bakalaura vai maģistra darbu, kā arī iesaistoties zinātniskajā darbā. Īpašs uzsvars tiek likts uz studentu iesaistīšanu zinātniskajā darbā, kas attīsta studentos problēmsituāciju risināšanas prasmes. (18)
- *Pedagogu sagatavošana*. Sociālo zinību ekonomikas skolotāji sākotnējo izglītību iegūst, studējot augstākās izglītības iestādēs, kurās tiek īstenotas programmas „Pamatizglītības sociālo zinību skolotājs” un „Vidējās izglītība ekonomikas skolotājs”. Atbilstoši Ministru Kabineta noteikumiem par vidējās izglītības ekonomikas skolotāju drīkst strādāt arī personas, kas ieguvušas augstāko izglītību ekonomikas nozarē (apgūstot profesionālās pilnveides kursu pedagoģijā). Tālākizglītības programmu ietvaros ir iespējams pilnveidot savu profesionālo meistarību priekšmetu skolotājiem septiņās profesionālās pilnveides kursu programmās sociālajās zinībās (pamatizglītība) un četrās ekonomikas un komerczinībās. (18)

Visos izglītības sistēmas līmeņos uzņēmējdarbības kompetences attīstība balstās galvenokārt uz zināšanām un izpratnes veidošanu, ko dod ekonomikas priekšmetu apgūšana. Nav izstrādāta metodika valstiskā līmenī, kā integrēt praktiskās darbības mācību un studiju programmās, lai tās īstenotu vienotībā ar uzņēmējdarbības teorētisko principu apgūšanu. Nav arī izstrādāta metodika kā uzņēmējdarbības kompetences veidošanas elementus integrēt citos mācību priekšmetos un attīstīt uzņēmējdarbībai nepieciešamās personas īpašības saistībā ar pārējo pamatkompetenču attīstību.

Uzņēmējdarbības izglītības studiju programmu, kursu un mācību metožu pilnveides jautājumi vēl arvien netiek uztverti kā svarīgi nacionālās politikas, konkrētu ministriju darbības virzieni (18):

- jānorāda, ka ļoti bieži jēdzienu *uzņēmējdarbības kompetence* (uzņēmējspējas) saprot pārāk šaurā nozīmē – kā biznesa aktivitātes, ka tās var attīstīt, apgūstot tikai zināšanas ekonomikas priekšmetos. Tā tas nav. Mūsdienās uzņēmumu struktūrā dominē mikrouzņēmumi, arvien vairāk veidojas attālināta darba veidi, pieaug pašnodarbinātā statuss

tautsaimniecībā. Līdz ar to mācību procesā nedrīkst ietvert tikai tehnisko orientāciju. (18, 42.lpp.)

- šajā sakarā Andris Anspoks Tautsaimniecības padomes sēdē norāda, ka ir jā sagatavo jauni speciālisti inženieri – uzņēmēji, kas spētu komercializēt idejas un vadīt uzņēmumus. „Inženierim ir jābūt arī uzņēmējam. Tikai šādos apstākļos arī pie mums daudz lielākā skaitā radīsies tādi uzņēmumi, piemēram, kā *Hewlett-Packard*, *Apple* vai *Nokia*. Tehniskie parki un inkubatori ir tikai vide, kas ļauj iniciatīvu attīstīt, bet galvenais kapitāls ir cilvēki, kas ir mērķtiecīgi apmācīti ne tikai inženierzinātnēs, bet arī uzņēmējdarbības un ideju komercializācijas principos un praksē”. [*Izglītība un kultūra, 2004 . gada 1. jūlijs, 7. lpp.*] (18, 43.lpp.)

Izanalizējot Izglītības un Zinātnes ministrijas dokumentus var secināt, ka uzņēmējdarbības prasmju (uzņēmējspēju) apguve pamatskolā ir nepietiekama, jo tai ir paredzētas piecas mācību stundas. Uzņēmējspēju tēmas citos mācību priekšmetos arī nav integrētas. Komercedarbību tēmā paredzētajā mācību priekšmetā *sociālās zinības* uzņēmējspēju attīstīšanai ir vājas. Nepieciešama būtu tēmu izvēršana un daudzveidošana, lai skolēns patiešām būtu spējīgs pietiekami ilgstošā procesā, piemēram, viena semestra garumā, attīstīt uzņēmējspēju. Pamatskolas līmenī tas varētu būt skolēnu mācību firmu veidošana, uzņēmējdarbības ideju ģenerēšana, biznesa plāna sastādīšana un tamlīdzīgi.

3. RADOŠĀ DOMĀŠANAS TEORĒTISKIE PAMATI

3.1. Radošās domāšanas vispārīgs raksturojums

Kultūras sociāli ekonomiskā situācija, ko nosaka globalizācijas process – datorizācija, brīvā tirgus ekonomika, multikulturālā vide, zināšanu pieejamība, informācijas plūsmas – vairākās nozarēs kreativitāte jeb radošums tiek uzskatīta par nepieciešamību izdzīvošanai 21. gadsimtā. (35) Kā argumentē R. Šternbergs un T. Lubarts (*Sternberg&Lubart*), kreativitāte ir augsti vērtējams cilvēku potenciāls, jo radoša personība vieglāk adaptējas pārmaiņām, turklāt arī radot izmaiņas individuālajā un sabiedrības līmeņos, attīstot tos. (32)

Kreativitāte jeb radošums ir grūti definējams jēdziens. Nav apšaubāms, ka kreativitāte ir saistīta ar kaut kā jauna, oriģinālu radīšanu. Taču pastāv dažādi uzskati par to, no kā šis radīšanas process sastāv un cik izplatīta ir kreativitātes spēja. Daudziem cilvēkiem kreativitāte asociējas ar mākslām. Savukārt radošajām mākslām nereti pretstata zinātnes, kuras skolās parasti māca kā neradošas. (34) Īstenībā kreativitāte ir raksturīga ne tikai mākslai, bet arī izciliem sasniegumiem dažādās zinātņu nozarēs, piemēram, matemātikā, tehnoloģijās, politikā, biznesā un visās ikdienas dzīves jomās.

Kreativitāte – visā mācību procesā attīstāms, sekmējams psihisks process. Liela nozīme kreatīvas personības veidošanā ir radošajai darbībai. Radošā darbība ir pašstimulējošs process, kuru raksturo personības tieksme sevi īstenot. (8)

Pirmkārt, radošais process vienmēr ir saistīts ar tēlainību domāšanā un darbībā. Otrkārt, šī tēlainība vienmēr ir mērķtiecīga, lai sasniegtu kaut ko noteiktu. Treškārt, šo procesu rezultātā vienmēr tiek radīts kaut kas oriģināls. Ceturtkārt, rezultātam ir jābūt saistītam ar mērķi. Tātad kreativitāte ir iztēles darbības rezultāts, kas izpaužas tādā formā, ka tās radītais galaprodukts ir gan oriģināls, gan vērtīgs. Šajā definīcijā apzināti tiek saglabāts oriģinālā lietotais vārds *creativity* (no angļu val. – radoša darbība), lai parādītu, ka tas oriģinālvalodā nozīmē ne tikai īpašības vai spējas, bet arī darbība.

Vēlme būt atšķirīgam, izcelties pūlī, pašapliecināties ir raksturīga mūsdienu cilvēku lielākajai daļai un it īpaši skolēnam pusaudžu vecumā. Šīs vēlmes dēļ skolēns ir ar mieru radoši pastrādāt.

Domāšanas kreativitāte izpaužas izskatot neatkarīgus, netradicionālus oriģinālus spriedumus redzot lietu un parādību vispārinājumus.

Domāšanas kreativitāti var attīstīt:

- palīdzot veidot spējas ieraudzīt problēmu, apzināties savu prasmi, neprasmī, uzdrīkstēšanos vai neuzdrīkstēšanos, izteikt savu iekšējo pasauli radošā darbībā. Tiklīdz skolēns ir apzinājies savu varēšanu un vēlēšanos, rodas motivācija darbībai;
- attīstot domāšanas veiklību, skolēns spēj izdomāt sava darba īstenošanai nepieciešamos materiālus, radošo enerģiju izmanto sev labvēlīgā veidā, dara reālu darbu, neatliekot to uz nezināmu laiku;
- attīstot domāšanas elastību – kā spēju saprast jaunu viedokli un atteikties no vecā, mācīties saprast un līdzdzīvot ar citādi domājošiem, izmēģināt jaunas darba tehnikas, nebaidoties no iznākuma, priecāties par darba procesu;
- ļauj izpausties oriģinalitātei – kā spējai atteikties no šablona, spējai rast paradoksālus, negaidītus risinājumus, gūt baudu no darba procesa, nebaidīties arī tad, ja darba gala rezultāts neatbilst paša iecerēm;
- atbalstot zinātkāri – spēju brīnīties, ziņkārību – atvērtību visam jaunajam, bez spējas brīnīties skolēns nespēj pilnībā izjust jauna mākslas darba vai cita procesa baudījumu;
- ļauj izpausties drosmei radīšanas procesā – spējā pieņemt lēmumus noteiktā situācijā, nenobīties no secinājumiem un īstenot idejas līdz galam, piemēram, strādāt ar nestandarta metodēm, nezinot rezultātus. (8)

Smadzenes – ir pats svarīgākais cilvēka orgāns, ko cilvēks bieži vien par maz trenē. Jaunākie atklājumi stāsta par labās un kreisās smadzeņu pusložu sadarbības nozīmi. Kreisā smadzeņu puslode pamana problēmu, labā ģenerē jaunas idejas, kreisā novērtē idejas, labā atrisina problēmas utt. Smadzenēm ir daudz funkciju, bet radošiem mērķiem principā ir nepieciešamas – zinātne, atmiņa un jaunu sakarību veidošana.

„Ideja – tā ir vecu elementu kombinācija. Jaunu elementu nav. Ir tikai jaunas kombinācijas.” Gordons Draidens (*Gordon Dryden*) (8)

S. Rubinšteins radošo darbību saistīja ar subjekta aktivitāti. Viņš uzskatīja, ka jebkura darbība pēc būtības būs reproduktīva, ja subjekts tajā nebūs aktīvs, ja vadošā vieta nebūs atvēlēta subjektīvai sevis attīstībai. (3)

Pedagoģiskie pētījumi pierāda, ka reproduktīvās un radošās darbības dialektika tiek mērķtiecīgi virzīta uz tuvāko bērna attīstības zonu. Tā ir dotās saiknes pedagoģiskā jēga. Jāuzsver, ka runa ir nevis par to, lai katra nodarbība, katrs mācību procesa posms tiktu uzskatīts par radošu, bet par mācību procesa stratēģiju, kur noteicošā ir mācību procesa dalībnieku virzība un radošo darbību, uz pašattīstību, lai nepieciešamie reproduktīvie elementi tiktu uzskatīti par radošā procesa sastāvdaļu. Pamatot domājam, ka saikni starp reproduktīvo

un radošo darbību vajadzētu uzskatīt par izglītojošā procesa principu, par tā likumsakarību.
(3)

Svarīga loma ir priekšstatam par radošo darbību kā par pašstimulējošu procesu, kuru raksturo personības tieksme sevi realizēt. **Radošajā procesā personība pati sevi veido.** (3)

Kā norāda L. Ņebžidovskis (*Niebryzdovsky*) savā darbā (19), radošuma nepietiekamība ir izteikta: skolu vai augstskolu beidzēji nav spējīgi izmantot zināšanas, kuras tik daudz gadu viņi bija trenēti atcerēties. Atsaucoties uz H. Andersona (*Anderson*) (1), E. De Bono (*de Bono*) (7) un L. Ņebžidovska (19) pētījumu secinājumiem, ka indivīdam, izejot cauri izglītības procesam, samazinās kreativitāte, rodas jautājums: ko skolotājs spēj darīt, lai novērstu šīs svarīgās cilvēku prāta psiholoģiskās funkcijas neattīstību?

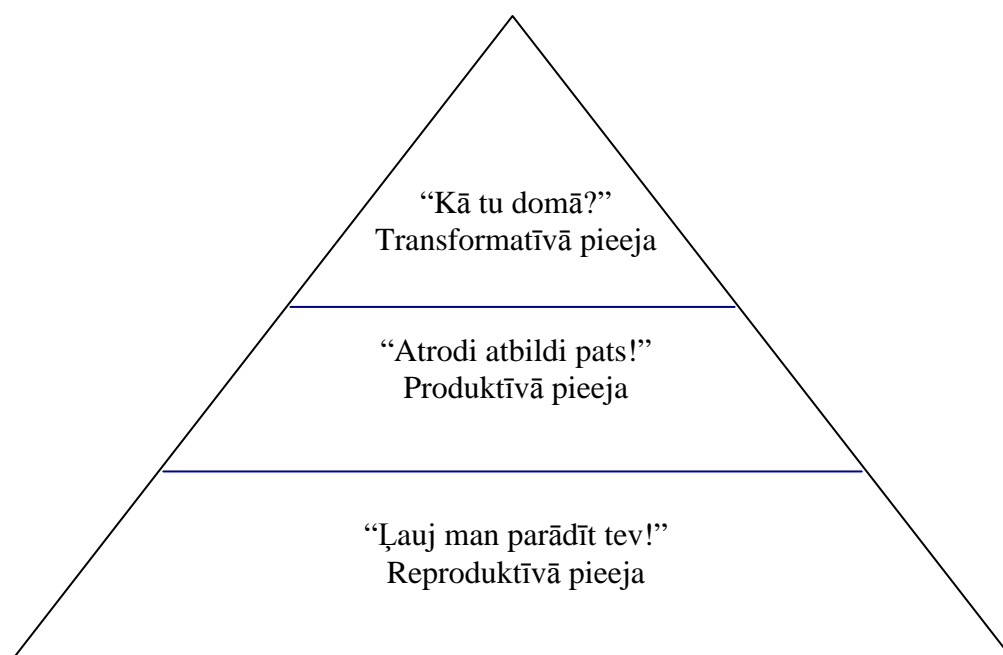
Svarīga loma radošuma attīstīšanā ir skolotājam. Skolotāja lomai var būt dažādi repertuāri un uzvedības veidi, un pamēģināt noteikt to lomas optimumu, kurš ļautu radošai domāšanai attīstīties. (6) Lai atbildētu jautājumiem, kas attīsta radošo domāšanu un ko var piedāvāt skolotājs, ir jānosaka, kas tad vispār radošā domāšana un kādas dotības un spējas vajadzīgas skolotājam, lai pildītu „radošās domāšanas veicinātāja” lomu.

Dažus skolotājus jau biedē pati ideja mācīt, domājot par radošumu, viņi it kā uztraucas par to, „kā uzdrošināties”, un dažādi kultivē mītus par kreatīvo domāšanu. (6)

Otra problēma ir saistīta ar nepietiekamu izpratni, kas tad radošums īsti ir un ko lai skolotājs dara ar šo parādību. Tomēr visi apzinās, ka tā ir vērtība, atklāti to neviens to nenoliedz. (6)

Būtu viegli atvērt grāmatu un izlasīt, kas ir radošā domāšana, kā to integrēti attīstīt līdzās analītiskajai domāšanai un praktiskajām iemaņām, kā uzreiz ieiet klasē un darboties. Bet tad radošums vairs nebūs radošums, ja tas smalki tiks definēts, sadalīts pa atsevišķām sastāvdaļām un tiks uzrakstītas instrukcijas tās lietošanai. Tāpēc tikai „radošajās mokās” pedagogs savā individuālajā ceļā var meklēt radošu pieeju mācību procesā, jo nav iespējams piedāvāt gatavu formulu vai recepti. Tikai radošs pedagogs, kam kreativitāte ir vērtība, var atrast, kā var attīstīt radošo domāšanu un to novērtēt.

Jaunajās pedagoģiskajās un psiholoģiskajās teorijās radoša domāšana atsevišķi netiek apskatīta, bet tā ir aplūkota kā nepieciešams noteikums domāšanai, personības attīstībai dzīves mācīšanās procesā; šeit tā ir izprasta kā spēja efektīvi risināt problēmsituācijas, izmantojot iepriekšējo pieredzi un savienojot to ar jaunā, situācijas prasībām. Lai notiktu domāšanas process, tam ir jābūt kreatīvam, lai notiktu attīstība, jābūt pašradīšanas un pašatklāšanas momentam. Lai būtu šie „momenti”, ir jābūt radošai mācīšanai. Tātad, ja māca bez radošuma, tad būtībā skolēns neiemācās domāt. Tas ir atspoguļots R.Fišera (*Fisher*) „Dažādu mācīšanas pieeju hierarhijā” (skat. 3.1. attēlu). (6)



3.1. att. Mācīšanās pieeju hierarhija pēc R. Fišera (11)

R. Fišers (11) izdalīja trīs līmeņus, pirmo nosaucot par „transmitera pieeju”, jo te notiek informāciju pasniegšana un instrukciju stingra kontrole, bērnam attīstās reproduktīvais domāšanas veids, jo skolotājs mēģina visu parādīt priekšā un pieprasa to atdarināt.

Otro līmeni viņš nosauca par „uz atklājumiem vērsto pieeju”, te skolotājs prot likt akcentu uz individuālajām atšķirībām informācijas uztverē un pārstrādē. Skolēnam attīstās produktīvais domāšanas veids, jo skolotājs stimulē bērna paša aktivitāti un nonākšanu līdz secinājumiem.

Iekšējās transformācijas notiek trešajā līmenī, te skolēns *pārstrādā* zināšanas, iekšēji *pārdomā*. Šo līmeni R. Fišers nosauca par „mācīšanu domāšanai”, un to raksturo bērna paša ideju iznēsāšana un realizēšana.

Tātad domāšana ir informācijas transformācijas process individuālajā līmenī, kas integrē kognitīvās spējas, problēmu meklējumu un risinājumu spējas, analīzi, sintēzi, salīdzināšanu.

No attīstības psiholoģijas, zināšanu uzkrāšana turpinās visu mūžu, un šim procesam var būt reproduktīvs, produktīvs vai transformatīvs raksturs, ja lieto Fišera terminoloģiju. Daudzi autori uzsver, ka domāšanas ieradumi jāmeklē bērnībā, kad kāds no domāšanas veidiem tiek nostiprināts. Šajā skatījumā nenoliedzami kļūst skaidrs, cik liela nozīme ir skolotājam, kurš nostiprina domāšanas stilu, izejot no savas vērtību sistēmas un domāšanas paradumiem.

Mūsu radošajai iztēlei vajadzīgs kāds izejas punkts. Jaunas idejas nerodas no nekā. Kā minējis Henrijs Fords, visi izejmateriāli jau ir. Radošs prāts tajos saskata iespējas vai sakarības, ko nespēj redzēt mazāk radoši prāti. (9)

Radošā domāšana un radošums nav gluži viens un tas pats. Radoša domāšana var novest līdz jaunai idejai, radošums – ietver šīs idejas īstenošanu. (9) Lai kam piešķirtu formu – īstētu ideju, vajadzīgas zināšanas un prasmes, kas sniedzas tālāk par smadzeņu zināšanām un prasmēm – radošas spējas.

Radošas spējas - tas ir ilgstošs process, kas veidojas personības attīstības rezultātā. Citas cilvēciskās rakstura īpašības var tās paātrināt vai palēnināt. Aizkavēt radošo spēju attīstību ir vieglāk, nekā tās attīstīt. Taču mēs to darām pastāvīgi. Mēs nepārtraukti atskatāmies uz sociālajiem un izglītības standartiem. Nav brīnums, ka sabiedrība apslāpē radošos izrāvienus. Bērniem ir patiesi radošs skats uz pasauli. Viņi vēl nav saistīti ar stereotipiem. (8)

ASV Jūtas štatā tika veikts pētījums. (8) Zinātnieki pētīja dažādu vecuma cilvēka radošo potenciālu, sākot no pirmsskolas vecuma līdz pieaugušajiem. Rezultāti bija šokējoši!

3.1. tabula

Dažāda vecuma radošais potenciāls ASV Jūtas štatā

| Vecuma grupa | Izmantotais radošais potenciāls (%) |
|--|--|
| • Pirmsskolas vecuma bērni (bērnudārza audzēkņi) | 95 – 98 |
| • Skolēni | 50 – 70 |
| • Augstskolu un universitāšu studenti | 30 – 50 |
| • Pieaugušie | mazāk par 20% |

Izglītībā radošā pieeja tiek noraidīta, jo tā ir pretrunā ar sistēmas galvenajiem uzdevumiem. Izglītības process galvenokārt organizēts tā, lai sagatavotu jauniešus eksāmeniem. Audzēknim uz jautājumiem jāatbild tā, kā to vēlas eksaminētājs.

Jau XX gadsimtā četrdesmito gadu sākumā sāka meklēt dažādus ceļus radošās domāšanas attīstībai. Tika noteikti pieci ceļi, kas nodrošina un uztur radošo aktivitāti – kā individuālo, tā arī kolektīvo:

- 1) kultūra un māksla;
- 2) speciālas metodikas;
- 3) personības attīstība;
- 4) humora izjūta;

5) mentālā enerģija. (8)

Cik liela loma iztēlei ir pieaugušo dzīvē? Izrādās, ka veiksmīgie, radošie cilvēki ir apveltīti ar aktīvu iztēli. Plānojot savas darbības kaut kādam periodam, cilvēki izveido arī mērķa tēlu, ko vēlas sasniegt, kā arī veidu tā sasniegšanai. Turklāt faktiskā darbība tiek aizstāta ar domāšanas darbību: norisinās modelēšanas process – operēšana ar tēliem. Un tikai pēc tam pie darba „ķeras” domāšana - tā veido loģisku pamatotu darbības pēctecības ķēdi, kas var novest pie veiksmīga rezultāta. (8)

Atkarībā no cilvēka rakstura un uztveres, kādam nodarboties ar biznesu liekas kas šausmīgs, bet citu tas iedvesmo. Nekad biznesmeņi nav sajutuši tādu konkurences spiedienu kā šodien, tāpēc nekas cits neatliek, kā radīt jaunu ideju.

Ja radoša darbība pati rada savus apbalvojumus, kāpēc tik daudzi no mums, izrādās, nav radoši? Viens iemesls ir tāds, ka, kļūstot pieauguši, mēs atsakāmies no savas pētnieka, bez-ierobežojumu domāšanas par labu stingrai, disciplinētai loģikai, ko pasaule sagaida no pieaugušajiem. Ja visu savu laiku veltām analītiskai domāšanai, iekšēji mēs sevi ne sevišķi labi apbalvojam par radošām idejām. Pat ja mēs paši sevi (iekšēji) apbalvojam par radošu darbību, pasaule mūs apbalvo par analīzi.

Pastāv tikai viens glābiņš – **radošums**. Apstiprinājums, ka bez radošas pieejas neviens uzņēmējs turpmāk nevarēs izdzīvot. Radošā domāšana ir nevis kaprīze, bet gan izdzīvošanas faktors. (8)

Darba autors uzskata, ka Edvarda de Bono radošās domāšanas metode – *Sešas domāšanas cepures* metode ir efektīva tieši uzņēmējspēju attīstīšanai, jo tā ne tikai ģenerē jaunas idejas, bet arī apskata šo iespējamās uzņēmējdarbības riskus, ieguvumus, faktus, informāciju, intuīciju, kā arī emocijas.

Edvarda de Bono metodes ir vienkāršas, tai pašā laikā ļoti iedarbīgas. Tāpēc tā ir pielietojama jebkurā vecumā un dod iespēju sistemātiskā un saistošā veidā apgūt domāšanas prasmes.

Autors uzskata, ka domāšanas cepures visefektīvāk mācīt atsevišķi, taču tā ir lieliski integrējama jebkurā mācību priekšmetā, kā, piemēram, sociālo zinību stundās.

4. EDVARDA DE BONO RADOŠĀS DOMĀŠANAS METODE

4.1. Edvarda de Bono biogrāfija

Edvards de Bono ir vadošā autoritāte radošās domāšanas un domāšanas kā prasmes mācīšanas jomās. Daži autori uzskata viņa izstrādāto Sešu cepuru metodiku par svarīgāko pārmaiņu cilvēku domāšanā pēdējo 2300 gadu laikā. Metode ir sevi plaši pierādījusi, ļaujot celt domāšanas procesa efektivitāti un produktivitāti pat par 500%, ietaupīt daudz laika un milzīgas naudas summas. De Bono laterālās un perceptuālās domāšanas instrumenti (6 cepures, CoRT un DATT) tiek plaši pielietoti gan dažādās ar biznesu saistītās jomās, gan skolās visā pasaulē. Edvards de Bono ir ieguvis medicīnas doktora grādu (Malta), maģistra grādu humanitārajās zinātnēs (Oksfordas universitāte), zinātņu doktora grādu (Oksfordas universitāte), zinātņu doktora grādu (Kembridžas universitāte) un doktora grādu dizainā (RMIT). Viņš ir strādājis kā pasniedzējs Oksfordas, Kembridžas, Londonas un Harvardas universitātēs, kā arī bijis Rhodes stipendiāts Oksfordā. Viņš ir sarakstījis 67 grāmatas, kas tulkotas 37 valodās. Grupa Dienvidāfrikas pasniedzēju ierindoja Dr. de Bono to 250 cilvēku vidū, kuri ir visvairāk ietekmējuši cilvēci visā tās vēsturē. Vadošais Austrijas biznesa žurnāls nosauca viņu kā vienu no divdesmit joprojām dzīvajiem “vizionāriem”. Vadošais konsultāciju uzņēmums *Accenture* uzskata de Bono par vienu no piecdesmit mūsdienu ietekmīgākajiem biznesa domātājiem. Ir pamats domāt, ka de Bono plaši lietoto metodiku ar prieku mācīsies un izmantos arī Latvijas skolēni, skolotāji, biznesa cilvēki, ierēdņi un politiķi... jo tās izmantošanai nav ne vecuma, ne jomas ierobežojumu, un ar tās palīdzību iespējams sasniegt patiešām izcilus rezultātus. Edvards de Bono ir dzimis 1933. gadā Maltā, studējis fizioloģiju un medicīnu, izvirzījis vairākas oriģinālas idejas par cilvēka domāšanas mehānisma darbību, sarakstījis vairāk nekā 60 dažāda satura grāmatas un savu mūžu veltījis, mācot radoši domāt visdažādākajām auditorijām – uzņēmējiem, zinātniekiem, ekonomistiem, valdībām, māksliniekiem, cietumniekiem un bērniem. (15)

4.2. Edvarda de Bono „Sešas domāšanas cepures”

Vai kādreiz kāds būtu iedomājies, kā viena cepure vai sešas cepures var palīdzēt organizācijai attīstīt tās darbinieku radošo domāšanu. 1980. gadu sākumā Edvards De Bono, kas ir pasaulē atzīts līderis radošās domāšanas virzienu radīšanas un pasniegšanas jomās, izgudroja metodi ar nosaukumu *Sešas domāšanas cepures*, lai aplūkotu idejas un risinājumus ārpus ierastajiem domāšanas „rāmjiem”.

Sešu domāšanas cepuru pamatā ir paralēlās domāšanas metode, kas nodrošina visu sapulcē iesaistīto cilvēku uzmanības koncentrēšanu uz vienu un to pašu jautājumu noteiktā laikā. (12) Apskatāmie jautājumi vai problēmas tiek analizētas no sešiem dažādiem aspektiem un katra no tām tiek identificēta ar savas krāsas metaforisku domāšanas cepuri. Katra cepure simbolizē kādu noteiktu domāšanas veidu. “Uzliekot galvā” kādu no šīm cepurēm, tiek pieņemts konkrēts domāšanas virziens. Visi grupas dalībnieki „uzliek galvā” cepures un, mainot cepuru krāsas, dalībniekam jāmaina arī domāšanas virzieni atbilstoši cepures krāsai.

Sešu domāšanas cepuru metodes mērķis ir veicināt paralēlo domāšanu un pilnaspektra domāšanu, nodalot dalībnieku *ego* vajadzības no jautājuma vai problēmas risināšanas.

Edvarda de Bono metodes ir vienkāršas, tai pašā laikā ļoti iedarbīgas. Tāpēc tā ir pielietojama jebkurā vecumā un dod iespēju sistemātiskā un saistošā veidā apgūt domāšanas prasmes. Mācot 6 cepuru domāšanu skolēniem, tiek izkopta viņu prasme izteikt savas domas, vispusīgi apskatīt katru jautājumu, izprast un respektēt citu viedokļus, patstāvīgi pieņemt lēmumus. Autors uzskata, ka domāšanas cepures visefektīvāk mācīt atsevišķi, taču tā ir lieliski integrējama jebkurā mācību priekšmetā, kā, piemēram, sociālo zinību stundās.

Sešu domāšanas cepuru metodi visveiksmīgāk var izmantot grupā, jo tad tiek iesaistīta katra grupas dalībnieka zināšanas, pieredze un spējas, kas virzītas uz konkrētas problēmas atrisinājumu.

Sešu domāšanas cepuru metodes priekšrocības:

- **Ietaupa laiku, izveidojot struktūru,** lai piedalītos produktīvās uzņēmuma “kopējās domāšanas” sanāksmēs, sasniegtu nepieciešamos rezultātus, samazinātu personiskos konfliktus, izvairītos no darbinieku egoistiskas rīcības, nodalītu faktus no emocijām, spētu labāk koncentrēties un nenovirzītos no diskusiju tēmas. (31)
- **Uzlabo izpildījumu, izveidojot struktūru,** lai pieņemtu pareizus lēmumus, labāk sagatavotos pārmaiņu īstenošanai, aplūkotu situāciju no dažādiem aspektiem, izveidotu brīvu un kodolīgu komunikāciju, izskatītu plaša apjoma informāciju, nopietni pievērstos domāšanas procesam un izveidotu īstenojamu darbības plānu, ko atbalsta uzņēmuma darbinieki. (31)
- **Palielina radošo domāšanu un inovatīvu darbību, izveidojot struktūru,** lai ģenerētu jaunas un pārliecinošas idejas, izvēlētos iespējas, apsvērtu vairākus risinājumu variantus, izveidotu darbības plānus riska samazināšanai un ar lielāku

pārlicību ieteiktu radošās idejas vadībai un klientiem. Šī metode ļauj palūkoties uz jautājumiem vai problēmām no cita redzes punkta, saskatīt iespējas, nodalīt darbinieku *ego* un izveidot dinamiskus rezultātus.

Edvarda de Bono *Sešu domāšanas cepuru* metode tika izstrādāta, lai parādītu dažādus domāšanas veidus, ko darbinieki izmanto problēmu risināšanas procesā. Katra no cepurēm simbolizē atšķirīgu domāšanas veidu, kas tiek izmantots problēmas risināšanā. Vienlaicīgi „sešas cepures” uzskatāmi demonstrē atšķirīgus cilvēku domāšanas virzienus un procesus, tādējādi ļaujot labāk izprast gan pašam sevi, gan kolēģu domāšanas procesus. (31)

4.1. tabula

Sešu domāšanas cepuru apraksts (29)

| <i>Cepures nosaukums un to domāšanas veids</i> | <i>Cepures skaidrojums</i> |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">BALTĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>dati</i> - <i>informācija</i> - <i>fakti: zināmie un trūkstošie</i> | <p>Baltā cepure apskata esošo vai nepieciešamo Informāciju (28) - faktus, skaitļus, vajadzīgo un iztrūkstošo informāciju. "Es domāju, ka šobrīd mums ir nepieciešams baltās cepures domāšanas veids..." nozīmē, ka "Mums nav vajadzīgi argumenti un priekšlikumi, bet gan datu bāze" (29).</p> <p>Kādi ir fakti?</p> <p>Kāda ir mūsu rīcībā esošā informācija?</p> <p>Kāda informācija mums ir nepieciešama?</p> <p>Kur mēs iegūsim trūkstošo informāciju?</p> |
| <p style="text-align: center;">SARKANĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>nojauta</i> - <i>emocijas</i> - <i>intuīcija</i> - <i>jūtas</i> | <p>Ar sarkano cepuri apzīmē intuīciju, jūtas un emocijas.</p> <p>Sarkanā cepure ļauj domātājam paļauties uz intuīciju bez praktiska pamatojuma. "Es domāju, ka uzliekot galvā sarkano cepuri, ir jāveic grūts uzdevums." Parasti sajūtas un intuīcija diskusijā rodas tikai tad, ja tās tiek loģiski pamatotas. Parasti sajūtas ir patiesas, bet loģika ir neīsta. Sarkanā cepure lūkojas uz problēmu vai jautājumu no emociju viedokļa</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>– kā emocionāli pats domātājs vai citi reaģēs uz problēmas risinājumu. (29)</p> <p>Vai man patīk šī ideja?</p> <p>Vai es baidos riskēt, pieņemot šo risinājumu?</p> <p>Vai man patīk sesijas norise?</p> <p>Vai es jūtos apmierināts, izsakot savu viedokli skaļi?</p> <p>Vai es kļūstu dusmīgs, ja nepiekrītu?</p> |
| <p style="text-align: center;">MELNĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>riska novērtējums</i> - <i>iespējamās problēmas</i> - <i>briesmas</i> - <i>grūtības</i> | <p>Melnā cepure izsaka spriedumu un kritiku – tā darbojas kā „velna advokāts” vai skaidro, kāpēc kaut kas var nedarboties. (28) Šī ir vērtējuma un brīdinājuma, kā arī pati vērtīgākā cepure. Taču tā nekādā ziņā nav negatīvā cepure. Melno cepuri izmanto, lai norādītu, kādēļ ierosinājumi neatbilst faktiem, esošai pieredzei, izmantotajai sistēmai vai noteiktajai politikai. Melnajai cepurei vienmēr ir jābūt loģiskai (29). Vai mēs cienām citu cilvēku viedokli?</p> <p>Vai šis risinājums ir piemērots mūsu problēmai?</p> <p>Vai kādam jau ir iepriekšēja pieredze risinājumu pamatošanai?</p> <p>Vai tā ir noderīga?</p> <p>Vai mēs spējam rast risinājumu grūtību pārvarēšanai, tālāk pārejot pie zaļās cepures?</p> |
| <p style="text-align: center;">DZELTENĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>loģisks pamatojums ieguvumiem</i> - <i>optimisms</i> - <i>pozitīva domāšana</i> | <p>Dzeltenā cepure simbolizē optimismu (28) un pozitīvismu.</p> <p>Dzeltenā cepure izskaidro darbības loģiskumu un iespējamus ieguvumus. To var izmantot, lai pamatotu ierosinātās darbības sagaidāmo rezultātu, vai arī, lai novērtētu jau notikušu darbību (29).</p> <p>Vai šī idejas nostrādās? Jā, jo(pamatot)</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>Vai tā samazinās pašreizējās izmaksas?</p> <p>Vai tā paaugstinās mūsu konkurētspēju?</p> <p>Vai tā pavērs jaunas tirgus iespējas?</p> |
| <p style="text-align: center;">ZIĻĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>radošums</i> - <i>idejas</i> - <i>alternatīvas</i> - <i>risinājumi</i> - <i>iespējas</i> | <p>Šī cepure atspoguļo radošo domāšanu, alternatīvas, priekšlikumus, ieinteresētību, izaicinājumu un pārmaiņas (29).</p> <p>Zaļā cepure kalpo kā „ventilators” ideju ģenerēšanai, dodot laiku un vietu radošās domāšanas procesam.</p> <p>Kas notiks, ja mēs sekosim plānam A?</p> <p>Kādēļ mēs neesam izmantojuši prāta vētras metodi?</p> <p>Iedomāsimies, kā šis risinājums izskatīsies praksē!</p> <p>Uzzīmēsim uz tāfeles mūsu idejas un līdzīgās apvienosim!</p> |
| <p style="text-align: center;">ZILĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>procesu kontrole</i> - <i>domāšanas pārvaldīšana</i> - <i>„cepuru cepure”</i> | <p>Zilā cepure tiek izmantota, lai pārvaldītu domāšanas procesu (28). Tā ir pārskata vai procesu kontroles cepure.</p> <p>Tā neaplūko pašu risināmo jautājumu, bet pēta</p> <p>“domāšanas” procesus par šo jautājumu.</p> <p>"Uzliekot galvā zilo cepuri, es jūtu, ka šobrīd mums vajadzētu sākt zaļās cepures domāšanas procesu." (29) Zilā cepure pieprasa apkopojumus, secinājumus un lēmumus.</p> <p>Zilā cepure ietver rīcības plānošanu nākamajiem soļiem, lomu sadali, atbildību, laika grafiku, utt.</p> |

4.3. *Sešu domāšanas cepuru metodes izmantošanas rezultāti*

Paralēlā domāšana darbā

Tradicionālajā pretējās domāšanas procesā starp A un B pastāv konflikts. Viena puse vēlas kritizēt otras puses viedokli. *Sešu domāšanas cepuru* metode nodrošina paralēlo domāšanas procesu, t.i., apskatot kādu jautājumu, gan A, gan B uzliek galvā vienādas krāsas cepures. Tādējādi pretstatījumu salīdzināšanu aizvieto kopēja jautājuma izpēte.

Atrasisītā domāšana

Parasti, domāšanas procesa laikā, mēs vienlaicīgi cenšamies izdarīt pārāk daudz. Mēs iepazīstamies ar informāciju, formulējam idejas, vienlaicīgi vērtējam kāda cita idejas. *Sešu domāšanas cepuru* metode ļauj mums atrasisīt savu domāšanu. Necenšoties visu izdarīt uzreiz, mēs sadalām domāšanas procesu vairākos aspektos.

Šādi rīkojoties, mēs spējam pievērsties katram aspektam pēc kārtas. Iedomājieties, ka tiek izdrukāts daudzkrāsains attēls, kam ir veikta krāsu sadale. Katra krāsa pēc kārtas tiek izdrukāta uz vienas un tās pašas lapas, lai iegūtu daudzkrāsainu attēlu. Tādā pašā veidā mēs atdalām domāšanas veidus un tad, izskatot jautājumu (31), izmantojam katru domāšanas veidu atsevišķi.

Ego atdalīšana un izpilde

Ja jums nepatīk kāda ideja, jūs netērēsiet daudz laika, lai apsvērtu ieguvumus vai idejas labās īpašības, jo, atklājot pietiekami daudz labo īpašību, ideja tiks pieņemta un jūs “zaudēsiet” strīdā. Taču, izmantojot *sešu cepuru* metodi, dalībniekam jāpieņem “dzeltenās cepures” domāšanas veids.

Tas ir grūts uzdevums grupas dalībniekam, kurš nevēlas atklāt, ka nespēj mainīt domāšanas veidu. „Dzeltenās cepures” domāšanas veidu var īstenot jebkurš, kuram nepatīk kāda ideja. Dzeltenās cepures domāšanas procesa laikā var atklāties idejas, kuras liks dalībniekam mainīt savus uzskatus. Taču var būt arī pretēji, kad ļoti pozitīvi domājošam darbiniekam var lūgt izmantot „melnās cepures” domāšanas veidu, kas mazinās optimismu.

(31)

Pārslēgšanās uz citu domāšanas veidu

Ja jūs lūdzat kādam nebūt tik negatīvi noskaņotam, šis cilvēks var apvainoties. Taču, ja jūs lūgsiet pieņemt dzeltenās cepures domāšanas veidu, nav iemesla apvainoties. Jūs varētu teikt: "Tas ir labs „melnās cepures” domāšanas veids - tā turpināsim." Pēc brīža jūs varētu ieteikt: "Mēs diezgan ilgi esam izmantojuši „melnās cepures” domāšanas veidu. Tagad pamēģināsim uzlikt galvā „dzelteno cepuri” un izmainīt domāšanas veidu!" Tā kā „sešu cepuru domāšanas” sistēma ātri kļūst par neitrālu spēli, ar šīs metodes palīdzību var ērti pārslēgties uz citu domāšanas veidu, vai jau sākotnēji vienoties par konkrētu domāšanas veidu. Jāiegaumē, ka tas ir vienīgais paņēmieni, kā izmainīt domāšanas virzienu, neapvainojot grupā iesaistītos dalībniekus. (31)

Pieaugošā apzināšanās

Tā kā ir izstrādāta vienkārša un praktiska sistēma domāšanas veidu noteikšanai, cilvēki sāk apzināties, ka viņi pārāk ilgi izmanto vienu un to pašu domāšanas veidu. "Man šķiet, ka risinot šo jautājumu, esmu izmantojis „sarkanās cepures” domāšanas veidu" vai "Mums nevajadzētu šobrīd pielietot „dzeltenās cepures” domāšanas veidu." Darbinieki var apspriest paši savu un arī kolēģu domāšanas veidus. „Sešu domāšanas cepuru” metode sniedz plašāku izpratni par to, kurš domāšanas virziens tiek izmantots katrā konkrētajā gadījumā. (31)

4.4. „Sešu domāšanas cepuru” metodes izmantošana

„Sešu domāšanas cepuru” metode balstās uz pieņēmumu, ka cilvēks nespēj vienlaicīgi domāt visos virzienos – tādēļ ir nepieciešams sadalīt domāšanas virzienus. „Sešu cepuru” metode atbrīvo dalībnieku no viņa *ego*, kas ir liela problēma tradicionālā domāšanas procesā. Nav nepieciešams aizstāvēt savu ideju vai uzbrukt kāda cita idejai, jo savu viedokli jūs varat izteikt ar kādas krāsainās cepures palīdzību. (21)

1. solis. Iepazīstināt skolēnus ar risināmo problēmu / jautājumu.

Jāpastāsta skolēniem, ka risināmo problēmu / jautājumu ir jāaplūko no dažādiem skata punktiem. Ir 6 veidu domātāji – tiklīdz kādam no dalībniekiem tiek piešķirta cepure, viņam ir jāaplūko problēma / jautājums atbilstoši attiecīgās cepures domāšanas veidam. Grupas vadītājam ir jāizskaidro, ka dalībnieku uzdevums ir apskatīt problēmu vai jautājumu sešos dažādos veidos. Katra cepure apzīmē konkrētu domāšanas veidu. (30)

2. solis. Skolēni sāk ievirzīt diskusiju konkrētā domāšanas virzienā.

Skolēni izvēlas cepuri, ar kuru viņi vēlētos sākt. Ja tā ir „zilā cepure”, tad sākumā dalībnieki vienosies par sanāksmes norisi, mērķiem un uzdevumiem, atbilstoši „zilās cepures” domāšanas veidam. Tad diskusija pāries uz „sarkanās cepures” domāšanas veidu, lai apkopotu viedokļus un reakciju par izskatāmo problēmu. Nākamā diskusija noritēs „dzeltenās cepures” domāšanas stilā, tam sekos „zaļā cepure” ideju un iespējamo risinājumu ģenerēšanai. Visbeidzot diskusija pāries uz „balto cepuri”, novērtējot esošo informāciju, un beigās uz „melno cepuri”, kritizējot piedāvātos risinājumus.

Tā kā dalībnieki koncentrējas uz vienotu pieeju, grupa kļūs saliedētāka, salīdzinot ar gadījumiem, kad viens grupas dalībnieks reaģē emocionāli (sarkanā cepure), otrs cenšas būt objektīvs (baltā cepure), bet kāds cits dalībnieks kritizē diskusijas laikā izdarītos secinājumus (melnā cepure). (30)

3. solis. Pēc vairāku risinājumu izstrādes, dalībnieki tos kritiski izvērtē un izvēlas vienu risinājumu.

Rezultātā *zilā cepure* pieprasa parādīt rezultātu. Tas var būt kopsavilkums, secinājums, lēmums, risinājums vai kas cits. *Zilā cepure* var atzīt, ka sasniegts ļoti niecīgs progress. Darbojoties zem pēdējās *zilās cepures*, var izlemt turpmākos soļus. Tie var būt konkrēta rīcība vai papildu domāšanas periods, kura laikā apspriež konkrētus jautājumus.

Praksē viena no pārsteidzošākajām sešu cepuru metodes izmantošanas priekšrocībām ir tā, ka lēmumi rodas it kā paši no sevis. Teorētiski tam ir grūti noticēt, tomēr praksē tas tā notiek pavisam bieži.

5. 9. KLASES SKOLĒNU UZŅĒMĒJSPĒJU ATTĪSTĪŠANAS IZPĒTE SOCIĀLO ZINĪBU STUNDĀS

Lai veiksmīgāk attīstītu uzņēmējspēju 9. klašu skolēniem, darba autors ir izvēlējis biznesa plāna sastādīšanas uzdevumus, kurus risinot izmanto E. de Bono radošās domāšanas metodi: *Sešas domāšanas cepures*, kā arī izmantojot organizācijas *Junior Achievement Latvia* izstrādāto biznesa plāna sastādīšanas paraugu (pielikums Nr.2).

Lai uzlabotu domāšanas efektivitāti Edvards de Bono radīja “sešu domāšanas cepuru” metodi. “Uzliekot galvā” vienu no cepurēm tiek aktivizēta noteikta tipa domāšana. Metodes autors izmanto cepuri kā domāšanas metaforu, jo kultūrā ir iesakņojusies asociācija starp domāšanu – galvu – cepuri. Cepure ilustrē lomu, kuru esam uzņēmušies konkrētā brīdī. Cepuri var viegli uzlikt, noņemt un tā ir visiem pamanāma. Tāpat ir ar domāšanas veidu, kuru izmanto cilvēks. Uzvelkot cepuri, uzsvāru liek uz krāsu vai stilu; izvēloties domāšanas veidu, uzsvārs tiek likts uz procesu un mērķi.

„Sešas domāšanas cepures” ir Edvarda de Bono radīta domāšanas efektivitātes uzlabošanas metode. Galvenās grūtība, ar ko cilvēks saskaras domāšanas procesā ir apjukums, jo vienlaicīgi tiek iesaistītas emocijas, informācija, loģika, cerības, radošais gars. Šo sadursmes procesu var pielīdzināt žonglēšanai ar pārāk daudz bumbiņām. Edvards de Bono piedāvā vienkāršu risinājumu – cilvēks vienlaicīgi nevar darīt vairākas lietas, tāpēc ir jānošķir emocijas no loģikas, radošums no informācijas un pozitīvā domāšana no kritikas.

Katrai domāšanas cepurei ir piešķirta krāsa:

- baltā cepure saistīta ar objektīviem faktiem,
- sarkanā cepure saistīta ar emocionālo skatījumu,
- melnā cepure saistīta ar kritisku idejas izvērtēšanu,
- dzeltenā cepure saistīta ar optimismu un pozitīvu domāšanu,
- zaļā cepure saistīta ar radošumu un jaunām idejām,
- zilā cepure saistīta ar kontroli un procesa novērošanu.

Sešu domāšanas cepuru metodi visveiksmīgāk var izmantot grupā, jo tad tiek iesaistīta katra grupas dalībnieka zināšanas, pieredze un spējas, kas virzītas uz konkrētas problēmas atrisinājumu.

Pamatizglītības mācību priekšmeta programmas paraugā sociālajās zinībās no 1. līdz 9. klasei⁹ komercdarbību pamatu attīstīšanai ir paredzētas piecas mācību stundas, tāpēc autors izveidoja piecu stundu modeli, kuras tika aprobētas nodaļas beigās. Savukārt aprobācijas rezultāti analizēti pētījumā.

Modelētās mācību stundas tika īstenotas 2010. gada oktobrī Rīgas Teikas vidusskolas 78 skolēniem, kuri mācās 9.abc klasēs.

5.1. Mācību stundu tematiskie plāni

1. STUNDA NO 5

Stundas tēma: Biznesa plāna parauga analīze un E. de Bono radošās domāšanas metode.

Klase: 9. klase

Stundas mērķis: Iepazīstināt skolēnus ar E. de Bono radošās domāšanas metodi, tās divām „cepurēm”: *Balto un Saarkano* un biznesa plāna paraugu, kā arī veikt biznesa plāna parauga analīzi, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Mācību stundas uzdevumi:

- iegūt izpratni par E. de Bono radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divām no sešām cepurēm – *Balto un Sarkano*;
- iegūt izpratni par to, kas ir biznesa plāns;
- izprast, kā analizēt biznesa plānu, izmantojot metodes *Sešas domāšanas cepures* divas cepures: *Balto un Sarkano*.

Paredzamais rezultāts:

- iegūs izpratni par E. de Bono radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divām no sešām cepurēm – *Balto un Sarkano*;
- iegūs izpratni par to, kas ir biznesa plāns;
- izpratīs, kā analizēt biznesa plānu, izmantojot radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divas cepures: *Balto un Sarkano*.

Mācību metodes: lekcija, pārrunas, darbs ar tekstu, darbs grupās.

Mācību materiāli: izdales materiāls *Biznesa plāna paraugs* (pielikums Nr.1); izdales materiāls *E. de Bono radošās domāšanas metodes – Sešas domāšanas cepures* apraksts (pielikums Nr.3)

Mācību līdzekļi: dators, projektoris, pildspalva, pierakstu burtnīca.

⁹ <http://visc.gov.lv/saturs/vispizgl/programmas/pamkolai/soczin.pdf> (68.lpp.)

Stundas norise

3 minūtes – sasveicināšanās un stundas mērķa izklāstīšana

Sasveicināšanās ar skolēniem. Skolotājs izstāsta šīs stundas mērķi un apraksta to – Stundā izmantosim biznesa plāna paraugu, kurš būs jāizanalizē izmantojot *Sešu domāšanas cepuru* metodi. Šīs dienas cepures – baltā un sarkanā.

2 minūtes – grupu sadalījums, darba lapu izdāle

Pirmajā stundā skolēni tiek sadalīti grupās pa 4 – 6. Katrai no grupām iedod Biznesa plāna paraugu (pielikums Nr.1). Biznesa plāna paraugs ir izstrādāts ne tikai, lai skolēniem būtu reāls piemērs, lai pielietotu Sešas domāšanas cepuru metodi, bet arī lai, skolēniem izstrādājot savu biznesa plānu, būtu paraugs pēc kā vadīties.

2 minūtes – iepazīšanās ar uzdevuma nosacījumiem

Skolēni uz projektora tiek iepazīstināti ar biznesa plāna paraugu (pielikums Nr.1) un tiek izskaidrots, ka viss biznesa plāna paraugs ir jāizvērtē izmantojot E. de Bono *sešu domāšanas cepuru* metodi izmantojot metodes aprakstu (pielikums Nr.3).

25 minūtes – pirmā daļa grupu darbam – Baltā cepure

Skolēni sāk darbu grupā. Pirmā cepure, kuru skolēni izmanto ir *Baltā cepure*. Baltās cepures domāšanas veids: *dati, informācija un fakti: zināmie un trūkstošie*. Skolotājs izskaidro, *Baltā cepure* apskata esošo vai nepieciešamo informāciju - faktus, skaitļus, vajadzīgo un iztrūkstošo informāciju. "Es domāju, ka šobrīd mums ir nepieciešams *Baltās cepures* domāšanas veids..." nozīmē, ka "Mums nav vajadzīgi argumenti un priekšlikumi, bet gan datu bāze".

Meklējot biznesa plāna paraugā *balto cepuri*, skolēniem ir jāatrod atbildes uzdotot sekojošus jautājumus:

- Kādi ir fakti?
- Kāda ir mūsu rīcībā esošā informācija?
- Kāda informācija mums ir nepieciešama?
- Kur mēs iegūsim trūkstošo informāciju?

Skolēni atbildes raksta pierakstu burtnīcā, kas ir ierīkota jau mācību gada sākumā.

2 minūtes – otrā daļa grupu darbam – Sarkanā cepure

Skolēni turpina darbu ar biznesa plāna paraugu, izmantojot *Sarkano cepuri*. Skolotājs atgādina, ka *Sarkanās cepures* domāšanas veids ir: *nojauta, emocijas, intuīcija un jūtas*.

Skolotājs iepazīstina ar *Sarkano cepuri*. Ar sarkano cepuri apzīmē intuīciju, jūtas un emocijas. *Sarkanā cepure* ļauj domātājam paļauties uz intuīciju bez praktiska pamatojuma. "Es domāju, ka uzliekot galvā sarkano cepuri, ir jāveic grūts uzdevums." Parasti sajūtas un intuīcija diskusijā rodas tikai tad, ja tās tiek loģiski pamatotas. Parasti sajūtas ir patiesas, bet loģika ir neīsta. *Sarkanā cepure* lūkojas uz problēmu vai jautājumu no emociju viedokļa – kā emocionāli pats domātājs vai citi reaģēs uz problēmas risinājumu.

Skolotājs uzsver, ka *Sarkano cepuri* nedrīkst izmantot vairāk par 30 sekundēm, jo ar emociju izpaušanu nedrīkst aizrauties. Lai biznesa plāna paraugu izvērtētu pēc *Sarkanās cepures*, skolēni uzdod sekojošus jautājumus:

- Vai man patīk šī ideja?
- Vai es baidos riskēt, pieņemot šo risinājumu?
- Vai man patīk sesijas norise?
- Vai es jūtos apmierināts, izsakot savu viedokli skaļi?
- Vai es kļūstu dusmīgs, ja nepiekrītu?

3 minūtes – stundas nobeiguma daļa

Skolotājs atbild uz skolēnu jautājumiem un palīdz skolēniem izdarīt secinājumus par stundā veikto.

1 minūte – atsveicināšanās

Skolotājs pasakās visiem par labu darbu, atsveicinās un novēl visiem patīkamu un radošu dienu.

2. STUNDA NO 5

Stundas tēma: Biznesa plāna parauga analīze un E. de Bono radošās domāšanas metode.

Klase: 9. klase

Stundas mērķis: Iepazīstināt skolēnus ar E. de Bono radošās domāšanas metodes divām „cepurēm”: *Melno* un *Dzelteno*, kā arī veikt biznesa plāna parauga analīzi, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Mācību stundas uzdevumi:

- iegūt izpratni par E. de Bono radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divām no sešām cepurēm – *Melno* un *Dzelteno*;
- iegūt izpratni par to, kas ir biznesa plāns;
- izprast, kā analizēt biznesa plānu, izmantojot metodes *Sešas domāšanas cepures* divas cepures: *Melno* un *Dzelteno*..

Paredzamais rezultāts:

- iegūs izpratni par E. de Bono radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divām no sešām cepurēm – *Melno* un *Dzelteno*;
- iegūs izpratni par to, kas ir biznesa plāns;
- izpratīs, kā analizēt biznesa plānu, izmantojot radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divas cepures: *Melno* un *Dzelteno*.

Mācību metodes: lekcija, pārrunas, darbs ar tekstu, darbs grupās.

Mācību materiāli: izdales materiāls *Biznesa plāna paraugs* (pielikums Nr.1); izdales materiāls *E. de Bono radošās domāšanas metodes – Sešas domāšanas cepures* apraksts (pielikums Nr.3)

Mācību līdzekļi: dators, projektors, pildspalva, pierakstu burtnīca.

Stundas norise

1 minūte – sasveicināšanās un stundas mērķa izklāstīšana

Sasveicināšanās ar skolēniem. Skolēni jau ienākot klasē ir apsēdušies pa grupām. Skolotājs izstāsta šīs stundas mērķi un apraksta to – šodien stundā izmantosim divas cepures – dzelteno un melno. Kā arī atgādina, ka iepriekšējā stundā skolēni izmantoja balto un sarkano cepuri.

17 minūtes – pirmā daļa grupu darbam – Melnā cepure

Skolēni sāk darbu grupā. Pirmā cepure, kuru skolēni izmanto ir *Melnā cepure*. *Melnās cepures* domāšanas veids ir: *riska novērtējums, iespējamās problēmas, briesmas un grūtības*. Skolotājs izskaidro, ka *Melnā cepure* izsaka spriedumu un kritiku – tā darbojas kā „velna advokāts” vai skaidro, kāpēc kaut kas var nedarboties. Šī ir vērtējuma un brīdinājuma, kā arī pati vērtīgākā cepure. Taču tā nekādā ziņā nav negatīvā cepure. Melno cepuri izmanto, lai norādītu, kādēļ ierosinājumi neatbilst faktiem, esošai pieredzei, izmantotajai sistēmai vai noteiktajai politikai. Melnajai cepurei vienmēr ir jābūt loģiskai. Lai atrastu *Melnās cepures* atbildes ir jāuzdod sekojoši jautājumi:

- Vai mēs cienām citu cilvēku viedokli?
- Vai šis risinājums ir piemērots mūsu problēmai?
- Vai kādam jau ir iepriekšēja pieredze risinājumu pamatošanai?
- Vai tā ir noderīga?
- Vai mēs spējam rast risinājumu grūtību pārvarēšanai, tālāk pārejot pie zaļās cepures?

Kad skolēni ir izmantojuši *Melno cepuri*, tālāk biznesa plāna paraugā skolēni izmanto nākamo cepuri – *Dzelteno cepuri*.

17 minūtes – otrā daļa grupu darbam – Dzeltenā cepure

Skolēni turpina darbu grupā ar *Dzeltenās cepuru* metodes palīdzību. Skolotājs paskaidro, ka *Dzeltenās cepures* domāšanas veids ir: *loģisks pamatojums ieguvumiem, optimisms un pozitīva domāšana*. *Dzeltenā cepure* simbolizē optimismu un pozitīvismu. *Dzeltenā cepure* izskaidro darbības loģiskumu un iespējamus ieguvumus. To var izmantot, lai pamatotu ierosinātās darbības sagaidāmo rezultātu, vai arī, lai novērtētu jau notikušu darbību. *Dzeltenās cepures* jautājumi ir šādi:

- Vai šī ideja nostrādās? Jā, jo(pamatot)
- Vai tā samazinās pašreizējās izmaksas?
- Vai tā paaugstinās mūsu konkurētspēju?
- Vai tā pavērs jaunas tirgus iespējas?

4 minūtes – skolēnu jautājumi, skolotāja pēdējie paskaidrojumi

Skolēni vēlreiz atgādina sev un pārējiem klasesbiedriem, kas ir *Melnā cepure* un *Dzeltenā cepure*. Skolotājs atbild uz skolēnu jautājumiem, paskaidro, kas vēl palicis neskaidrs.

1 minūte – atsveicināšanās

Skolotājs pasakās visiem par labu darbu, atsveicinās un novēl visiem jauku dienu.

3. STUNDA NO 5

Stundas tēma: Biznesa plāna parauga analīze un E. de Bono radošās domāšanas metode.

Klase: 9. klase

Stundas mērķis: Iepazīstināt skolēnus ar E. de Bono radošās domāšanas metodes divām „cepurēm”: *Zaļo* un *Zilo*, kā arī veikt biznesa plāna parauga analīzi, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*

Mācību stundas uzdevumi:

- iegūt izpratni par E. de Bono radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divām no sešām cepurēm – *Zaļo* un *Zilo*;
- iegūt izpratni par to, kas ir biznesa plāns;
- izprast, kā analizēt biznesa plānu, izmantojot metodes *Sešas domāšanas cepures* divas cepures: *Zaļo* un *Zilo*.

Paredzamais rezultāts:

- iegūs izpratni par E. de Bono radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divām no sešām cepurēm – *Zaļo* un *Zilo*;
- iegūs izpratni par to, kas ir biznesa plāns;
- izpratīs, kā analizēt biznesa plānu, izmantojot radošās domāšanas metodes *Sešas domāšanas cepures* divas cepures: *Zaļo* un *Zilo*.

Mācību metodes: lekcija, pārrunas, darbs ar tekstu, darbs grupās.

Mācību materiāli: izdales materiāls *Biznesa plāna paraugs* (pielikums Nr.1); izdales materiāls *E. de Bono radošās domāšanas metodes – Sešas domāšanas cepures* apraksts (pielikums Nr.3)

Mācību līdzekļi: dators, projektors, pildspalva, pierakstu burtnīca

Stundas norise

1 minūte – sasveicināšanās un stundas mērķa izklāstīšana

Skolotājs sasveicinās ar skolēniem. Skolēni jau ienākot klasē ir apsēdušies pa grupām. Skolotājs izstāsta šīs stundas mērķi un apraksta to – šodien stundā izmantosim divas pēdējās cepures – zaļo un zilo. Kā arī atgādina, ka iepriekšējās stundās skolēni izmantoja balto, sarkano, melno un dzelteno cepuri.

17 minūtes – pirmā daļa grupu darbam – Zaļā cepure

Skolēni sāk darbu grupā. Pirmā cepure, kuru skolēni izmanto ir *Zaļā cepure*. *Zaļās cepures* domāšanas veids ir: *radošums, idejas, alternatīvas, risinājumi* un *iespējas*. Šī cepure atspoguļo radošo domāšanu, alternatīvas, priekšlikumus, ieinteresētību, izaicinājumu un pārmaiņas. *Zaļā cepure* kalpo kā „ventilators” ideju ģenerēšanai, dodot laiku un vietu radošās domāšanas procesam. *Zaļās cepures* jautājumi ir sekojoši:

- Kas notiks, ja mēs sekosim plānam A?
- Kādēļ mēs neesam izmantojuši prāta vētras metodi?
- Iedomāsimies, kā šis risinājums izskatīsies praksē!
- Uzzīmēsim uz tāfeles mūsu idejas un līdzīgās apvienosim!

17 minūtes – otrā daļa grupu darbam – Zilā cepure

Skolēni turpina darbu grupā. Skolotājs paskaidro, ka *Zilā cepure* tiek izmantota, lai pārvaldītu domāšanas procesu. Tā ir pārskata vai procesu kontroles cepure.

Tā neaplūko pašu risināmo jautājumu, bet pēta “domāšanas” procesu par šo jautājumu. „*Uzliekot galvā zilo cepuri*, es jūtu, ka šobrīd mums vajadzētu sākt *zaļās cepures* domāšanas procesu.” *Zilā cepure* pieprasa apkopojumus, secinājumus un lēmumus.

Zilā cepure ietver rīcības plānošanu nākamajiem soļiem, lomu sadali, atbildību, laika grafiku, utt.

3 minūtes – stundas nobeiguma daļa

Skolotājs atbild uz skolēnu jautājumiem un palīdz skolēniem izdarīt secinājumus par stundā veikto. Skolotājs īsumā atgādina svarīgāko par *Zaļo* un *Zilo cepuri*.

1 minūte – atsveicināšanās

Skolotājs pasakās visiem par labu darbu, atsveicinās un novēl visiem jauku dienu.

4. STUNDA NO 5

Stundas tēma: Biznesa plāna sastādīšana.

Klase: 9. klase

Stundas mērķis: iepazīstināt skolēnus, kā veiksmīgāk sastādīt biznesa plānu.

Mācību stundas uzdevumi:

- izdalīt skolēniem biznesa plāna sastādīšanas paraugu (pielikums Nr.2)
- iepazīstināt skolēnu ar to, kā pareizi sastādīt biznesa plānu, izmantojot biznesa plāna sastādīšanas paraugu (biedrības *Junior Achievement Latvia* izstrādātais biznesa plāna sastādīšanas paraugs) (pielikums Nr.2)

Paredzamais rezultāts:

- izmantojot biznesa plāna sastādīšanas paraugu, skolēni izpratīs tās norādījumus.

Mācību metodes: lekcija, pārrunas, darbs ar tekstu, darbs grupās.

Mācību materiāli: izdales materiāls *Biznesa plāna sastādīšanas paraugs no JAL* (pielikums Nr.2)

Mācību līdzekļi: pildspalva, pierakstu burtnīca.

Stundas norise

1 minūte – atsveicināšanās

Skolēni pieceļas kājās un sasveicinās ar skolotāju. Skolēni apsēžas un skolotājs izstāsta šīs stundas tēmu.

36 minūtes - stundas tēma: „Kā sastādīt biznesa plānu?”

Šī stunda būs saistīta ar biznesa plāna izstrādāšanu/sastādīšanu (pielikums Nr.2). Skolēni saņem izdales materiālu un seko līdzi skolotāja norādījumiem par to kā veiksmīgāk un pareizāk sastādīt biznesa plānu. Biznesa plāna sastādīšanas materiāls ir ņemts no biedrības *Junior Achievement Latvia* (turpmāk – *JAL*). Biedrība *JAL* ir izveidojusi biznesa plāna sastādīšanas paraugu, kas atrodams pielikumā ar kārtas numuru „2”.

Biznesa plāna sastādīšanā ir sekojoša struktūra:

1. Uzņēmuma apraksts.
2. Preces/pakalpojuma raksturojums.
3. Tirgus analīze:
 - 3.1. Pircēju/klientu apzināšana;
 - 3.2. Konkurentu raksturojums.
4. Mārketinga (tirgzinības) plāns:
 - 4.1. Realizācijas kanāli;
 - 4.2. Cenu veidošana;
 - 4.3. Produkta virzīšana tirgū (reklāma).

5. Uzņēmuma darbība:
 - 5.1. Produkta ražošanas apraksts (tehnoloģija);
 - 5.2. Ražošanas ēku, iekārtu un inventāra raksturojums.
6. Uzņēmuma vadība un nodarbinātās personas.
7. Riska faktoru analīze.
8. Finanšu informācija:
 - 8.1. Ražošanas izmaksas;
 - 8.2. Plānotie ieņēmumi.

3 minūtes – atsveicināšanās

Skolotājs pasakās visiem par labu darbu, atsveicinās un novēl visiem jauku dienu. Kā arī uzdod mājas darbu uz nākamo stundu.

Uz nākamo stundu (pēc vienas nedēļas) skolēni pa vienam vai grupās pa divi vai trīs izveido sava biznesa plāna paraugu. Sākumā sākt ar idejas meklēšanu, tad sastādīt biznesa plānu pēc dotā apraksta (pielikums Nr.2).

Skolotājs uzsver, ka nākamajā stundā skolotājs vēl nevērtēs viņu darbu uz atzīmi, bet ļaus kādam skolēnam vai skolēnu grupai kopīgi izanalizēt uzrakstīto biznesa plānu.

5. STUNDA NO 5

Stundas tēma: Biznesa plāna analīze, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Klase: 9. klase

Stundas mērķis: Iepazīstināt skolēnus ar biznesa plāna analīzi, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Mācību stundas uzdevumi:

- izvēlēties kāda skolēna izstrādātu biznesa plānu.
- izvēlēta biznesa plāna analīze, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Paredzamais rezultāts:

- skolēniem būs izpratne par to, kā pareizi analizēt biznesa plānu, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Mācību metodes: lekcija, pārrunas, darbs ar tekstu, atbildes uz jautājumiem.

Mācību materiāli: biznesa plāns, izdales materiāls *E. de Bono radošās domāšanas metodes* –

Sešas domāšanas cepures apraksts (pielikums Nr.3)

Mācību līdzekļi: pildspalva, pierakstu burtnīca.

Stundas norise

1 minūte – sasveicināšanās un stundas mērķa izklāstīšana

Skolotājs atgādina, ka iepriekšējā stundā uzdeva mājas darbu – sastādīt savu biznesa plānu, ko varēja veikt vienam skolēnam, vai pa diviem vai trijiem skolēniem kopā. Skolotājs piedāvā brīvprātīgi pieteikties kādam no darba veicējiem.

37 minūtes – Skolēna izstrādāta biznesa plāna izvērtēšana

Skolotājs izvēlas vienu no klasē esošajiem skolēniem un liek nodot skolotājam izstrādāto biznesa plānu. Skolēni tiek iepazīstināti ar biznesa plānu ideju. Skolotājs sāk biznesa plāna analīzi, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*:

Baltā cepure (fakti, informācija)

Sarkanā cepure (emocijas, intuīcija)

Melnā cepure (negatīvās iezīmes, iespējamie draudi)

Dzeltenā cepure (pozitīvās iezīmes un risinājumi)

Zaļā cepure (jaunas idejas, radošums)

Zilā cepure (atbild par pašu domāšanas procesu)

Stundas noslēgumā skolotājs ar skolēniem secina, vai piedāvātā biznesa ideja būs spējīga attīstīt biznesu un gūt cerēto peļņu.

2 minūtes – stundas noslēgums

Skolotājs pirms stundas beigšanas pasakās skolēniem par darbu un atgādina, ka uz nākamo stundu skolēniem jānodod biznesa plāns, kurš tiks vērtēts 10 ballu sistēmā attiecīgi pēc piedāvātās biznesa plāna struktūras. Darbam ir jābūt noformētam datorrakstā uz A4 lapām.

5.2. 9. KLASĒS SKOLĒNU UZŅĒMĒJSPĒJU ATTĪSTĪŠANAS IZPĒTES APROBĀCIJAS REZULTĀTI

Lai 9. klašu skolēnos attīstītu uzņēmējspēju, darba autors izveidoja stundu tematiskos plānus. Tematiskie plāni un tajā ietvertie uzdevumi tika veidoti, lai skolēnos attīstītu uzņēmējspēju, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi. Uzņēmējspēju attīstīšanai tika izvēlēti biznesa plāna sastādīšanas uzdevumi. Lai skolēni veiksmīgāk varētu sastādīt savu biznesa plānu, tie tika izvērtēti un analizēti izmantojot radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Pēc izstrādāšanas uzdevumi tika nodoti 9. klašu skolēniem, kuras 2010. gada oktobrī tika īstenotas. Savukārt skolēnu izstrādātie biznesa plāni ļāva novērtēt uzdevumu īstenošanas kvalitāti.

Aprobācijas veikšanai autors izvēlējās SVID analīzi, jo veicot SVID analīzi tiek izvērtētas iekšējo un ārējo faktoru priekšrocības un problēmas.

5.1. tabula

Aprobācijas rezultāti

| Iekšējie faktori | |
|--|--|
| <i>Stiprās puses</i> | <i>Vājās puses</i> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Gadiem ilgi pārbaudītā radošās domāšanas metode <i>Sešas domāšanas cepures</i> skolēnos radīja interesi • Skolēnos radošās domāšanas metode radīja interesi, jo skolotājs stāstīja par to, kā <i>Sešas domāšanas cepures</i> metodi izmanto pasaulē zināmas kompānijas (<i>Statoil, IBM, Microsoft, NASA, Shell, BP, Siemens</i> u.c.) • Skolēniem padevās cepuru izmantošana sastādot biznesa plānu, jo bija iespēja apskatīties savu darbu no malas, kā arī biznesa idejas | <ul style="list-style-type: none"> • Skolēni secināja, ka piecas mācību stundas ir nepietiekamas, lai attīstītu uzņēmējspēju • <i>Melnās cepures</i> izmantošana skolēniem likās, ka tā ir slikta. Taču tā nebūt nav, jo, izmantojot <i>melno cepuri</i>, nozīmē būt piesardzīgam un uzmanīgam • Pirmajā stundā skolēniem mācot par cepurēm, likās, ka šī tēma būs garlaicīga, jo nesaskatīja radošās domāšanas metodes reālu pielietojumu • Skolēniem mācoties <i>Sešas domāšanas</i> |

| | |
|--|--|
| <p>lietderību un tās nākotnes iespējas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Skolēniem patika izmantot <i>zaļo cepuri</i>, jo tā ģenerē jaunas idejas. Pat tādas, kuras sākumā liekas nereālas izmantojot dzīvē, taču analizējot ideju, tā kļūst unikāla un pat realizējama • Skolēni, sastādot savu biznesa plānu, sāka domāt par Skolēnu mācību uzņēmumu veidošanu | <p><i>cepures</i>, tika izmantots jau reāls biznesa plāns, kas, viņuprāt, radīja viņos jau kādu rāmi par biznesa ideju</p> |
| <p>Ārējie faktori</p> | |
| <p><i>Iespējas</i></p> | <p><i>Draudi</i></p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Skolēni ne tikai sastādot biznesa plānu izmantos <i>Sešas domāšanas cepures</i>, bet pielietos tos arī citos mācību priekšmetos • Skolēniem, pielietojot radošās domāšanas metodi, pielieto to citos mācību priekšmetos. Līdz ar to citu mācību priekšmetu skolotājiem arī jāzina, kas ir <i>Sešas domāšanas cepures</i>. Tas nozīmē, ka metodi tiek integrēta citos mācību priekšmetos • Skolēniem sastādot realizējamu biznesa plānu, var sākt veidot skolēnu mācību uzņēmumu sadarbojoties ar biedrību <i>Junior Achievement Latvia</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Skolēni pārāk bieži var izmantot <i>sarkano cepuri</i>, kas raksturo konkrētā brīža emocijas un jūtas • Skolēni bažījās par to, ka noslēdzoties piecām stundām, aizmirsīs par <i>Sešu domāšanas cepuru</i> reālo pielietošanu • Skolēni pārlietu daudz var pielietot <i>Sešas domāšanas cepures</i>, aizmirstot, ka ir pieejamas arī citas metodes, kuras var izmantot biznesā |

NOBEIGUMS

Sociālo zinību priekšmets Latvijas skolās tiek mācīts no 2005./2006. mācību gada. Togad tās apguva tikai 1., 4. un 7. klases skolēni. Mācību priekšmets aptvēra četras sadaļas – ētiku, ievadu ekonomikā, veselības mācību un civilizācijas, un tā nostādnes bija sekojošas: attīstīt prasmi, kārtot dzīves problēmas, tikt galā ar uztraukumu, bailēm, izvērtēt savu un citu rīcības.

Sabiedrībā periodiski aktualizējas jautājums par sociālo zinību mācīšanas kvalitāti, līdz ar to sociālās zinības mācību priekšmeta mērķis un uzdevumi nav pietiekami vērsti uzņēmējspēju attīstīšanai. Arī pedagogu profesionālā kvalifikācija uzņēmējdarbības tēmās ir nepietiekamas, lai skolēnos attīstītu uzņēmējspējas.

Darba autors, mācot sociālās zinības Rīgas skolā kopš 2008. gada, nav novērojis programmas, mācību satura un grāmatu uzlabošanu, kā arī piedāvātie kursi ir nepietiekamā līmenī.

Lai 9. klases skolēniem attīstītu ekonomisko domāšanu, ko paredz Izglītības standarts, piedāvātās stundas ekonomikas tēmās ir nepietiekamas – tās ir tikai piecas. Tāpēc autors izvēlējās Izglītības standartā noteiktās piecas mācību stundas veikt biznesa plāna sastādīšanai, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi *Sešas domāšanas cepures*.

Aprobācijas mērķis bija noteikt, vai ir iespējams attīstīt uzņēmējspējas 9. klašu skolēniem sociālo zinību stundās, izmantojot E. de Bono radošās domāšanas metodi.

Pētījumā tika secināts:

- ka uzņēmējspēja ir viens no saimniekošanas procesa pamatfaktoriem, kas apvieno pārējos resursus vienotā ražošanas procesā, un bez šīm spējām nevar funkcionēt ekonomiskā tirgus saimniecība. Uzņēmējspēju īpašnieks var dibināt un vadīt pats savu uzņēmumu vai arī kļūt par citam uzņēmējam piederoša uzņēmuma vadītāju;
- ka Edvarda de Bono radošās domāšanas metode *Sešu domāšanas cepures*, kuras pamatā ir paralēlās domāšanas metode, nodrošina visu iesaistīto cilvēku uzmanības koncentrēšanu uz vienu un to pašu jautājumu vai problēmu noteiktā laikā. Katra cepure simbolizē kādu noteiktu domāšanas veidu. “Uzliekot galvā” kādu no šīm cepurēm, tiek pieņemts konkrēts domāšanas virziens. Visi grupas

dalībnieki „uzliek galvā” cepures un, mainot cepuru krāsas, dalībniekam jāmaina arī domāšanas virzieni atbilstoši cepures krāsai. *Sešu domāšanas cepuru* metodes mērķis ir veicināt paralēlo domāšanu un pilna spektra domāšanu, nodalot dalībnieku *ego* vajadzības no jautājuma vai problēmas risināšanas;

- ka sociālo zinību standarts atbilstoši 2006. gada 19. decembra izdotajiem MK noteikumiem Nr.1027, uzņēmējdarbības prasmju (uzņēmējspēju) apguve pamatskolā ir nepietiekama, jo tai ir paredzētas piecas mācību stundas. Uzņēmējspēju tēmas citos mācību priekšmetos arī nav integrētas. Komercedarbību tēmā paredzētajā mācību priekšmetā *sociālās zinības* uzņēmējspēju attīstīšanai ir vājas. Nepieciešama būtu tēmu izvēršana un daudzveidošana, lai skolēns patiešām būtu spējīgs pietiekami ilgstošā procesā, piemēram, viena semestra garumā, attīstīt uzņēmējspēju. Pamatskolas līmenī tas varētu būt skolēnu mācību firmu veidošana, uzņēmējdarbības ideju ģenerēšana, biznesa plāna sastādīšana un tamlīdzīgi.
- ka izveidotie pieci mācību stundu tematiskie plāni „E. de Bono radošās domāšanas metodes izmantošana uzņēmējspēju attīstīšanai sociālo zinību stundās 9. klasē” skolēniem ir saistoši un interesanti, kā arī spēj skolēnos attīstīt uzņēmējspējas un radošumu. Taču
- pārbaudītie izstrādātie mācību stundu tematiskie plāni pedagoģiskajā praksē skolēnos attīsta uzņēmējspējas, taču piecu mācību stundu laikā ir nepietiekamas, lai tās nostiprinātu un skolēni būtu ieinteresēti uzņēmējdarbībā.

LITERATŪRAS SARAKSTS

1. **Anderson H.H.** *Creativity and Its Cultivation*. New York: Harper&Row, 1959.
2. **Albrehta, Dz.** *Pētīšanas metodes pedagoģijā*. Rīga: Mācību grāmata, 1998.
3. **Alijevs, R.** *Skola radošo spēju veicināšanai*. Rīga: RaKa. 1998. 78 lpp.
4. **Bikse, V.** *Pētījums „Latvijas progress uzņēmējdarbības izglītības attīstībā pēc iestājas Eiropas Savienībā*. Rīga: Latvijas Universitāte, Ekonomikas un vadības fakultāte, Eiropas Komisijas pārstāvniecība Latvijā, 2009.
5. **Bikse, V.** Uzņēmējspēju attīstīšana: starptautiskā pieredze, problēmas un risinājumi. E.Dubra (Red.), *Latvijas Universitātes raksti, 671. sējums, Ekonomika, III, (38.-47.lpp.)*. Rīga: Latvijas Universitāte, 2004
6. **Bulatova, J.** *Skolotāja loma radošās domāšanas attīstībā*. Žurnāls Skolotājs, 2003.g. Nr.2.
7. **De Bono. E.** *Literal thinking*. London: Ward Lock Educational Ltd., 1970.
8. **Dombrava, E.** *Radošais mārketing*s. Rīga: Turība, 2008. 194 lpp.
9. **Eiders, Dž.** *Radošas domāšanas māksla: kā radīt jaunas un izcilas idejas*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2008. 119 lpp.
10. Eiropas Parlamenta un Padomes ieteikums par pamatprasmēm mūžizglītībā. *Eiropas Savienības Oficiālais Vēstnesis (206/962/EK)*. Briselē, 2006.
11. **Fisher R.** *Teaching children to Think*. United Kingdom: Basil Blackwell Ltd, 1990.
12. Flash Eurobarometer 160 „Entrepreneurship”. *EOS Gallup Europe*. European Commission: Directorate-General „Enterprises”. Retrieved 3th October, 2010.
13. Implementing the Community Lisbon Programme: *Fostering entrepreneurial mindsets through education and Learning*. Commission of the European Communities. Brussels: Commission of the European Communities. Retrieved 4th September, 2010., 2006
14. *Kas ir sešas domāšanas cepures?* [tiešsaiste] – [atsauce – 03.09.2010.] Pieejams: <http://radosumapils.wordpress.com/2010/09/02/edvarda-de-bono-6-cepuru-domasana/>
15. *Kas viņš ir – Edvards de Bono?* [tiešsaiste] – [atsauce – 03.09.2010.] Pieejams: <http://radosumapils.wordpress.com/2010/09/02/kas-vins-ir-%e2%80%93-edvards-de-bono/>
16. *Kā uzsākt veiksmīgu biznesu*. Rīga: Zvaigzne ABC, 2000. 142 lpp.
17. **Kearney, P.** *Enterprising ways to teach & learn. Book 1. Enterprise principles*. West Hobart, Australia: Enterprise Design Associates Pty Ltd., 1999.

18. *Latvijas progress uzņēmējdarbības izglītības attīstībā pēc iestājas Eiropas Savienībā.* [tiešsaiste] – [atsauce 27.12.2010.] Pieejams: www.politika.lv/index.php?f=1459
19. **Niebrzydowsky L.** *New Challenges for Educational Psychology.* Polish National Council for Self-Esteem. 1997.
20. **Oganisjana, K.** Studentu uzņēmības veicināšana studiju procesā: promocijas darbs. LU Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultāte. Rīga: Latvijas Universitāte, 2010. 187 lpp.
21. *Parallel Thinking – The Six Thinking hats.* [tiešsaiste] – [atsauce - 16.10.2010.]. Pieejams <http://www.edwarddebono.com/concept6.htm>
22. **Pelše, G., Ruperte I.** *Mazā biznesa kurss.* Rīga: Jumava, 2009, 328 lpp.
23. **Pelše, G., Ruperte I.** *Uzņēmēja rokasgrāmata.* Rīga: Jumava, 2009. 375 lpp.
24. **Počas, J.** *Uzņēmējdarbības cēloņi un uzņēmuma ekonomikas pamati.* Rīga: Latvijas Brīvo arodbiedrību savienības mācību centrs, 2000. 68 lpp.
25. Recommendation of the European Parliament and of the Council on key competencies for lifelong learning. *Commission of the European Communities.* Brussels. Retrieved 12th September, 2010.
26. **Rivža, B.** *Latvijas izaugsmes modelis: Cilvēks pirmā vietā 2005-2025* [PowerPoint slides]. Rīga: RPIVA. http://www.aip.lv/files/Latvijas_Modelis.ppt [tiešsaiste 11.11.2010]
27. *Sešas domāšanas cepures.* [tiešsaiste] – [atsauce – 22.10.2010.] Pieejams: http://www.b2binfo.lv/lat/db/trenini_seminari/?profile=1055
28. *Sešas domāšanas cepures.* [tiešsaiste] – [atsauce - 25.10.2010.]. Pieejams <http://www.debonothinkingsystems.com/tools/6hats.htm>
29. *Sešu domāšanas cepuru apraksts.* [tiešsaiste] – [atsauce - 23.10.2010.]. Pieejams: <http://members.optusnet.com.au/~charles57/Creative/Techniques/sixhats.htm>
30. *Six Thinking Hats.* [tiešsaiste] – [atsauce – 02.10.2010.] Pieejams http://en.wikipedia.org/wiki/Six_Thinking_Hats
31. *Six thinking hats. A Creativity Process for Results Driven Companies.* [tiešsaiste] – [atsauce - 19.10.2010.]. Pieejams http://www.debonoforbusiness.com/asp/six_hats.asp
32. **Sternberg R.J., Lubart T.I.** *The concept of creativity: Prospects and Paradigms, In: R.J. Sternberg Handbook of creativity.* Cambridge: Cambridge University Press.
33. Terminoloģijas jaunumi. *Latvijas Zinātņu akadēmijas Terminoloģijas komisija.* (16). Rīga: LZA TK, LU Latviešu valodas institūts, 2009.
34. **Valbis, J.** *Skolēna personības attīstība – izglītības virsuzdevums.* Rīga: Zvaigzne ABC, 2004.

35. **Wit B., Meyer R.** *Strategy Synthesis*. London: Thompson Business Press, 1999.
36. **Друкер П.** *Энциклопедия менеджмента*. Москва: Вильямс, 2004.

PIELIKUMS NR. 1

BIZNESA PLĀNA PARAUGS

1. Uzņēmuma vispārējs raksturojums

SIA „Lielupes krasti” būs pirmais uzņēmums, kurš Latvijā rādīs brīvdabas kino. Kino varēs apmeklēt visa vecuma cilvēki, turklāt kino būs iespējams vērot ne tikai sēžot uz krēsliem vai ar savu segu zālītē, bet arī vakarā iespēja kino baudīt savā automašīnā. Kino ne tikai demonstrēs jaunās un populārās filmas, bet arī vecos un labos latviešu un ārzemju gabalus. Uzņēmumā strādā apsargs, sētnieks, grāmatvedis, kinomehāniķis, 2 strādnieki, kas uzstāda tehniku un aparatūru. Uzņēmums atrodas Latvijā, konkrēti Jelgavā. Klienti varētu būt ieinteresēti par SIA „Lielupes krasti”- tas atrodas pašā pilsētas centrā, tāpēc tās novietojums ir izdevīgs klientiem. Tā kā Jelgavā nav īpaši lielas iespējas kur cilvēkiem pavadīt savu brīvo laiku, tad klientu pieprasījums pēc pakalpojuma būtu, turklāt to varēs apmeklēt ne tikai jelgavnieki, bet cilvēki no rajoniem un citām pilsētām. Turklāt tāda veida atpūta kā kino Jelgavā nav pieejams vispār, un tas būtu, kas jauns visiem Latvijas iedzīvotājiem.

2.1. Uzņēmuma nosaukums, rekvizīti.

Uzņēmēj sabiedrības pilns nosaukums : Sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Lielupes krasti”(tālāk tekstā SIA „Lielupes krasti”).

Uzņēmēj sabiedrības juridiskā adrese: Rubeņu ceļš 4. Uzņēmēj sabiedrības norēķinu konts: konta Nr. LV00HABA0001234567890. web: www.lielupeskrasti.lv telefons: 630880044, fakss: 630121312

2.2. Uzņēmuma juridiskais pamatojums

Uzņēmējdarbības forma – Sabiedrība ar ierobežotu atbildību- SIA. Uzņēmēj sabiedrības pamatkapitāls uz 2009. gada 1.janvāri ir 50000.-

2.3. Uzņēmuma stratēģiskie mērķi

- Nodrošināt ne tikai Jelgavas, bet arī tuvākās apkārtnes iedzīvotājus ar vēl nebijušu Latvijā uzņēmējdarbību – brīvdabas kino.
- Iekarot Latvijas tirgu.
- Izvērst veiksmīgu reklāmas kampaņu.

- Izveidot mājas lapu internetā, lai cilvēki var piekļūt jaunākajai informācijai, akcijām un informēti par jaunākajiem piedāvājumiem.
- Noslēgt līgumus ar pašmāju kino veidotājiem.
- Izveidot reklāmas bukletus.

2.4. Uzņēmumam nepieciešamie līdzekļi

2.4.1. Uzņēmumam nepieciešamie resursi

Sakari- uzņēmuma rīcībā ir telefons, fakss, kā arī internets.

Elektrība- Tiek saņemta no vietējā elektroenerģijas padeves tīkla.

2.4.2. Uzņēmumā esošie pamatlīdzekļi

2.1. tabula

Uzņēmuma pamatlīdzekļi

| Nosaukums | Skaitis (gab., mērvienībās) | Uzskaites vērtība | Kopējā vērtība |
|----------------------------|------------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Dators | 1 | 338 Ls | 338 Ls |
| Printeris, skeneris | 1 | 340 Ls | 340 Ls |
| Zeme | 6000 m ² | 15.00 m ² | 90000.- |

2.4.3. Uzņēmumā izmantojamie apgrozāmie līdzekļi

Uzņēmumā apgrozāmie līdzekļi sastāv no materiāliem, kas nepieciešami ikdienas raitam darbam – rakstāmlietas, papīri, tintes printerim un skenerim, u.c.

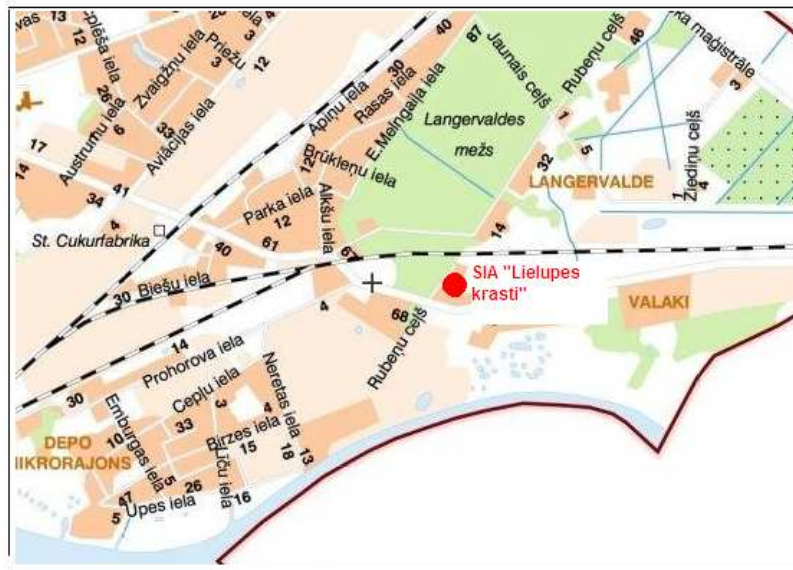
2.4.Uzņēmējdarbības uzsākšanai nepieciešamo līdzekļi

2.2. tabula

Pamatlīdzekļi un to nolietojums

| Pamatlīdzekļi | Skaitis (gab.) vai Daudzums (mērvienībās) | Vērtība (Ls) | Kopā (Ls) | Nolietojums (Ls, gadā) |
|----------------------|--|----------------------|------------------|-------------------------------|
| Zeme | 6000 m ² | 15.00 m ² | 90000.- | - |
| Projektors | 1 | 600.- | 600.- | 390.- |
| Akustiskā sistēma | 1 | 2000.- | 2000.- | 1300.- |
| Ekrāns | 1 | 6000.- | 6000.- | 3900.- |
| Soliņi | 50 | 150.- | 7500.- | 6000.- |
| Plastmasas tualetes | 4 | 250.- | 1000.- | 800.- |
| Atkritumu tvertnes | 25 | 60.- | 1500.- | 1200.- |
| Žogs (siets) | 22 ruļļi (15m rullis) | 1,5 (metrā) | 495.- | 396.- |
| Dzelzs stabi | 68 | 5.00.- | 340.- | 272.- |
| Dators | 1 | 338.- | 338.- | 219.70 |
| Printeris, skeneris | 1 | 340.- | 340.- | 221.- |

2.6. Atrašanās vieta (Jelgavas pilsēta)



2.7. Uzņēmuma misija

SIA "Lielupes krasti" misija ir nodrošināt Jelgavas un tuvākās apkārtnes iedzīvotājus ar iespēju izmantot brīvdabas kino piedāvājumus.

3. Produkcijas vai pakalpojuma raksturojums

3.1. Uzņēmuma pakalpojumu raksturojums

Brīvdabas kino SIA "Lielupes krasti" saviem klientiem piedāvā iespējas, apmeklēt kino brīvā dabā un svaigā gaisā.

Firmas uzdevums ir izveidot Jelgavā atpūtas vietu cilvēkiem kur var atpūties no ikdienas darba baudot kino draugu sabiedrībā un romantiskā noskaņā vakarā.

Uzņēmuma darba laiks ir no 10.00 līdz 24.00 (no piektdienas līdz svētdienai) un no 12.00 līdz 20.00 (darba dienās).

3.2. Pakalpojumu sortiments

Pakalpojumu grupa, nosaukums:

- Bērnu kino dienas
- Jauniešiem
- Pieaugušajiem
- Pensionāriem
- Māmiņām ar bērniem
- Vīriešiem, Sievietēm

SIA „Lielupes krasti” būs plašs pakalpojumu klāsts visu veidu vecumiem un cilvēkiem. Uzņēmums nepārtraukti strādā pie jau esošo pakalpojumu pilnveidošanas un jaunu pakalpojumu veidu izstrādes. Uzņēmums arī labprāt sniegs pakalpojumus ne tikai klientiem Jelgavā, bet arī tuvākās apkārtnes, jo tas palielinātu klientu skaitu, pieprasījumu pēc pakalpojumiem un arī stabilu iekļaušanos tirgū, nodrošinot tajā sev konkrētu, stabilu vietu.

4. Uzņēmuma vadība un personāls

4.1. Darbinieku motivēšana, plānotā darba samaksas sistēma

Tā kā uzņēmums tikai uzsāk savu darbību tad ir plānota darbu apvienošana. Visam apkalpojošam personālam ir attiecīgas darba iemaņas atbilstošā darba sfērā. Darba algas uzņēmumā ir plānotas paaugstināt līdz ar uzņēmuma attīstību. Visi darbinieki saņem fiksēto mēnešalgu:

4.1. tabula

Plānotā darba samaksas sistēma

| Vārds, uzvārds | Amats | Pienākumi | Alga (mēnesī) | Alga (gadā) |
|----------------|---------------------|---|------------------------------|-------------|
| Marika Lausa | Direktors, vadītājs | -Plānot un vadīt uzņēmuma vadības stratēģiju, -nodrošināt produkta kvalitāti | Bruto: 500,- Neto: 361,25 | 6000.- |
| Ieva Jansone | Grāmatvedis | -Atbildēt par uzņēmuma finansiālo stāvokli, -sniegt padomus direktoram finansiālajos jautājumos | Bruto: 300.- Neto: 224,75 | 3600.- |
| Varis Lielais | Apsargs | - nodrošināt ar fizisko un tehnisko apsardzi uzņēmuma objektā - pārbaudīt personu atļaujas ienākt objektā. | Bruto: 250,- Neto: 190,63 | 3000.- |
| Silvija Zariņa | Sētnieks | - teritorijas slaucīšana, atkritumu savākšana; - zāles pļaušana (vasaras periodā); | Bruto: 200.- Neto: 156,50 | 2400.- |
| Igors Lokmanis | Kino mehāniķis | Sagatavot aparatūru kino rādīšanai, pārbaudīt vai viss norit veiksmīgi. | Bruto: 250.- Neto: 190,63 | 3000.- |
| Māris Lapiņš | palīgstrādnieks | Cilvēks, kuram būs jāpalīdz pārējiem darbiniekiem ja rodas kādas vajadzības. | Bruto: 120.- Neto: 101,90 | 1440.- |

| | | | | |
|--------------|------------------|-----------------|------------------------------|--------|
| Zane Bērziņa | Biļešu pārdevēja | Pārdot biļetes. | Bruto: 200.- Neto: 156,50 | 2400.- |
|--------------|------------------|-----------------|------------------------------|--------|

Tā kā uzņēmums tikai uzsāk savu darbību tad ir plānota darbu apvienošana. Visam apkalpojošam personālam ir attiecīgas darba iemaņas atbilstošā darba sfērā. Darba algas uzņēmumā ir plānotas paaugstināt līdz ar uzņēmuma attīstību. Visi darbinieki saņem fiksēto mēnešalgu.

5. Tirgus analīze

5.1. Mērķa tirgus

Jelgavā ir apmēram 66000 iedzīvotāju, Zemgalē kopējais iedzīvotāju skaits ir 291 595, tie ir uzņēmuma potenciālie klienti. Daļa no tiem var kļūt par uzņēmuma klientiem, ja notiek pareiza un precīza informācijas nodošana. Tirgus segmentācija bāzējas uz sekojošiem principiem:

- Ģeogrāfiskais (kur dzīvo klienti);
- Demogrāfiskais (vecums, dzimums u.c.);
- Sociāli ekonomiskais (ienākumu līmenis, profesija);
- Kultūras (izglītība, reliģija u.c.);
- Personāla raksturojums (dzīvesveids, rakstura tips);
- Rīcība (izvēles kritēriji, klientu tips).

Uzņēmumam visdarbīgākā sezona būs vasara, jo tas ir laiks, kad cilvēki visbiežāk ņem atvaļinājumus, kad ir visjaukākais laiks dažādu ārpus telpu pasākumiem. Protams, arī citos gadalaikos uzņēmumam būs klienti.

5.2. Konkurentu analīze

Zināmā mērā konkurence draud arī SIA „Lielupes krasti”. Latvijā nekas tāds vēl līdz šim nav bijis, tā, ka varētu teikt, ka konkurences nav, bet tomēr, varbūtība pastāv, jo kino „Forumcinemas” un „Cinamon” ir tuvāk esošie kino tik atšķirība ir tā, ka kino notiek iekštelpās. Varam pat pieņemt, ka uzņēmums SIA „Lielupes krasti” darbojas monopolistiskajā konkurencē, kas nozīmē, ka mums nav daudz konkurentu.

Konkurenti, to salīdzinošs vērtējums

| Mans uzņēmums | Atrašanās vieta | Piedāvātie pakalpojumi | Trūkumi | Priekšrocības |
|--------------------------------------|---|---|---|---|
| SIA "Lielupes krasti" | Jelgava | Kino varēs apmeklēt visa vecuma cilvēki, turklāt kino būs iespējams vērot ne tikai sēžot uz krēsliem vai ar savu segu zālītē, bet arī vakarā iespēja kino baudīt savā automašīnā. Kino ne tikai demonstrēs jaunās un populārās filmas, bet arī vecos un labos latviešu un ārzemju gabalus. | Vēl nezināms visiem klientiem. | Atrašanās vieta- gandrīz pilsētas centrā, laipnā apkalpošana, Ne Latvijā nedz arī Jelgavā nav nekas tāds. |
| Konkurenta uzņēmuma nosaukums | Atrašanās vieta | Piedāvātie pakalpojumi | Trūkumi | Priekšrocības |
| Forumcinemas | Pašā Rīgas centrā starp staciju un autoostu. | Dažāda žanra filmas visam vecumam. Pasākumu organizēšana, reklāmas izvietošana uz lielā ekrāna un pašā kino. Specpiedāvājumi. | Visu laiku jāatrodas telpās, kur, saspīesti viens otram sēž cilvēki, turklāt nav kur atstāt drēbes. | Populārs un izdevīga vieta. |
| Cinemon | t/c Alfa, pieejams ar sabiedrisko transportu, nav tuvu centram. | Nodrošina "vienas pieturas" servisu, vienlaikus iegādājoties gan kinoteātru biļetes, gan arī kino zālē līdzīgi ņemamus kārumus. Pirms vai pēc filmas skatīšanās Cinamon piedāvā saviem apmeklētājiem izklaidēties spēļu zonā, sarīkot pašam savas vai piedalīties kādās svinībās, vai arī ieturēt kādu maltīti. | Vēl nezināms visiem klientiem, jo nesen tikai atvērt, atrodas tālu no centra. | Dizains veidots, lai skatītājam sniegtu maksimālu komfortu, vizuālo un skaņas efektu baudīšanā, ko nodrošina jaunākās tehnoloģijas. |

5.3. SVID analīze

5.1. tabula

| SVID analīze | |
|--|---|
| IEKŠĒJĀ VIDE | ĀRĒJĀ VIDE |
| <p style="text-align: center;"><u>Stiprās puses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ laipnā apkalpošana; ➤ dažāda veida atlaides pastāvīgajiem klientiem; ➤ pakalpojumu dažādība un augstā kvalitāte; ➤ izdevīgā atrašanās vietā; ➤ ir iespēja iebraukt ar savu auto. | <p style="text-align: center;"><u>Iespējas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ labi pārdomāti reklāmas pasākumi; ➤ tiek pilnveidota jau esošo pakalpojumu kvalitāte; ➤ tiek strādāts pie tā, lai ieviestu arvien jaunus, kvalitatīvus pakalpojumus. |
| <p style="text-align: center;"><u>Vājas puses</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ nav uzņēmuma telpas. ✓ Jauns uzņēmums | <p style="text-align: center;"><u>Draudi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ tā kā Latvijā un Jelgavā vēl nav neviens uzņēmums ar tādu pakalpojumu klāstu, tad ir iespējama jaunu konkurentu parādīšanās tirgū. |

5.4. Uzņēmuma netieši ietekmējošā ārējā vide, uzņēmuma tieši ietekmējošā ārējā vide

Uzņēmuma netieši ietekmējošā ārējā vide:

- Demogrāfiskie rādītāji (iedzīvotāju skaita pieaugums vai samazināšanās, sadalījums vecuma grupās, sadalījums pēc dzimuma, teritoriālais sadalījums, ģimenes stāvoklis);
- Starptautiskās attiecības;
- Zinātnes un tehnikas attīstības līmenis;
- Valsts politika;
- Nodarbinātība vai bezdarbs sabiedrībā;
- Kultūra;
- Iedzīvotāju pirktspēja, kas ir atkarīga no darba algas pieauguma, cenu izmaiņām, kredītu saņemšanas noteikumiem un iedzīvotāju ietaupījumiem;
- Nodokļu politika;
- Inflācija.

Uzņēmumu tieši ietekmējošā ārējā vide:

- Klienti;
- Konkurenti;

- Saskares auditorija – finanšu institūcijas, prese, valdības un pašvaldību institūcijas,
- Likumdošana.

6. Mārketinga stratēģija

6.1. Uzņēmuma cenu politika

Pareizas cenas noteikšana ir viens no svarīgākajiem aspektiem, no kura ir atkarīgi uzņēmuma ienākumi, peļņa un pastāvēšana kopumā. Šai cenai jānosēdz izmaksas, peļņa un nodokļi.

Cenu veidošanas mērķis ir sasniegt plānoto ienākumu līmeni un nostabilizēt uzņēmumu tirgū. Tādēļ, nosakot cenu pakalpojumam, ir jāņem vērā pieprasījums un konkurentu cenas – ja vien iespējams, jānosaka savai produkcijai nedaudz zemāka cena kā konkurentiem.

Cenu ietekmēs:

- izmaksas;
- pieprasījums;
- uzņēmuma iekšējā situācija;
- atlaides klientiem.

SIA "Lielupes krasti" cenu politika

| Biļetes | Cena (ar 22% PVN) |
|--|--------------------------|
| DARBA DIENĀS Līdz plkst. 13.00 No plkst. 13.01 – 18.00 No plkst. 18.01 | 2.00 2.20 3.40 |
| BRĪVDIENĀS Līdz plkst. 13.00 No plkst. 13.01 | 3.00 4.10 |
| Pensionāru biļete. (Nepieciešama atbilstoša apliecība). Darba dienās no plkst. 18.00 Brīvdienās no plkst. 13.00 | 3.00 3.50 |
| Grupu biļete. (Sastāv no 12 cilvēkiem un vairāk). Darba dienās līdz plkst. 16.00 (min.12 biļetes) Brīvdienās līdz plkst. 16.00 (min.12 biļetes) | 1.50 2.00 |
| Kinokartes. (Kinokartes var izmantot kā lielisku dāvanu svētkos saviem darbiniekiem, draugiem u.c.) | No 5.00 līdz 100.00 |
| Ģimenes biļete. (ietver biļetes 2 pieaugušajiem un 2 bērniem (līdz 12. gadiem)). Ģimenei katru darba dienu līdz plkst. 15.00 Ģimenei brīvdienās līdz plkst. 15.00 | 6.90 8.20 |
| Studentu biļete. (Lieliska cena studentiem, protams, uzrādot spēkā esošu studenta apliecību). Darba dienās no plkst. 18.00 Brīvdienās no plkst. 13.00 | 3.20 3.90 |
| Bērnu biļetes. (Līdz 12 g.v.) | 1.80 |

6.2. Cenu veidošanās elementi mēnesī

6.2. tabula

Uzņēmuma izmaksas mēnesī

| Nosaukums | Izmaksas (LVL mēnesī) |
|--|-----------------------|
| Darba algas | 1820.- |
| Asenizācija | 140.- |
| Papīrs, rakstāmlietas, printera krāsas | 20.- |
| Filmas | 500.- |
| Elektrība | 50.- |
| Atkritumu izvešana | 4.- |
| Sakaru izdevumi | 10.- |
| Citi izdevumi | 200.- |
| Kopā: | 2734.- |

Lai uzņēmums pastāvētu ilglaicīgi, cenas veidošanā jāievēro noteiktas prasības- tai jābūt pieņemamai klientiem, protams, ka tai ir jāsedz visas paredzamās izmaksas un tā nedrīkst būt pārspīlēti augsta, jo tādējādi klienti neapmeklēs.

6.3. Reklāma

Lai panāktu efektīvu darbības uzsākšanu sabiedrība ar ierobežotu atbildību „Lielupes krasti” uzsāks reklāmas kampaņu jau mēnesi pirms darbības uzsākšanas.

Sākuma posmā reklāmas veidošanā liels uzsvars tiek likts uz reklāmas izdales materiālu sagatavošanu un izplatīšanu.

Papildus reklāmas ik sestdienu tiks publicētas Jelgavas un rajona laikrakstos. Plānots izdalīt klientiem *flaierus* ar informāciju par mūsu uzņēmuma atrašanās vietu un kontaktinformāciju, lai būtu iespējams mūs atrast, un pa telefonu sazvanīt, ja rodas kādi jautājumi.

Palielinoties uzņēmuma ienākumiem, izmaksas tiek plānotas neregulāri, atkarībā no ienākumiem.

Šīs metodes priekšrocības: ja uzņēmumam ir pietiekoši līdzekļi ir iespējams ātri reaģēt un izvērst plašu reklāmas kampaņu.

Šīs metodes trūkumi: nevar plānot finanses tālākam laika periodam.

Reklāmas izmaksas

| Reklāmas veids | skaits | Izmaksas Ls/gab. | Summa, Ls |
|------------------------|--------|---------------------|--------------|
| Reklāmas bukleti | 20 000 | 0,03 | 600.- |
| flaieri | 3 000 | 0,05 | 150.- |
| Sludinājumi laikrakstā | 8 | 10.- | 80.- |
| Kopā | | | 830.- |

7. Risks un galvenās problēmas

SIA „Lielupes krasti” darbība ir pakļauta dažādiem riskiem, kas var radīt uzņēmumam zaudējumus. Ir nepieciešams tos uzsvērt, lai mazinātu iespējamus zaudējumus, ko šie riski varētu veicināt. Uzņēmumam risku visbiežāk var izraisīt:

- tirgus risks;
- dabas katastrofas;
- likumdošanas izmaiņas;
- cilvēku radīti kaitējumi;

7.1. tabula

Iespējamie riski un novēršanas pasākumi

| Riska veids | Parādība | Riska novēršanas pasākumi |
|------------------------------|---------------------------------|--|
| Sociālais risks | Zādzība | Apdrošināšana un apsardzes firmas pakalpojumi. |
| Komerčiālais risks | Nespēja piesaistīt klientus | Reklāmas pasākumi, publicitāte. |
| Cilvēka faktora risks | Darbinieku ne profesionalitāte | Darbinieku kvalifikācijas celšana, kursu apmeklēšana. |
| Juridiskais risks | Zaudējumi sakarā ar soda naudām | Regulāri tiek lasīta juridiskā literatūra, sekots līdzi jaunumiem likumdošanā. |
| Stihiskais | Ugunsgrēks | Drošības noteikumu ievērošana, apdrošināšana. |

Šajā tabulā parādīti dažādi riski un iespējamie to novēršanas risinājumi. Par galveno no riskiem varētu uzskatīt dabas katastrofas un cilvēku apzinātos un neapzinātos kaitējumus.

Par visērtāko visu nelaimju novēršanas iespēju SIA „Lielupes krasti” uzskata apdrošināšanu, kurā ietilptu gan zemes, gan tehnikas, gan arī ēku apdrošināšana.

8. Finanšu plāns

8.1. Algu aprēķins

1. Direktors, vadītājs

Bruto: **500Ls**

9% no 500 Ls = 45 Ls

500 – 45 – 80 = 375 Ls

25% no 375 = **93,75 Ls** (iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

500 – 45 – 93,75 = **361,25 Ls**(Neto alga)

24,09% no 500= **120,45 Ls** (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

2. Grāmatvedis

Bruto: **300**

9% no 300 Ls = 27 Ls

300 – 27 – 80 = 193 Ls

25% no 193 = **48,25 Ls** (iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

300 – 27 – 48,25 = **224,75 Ls** (Neto alga)

24,09% no 300= 72,27 Ls (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

3. Apsargs

Bruto: **250**

9% no 250 Ls = 22,50 Ls

250 – 22,50 – 80 = 147,50 Ls

25% no 147,50 = **36,87 Ls**(iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

250 – 22,50 – 36,87 = **190,63 Ls**(Neto alga)

24,09% no 250= 60,22 Ls (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

4. Sētnieks

Bruto: **200**

9% no 200 Ls = 18 Ls

200 – 18 – 80 = 102 Ls

25% no 102 = **25,50 Ls**(iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

200 – 18 – 25,50 = **156,50 Ls** (Neto alga)

24,09% no 200= 48,18 Ls (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

5. Kino mehāniķis

Bruto: **250**

9% no 250 Ls = 22,50 Ls

250 – 22,50 – 80 = 147,50 Ls

25% no 147,50 = **36,87 Ls**(iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

$250 - 22,50 - 36,87 = 190,63$ Ls(Neto alga)

24,09% no 250= 60,22 Ls (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

6. palīgstrādnieks

Bruto: **120**

9% no 120 Ls = 10,80 Ls

$120 - 10,80 - 80 = 29,20$ Ls

25% no 29,20 = **7,30 Ls**(iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

$120 - 29,20 - 7,30 = 83,50$ Ls(Neto alga)

24,09% no 120= 28,91 Ls (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

7. Biļešu pārdevēja

Bruto: **200**

9% no 200 Ls = 18 Ls

$200 - 18 - 80 = 102$ Ls

25% no 102 = **25,50 Ls**(iedzīvotāju ienākumu nodoklis)

$200 - 18 - 25,50 = 156,50$ Ls (Neto alga)

24,09% no 200= 48,18 Ls (darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi)

8.1. tabula

Algu aprēķins

| | Mēnesī | Gadā |
|--|---------|----------|
| Bruto alga | 1820.- | 21840.- |
| Neto alga | 1363,76 | 16365,12 |
| Iedzīvotāju ienākumu nodoklis | 274,04 | 3288,48 |
| Sociālais nodoklis 9% | 163,80 | 1965,60 |
| Bruto alga + 24,09% darba devēja sociālās apdrošināšanas maksājumi | 438,43 | 5261,16 |

8.2. Peļņas vai zaudējuma aprēķins

8.2. tabula

Peļņas zaudējumu aprēķināšana

| Ienākumi (neto) | Periods | | | | | | | | | | | | Gads | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| | Jan | Feb | Mar | Apr | Mai | Jūn | Jūl | Aug | Sep | Okt | Nov | Dec | 2009 | 2010 |
| Bīletes | 2000.- | 2000.- | 5000.- | 10000.- | 16500.- | 17000.- | 17000.- | 17000.- | 17000.- | 15000.- | 12000.- | 10000.- | 140500.- | 140500.- |
| Citi papildus ienākumi | 200.- | 400.- | 500.- | 400.- | 400.- | 500.- | 500.- | 400.- | 300.- | 300.- | 200.- | 200.- | 4300.- | 4300.- |
| IENĀKUMI pavisam kopā | 2200.- | 2400.- | 5500.- | 10400.- | 16900.- | 17500.- | 17500.- | 17400.- | 17000.- | 15000.- | 12200.- | 10200.- | 144200.- | 144200.- |
| Filmu izmaksas | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 500.- | 6000.- | 6000.- |
| Netiešās izmaksas KOPĀ | 1572.- | 1579.- | 1600.- | 1600.- | 1604.- | 1606.- | 1606.- | 1606.- | 1606.- | 1604.- | 1600.- | 1600.- | 19183.- | 19183.- |
| DARBĪBAS PEĻŅA | -572.- | -579.- | -600.- | -600.- | -604.- | -606.- | -606.- | -606.- | -606.- | -604.- | -600.- | -600.- | -9183.- | -9183.- |
| KAPITĀLA IZMAKSAS | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 2258,43 | 27101,16 | 27101,16 |
| Netiešās izmaksas (amortizācija) | 686,43 | 679,43 | 658,43 | 658,43 | 654,43 | 652,43 | 652,43 | 652,43 | 652,43 | 654,43 | 658,43 | 658,43 | 7918,16 | 7918,16 |
| Netiešās izmaksas zemes izstrādācijai | | | | | | | | | | | | | 180.- | 180.- |
| Kapitāla izmaksas KOPĀ | 20.- | 25.- | 50.- | 50.- | 50.- | 100.- | 100.- | 100.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 695.- | 695.- |
| IZMAKSAS PAVISAM | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 80.- | 960.- | 960.- |
| Beļģijas nodokļiem | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 600.- | 7200.- | 7200.- |
| Sakaru izdevumi, nodoklis | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 10.- | 120.- | 120.- |
| Papirs, Tīrā peļņa no pamatdarbības | | | | | | | | | | | | | 12848,23 | 12848,23 |
| apkārtnes uzturēšana | | | | | | | | | | | | | | |
| Apdrošināšana | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 50.- | 6000.- | 6000.- |

8.2. Bilance

8.2. tabula

Bilances aprēķins

| Aktīvs | | Pasīvs | |
|--------------------------|----------|-----------------------|----------|
| Ilgtermiņa ieguldījumi | | Pašu kapitāls | |
| Pamatkapitāls | 50000.- | Pamatkapitāls | 50000.- |
| Pamatlīdzekļi | 20113.- | Nesadalītā peļņa | 12848.23 |
| Aprozāmie līdzekļi | | Dibināšanas kapitāls | 20113.- |
| Pamatlīdzekļi (nauda) | 12848.23 | | |
| Kopā: 82961,23 | | Kopā: 82961,23 | |

8.4. Naudas plūsmas pārskats

8.3. tabula

Naudas plūsmas pārskats

| NAUDAS PLŪSMAS PĀRSKATS PAR 2011. un 2012. gadu. | | | | |
|--|------------|-----------------|------------|----------|
| I. Ar saimniecisko darbību saistīta naudas plūsma (Ls) | | | | |
| Rādītāji | 2011. gads | | 2012. gads | |
| | Ienākumi | Izdevumi | Ienākumi | Izdevumi |
| Saņemts no pircējiem un pasūtītājiem | 144200.- | | 144200.- | |
| Samaksāts par materiāliem, precēm un pakalpojumiem | | 82961,23 | | - |
| Alga un nodokļi no algas | | 5261,16 | | 5261,16 |
| Uzņēmuma ienākuma nodoklis | | 15% | | 15% |
| Neto naudas līdzekļi no saimnieciskās darbības | 12848.23 | | 12848.23 | |
| Iegādāti pamatlīdzekļi | | 20113.- | | |
| Pamatkapitāls | | 50000.- | | |
| Kopā: | 157044.23 | 83346,36 | 157044.23 | 789,17 |

PIELIKUMS NR. 2

BIZNESA PLĀNA SASTĀDĪŠANA

Uzsākot jebkuru komercdarbību, vispirms ir jāsāk ar biznesa plāna sagatavošanu, kas ir komercdarbības pamats.

Jebkurš biznesa plāns sākas ar ideju, kas ir svarīgs priekšnosacījums, lai veiksmīgi varētu veidot savu biznesu. Veidojot savu biznesa plānu, vadieties pēc A.Zvejnieka biznesa plānu konkursa moto "Savā vidē, saviem cilvēkiem un sev".

Kā atrast idejas?

- Atdarīnot kāda cita veiksmīgu ideju.
- Apvienojot divas vai vairākas jau pārbaudītas idejas vienā.
- Palīdzot cilvēkiem.
- Uzlabojot jau esošos pakalpojumus.
- Izvēršot savu hobiju.
- Ieviešot idejas, kas noskatītas ārzemēs.
- Izmantojot nejauši noklausītas sarunas.
- Meklējot jaunu veidus, kā darīt ierastas lietas.
- Vienkārši fantazējot.
- Izmantojot labvēlīgu situāciju.
- Pielietojot E. de Bono Sešu domāšanas cepuru metodi.

Jāatceras, ka jādara tas, kas vislabāk padodas, nav jēgas piedāvāt to, ko nevar pārdot!

Biznesa plāna struktūra

Kopsavilkums

1. Uzņēmuma apraksts.
2. Preces/pakalpojuma raksturojums.
3. Tirgus analīze:
 - 3.1. Pircēju/klientu apzināšana;
 - 3.2. Konkurentu raksturojums.
4. Mārketinga (tirgzinības) plāns:
 - 4.1. Realizācijas kanāli;

- 4.2. Cenu veidošana;
- 4.3. Produkta virzīšana tirgū (reklāma).
- 5. Uzņēmuma darbība:
 - 5.1. Produkta ražošanas apraksts (tehnoloģija);
 - 5.2. Ražošanas ēku, iekārtu un inventāra raksturojums.
- 6. Uzņēmuma vadība un nodarbinātās personas.
- 7. Riska faktoru analīze.
- 8. Finanšu informācija:
 - 8.1. Ražošanas izmaksas;
 - 8.2. Plānotie ieņēmumi.

Biznesa plāna nodaļu izklāsts

Kopsavilkums

Kopsavilkumā ir svarīgi īsi raksturot un izcelt svarīgākos biznesa plānā aplūkotos jautājumus. Kopsavilkumam jābūt īsam un koncentrētam (1 – 2 lpp.), kā arī saistošam un interesantam, lai tas izraisītu tūlītēju lasītāja interesi un vēlmi izskatīt plānu līdz galam.

Biznesa plāna lasītājam ir jāgūst īss pārskats par:

- 1) Uzņēmumu (nosaukumu, komercdarbības formu, īpašnieku/ -iem, atrašanās vietu); uzņēmuma vēsturi (ja tāda ir); situāciju, no kuras attīsta plānoto darbību (esošais uzņēmums, cilvēki, zeme, ēkas, iekārtas vai tukša vieta);
- 2) Produktu, ko piedāvās tirgū, norādot, kam tas domāts – kādas pircēju vajadzības apmierina, ar ko atšķiras no konkurentu piedāvājumiem, jāuzsver produkta izcilās īpašības;
- 3) Tirgus situāciju (biznesa plāna autors raksturo galvenos konkurentus, viņu darba metodes, norāda, kādi pircēji pirks produktu un kāpēc, cik daudz paredzēts pārdot);
- 4) Ražošanas/darba organizāciju, norādot, kādi ražošanas resursi tiks izmantoti (izejvielas, iekārtas, personāls), apraksta izmantojamās darba metodes un/ vai tehnoloģijas;
- 5) Koncentrētu mārketinga (tirgzinības) plāna izklāstu;
- 6) To, cik lieli ieguldījumi nepieciešami darbības uzsākšanai, kādi ir to finansēšana veidi, t.i., kur iegūta nauda, uzsākot biznesu;
- 7) Iespējamo peļņu.

Kopsavilkumu var uzskatīt par biznesa plāna reklāmu! To var izstrādāt tikai tad, kad ir uzrakstītas visas pārējās nodaļas.

1. Uzņēmuma apraksts

Šo nodaļu raksta neatkarīgi no tā, vai tiek veidots jauns uzņēmums, vai arī tiek paplašināts vai uzlabots jau esošais.

Vizītkarte

Nodaļas sākumā jānorāda uzņēmuma precīzs nosaukums saskaņā ar Latvijas valsts komercdarbības formām (IK, SIA u.c). Izvēloties komercdarbības formu, jāpārdomā, vai uzņēmumu veidot vienam, vienpersoniski uzņemoties atbildību par komercdarbības rezultātiem, vai arī piesaistīt partnerus (katram variantam ir savas priekšrocības un trūkumi, kurus nepieciešams pārdomāt).

Raksturo uzņēmumu:

- ar ko tas nodarbojas,
- uzņēmuma darbības vēsture, izveidošanas gads;
- atrašanās vieta, adrese;
- īpašnieki un viņu finanšu avoti;
- vadība, vadītāju īpašuma tiesības.

Uzņēmuma nosaukumu izvēloties, tam jābūt viegli iegaumējamam un izrunājamam saistītām ar darbības saturu, jāatšķiras no konkurentu nosaukumiem.

Obligāti izveido uzņēmuma logo, jo uzņēmuma logo un arī nosaukums bieži vien ir pirmais, kas to raksturo.

2. Preces / pakalpojuma raksturojums

Šeit ir jāparāda produkta priekšrocības attiecībā pret citiem produktiem, jāuzsver tā **vienreizīgums**. Šajā nodaļā aplūko šādus jautājumus:

- produkta ražošanas pamatojums, produkta dzīvotspēja;
- kvalitāte un to nodrošinošie pasākumi;
- pakalpojumi un apkalpošana.

Pārskatāmāk to var atspoguļot tabulā.

1. tabula

Preču / pakalpojumu raksturojums

| № | Preces/pakalpojuma veids | Informācija |
|----------|---------------------------------|--------------------|
| | | |

Var pievienot produkcijas zīmējumus, attēlus.

3. Tirgus analīze

Šajā biznesa plāna nodaļā aplūko šādus jautājumus:

- tirgus raksturojums un iespējas;
- konkurence, konkurējošie uzņēmumi;
- pircēja, patērētāja motivācija, izvēloties piedāvāto produktu (pakalpojumu);
- blakus faktori, kas var ietekmēt uzņēmuma darbības rezultātus;
- pārdošanas apjoma plāns.

Šajā nodaļā jāparāda, ka pastāv tirgus, kur nepieciešama jaunā prece vai pakalpojums, ka izprotat pircēju vai klientu vēlmes un vajadzības. Jāapzinās, kam tieši uzņēmuma produkts ir paredzēts – vai tie būs produkti bērniem, veciem cilvēkiem, sievietēm vai vīriešiem, vai orientējas uz turīgiem cilvēkiem vai uz vidējo slāni, dzīvojošiem pilsētā vai laukos utt. No tā ir atkarīgs produkcijas daudzums, dažādība, kvalitāte, cena utt. Jāsniedz informācija par uzņēmuma vietu tirgū tagad un par iespējām nākotnē. Jāapzinās, kādu nišu uzņēmums grib aizņemt: vai grib būt lielākais konkrētajā nozarē vai varbūt mazs, specifisks un spēcīgs uzņēmums.

Par tirgu jāsniedz šāda informācija:

- kas pirks jūsu produkciju/ pakalpojumu;
- kāpēc viņi to pirks;
- cik pirks (apjoms);
- kad pirks;
- par kādām cenām;
- kāda kvalitāte;
- kādas galvenās problēmas no pircēju viedokļa.

Lai noskaidrotu, kādas preces pircēji pirks, var izmantot tirgus izpētes kompleksu: aptaujas pa telefonu, pasta vai personīgās intervijas, anketas.

Konkurentu analīze var likt izdarīt izmaiņas uzņēmuma darbībā, lai sekmīgi sacenstos ar tiem. Lietderīgi ir izvērtēt līdzīgus uzņēmumus un skatīt, kā to vājās puses izmantot savā labā.

Analizējot konkurentus, ir svarīgi noskaidrot:

- kas ir galvenie līdzīgo preču ražotāji tagad un nākotnē;
- kāda ir viņu situācija, realizācijas apjoms jaunas produkcijas ieviešanas, pārdošanas, apkalpošanas un reklāmas jomā;
- kāda ir konkurentu cenu politika un cenu līmenis.

Konkurentus var palīdzēt noteikt:

- 1) tirdzniecības preses apskati;
- 2) komercinformācija;
- 3) dzeltenās lapas (tālruņa nozaru katalogi);
- 4) dzeltenā prese (ar ļoti uzmanīgu informācijas atlasīti).

Veiktos pētījumus ieteicams atspoguļot tabulās.

2. tabula

Produkcijas priekšrocību salīdzinājums

| № | Patērētāju vēlmes | Konkurenti | Konkurenti | Savs uzņēmums |
|-----|---|------------|------------|---------------|
| 1. | Kvalitāte | | | |
| 2. | Cenas | | | |
| 3. | Atrašanās vieta | | | |
| 4. | Sortiments | | | |
| 5. | Serviss: piegāde, konsultācijas, apkalpošana | | | |
| 6. | Informācija | | | |
| 7. | Pārdošana uz kredīta u.c. | | | |
| 8. | Garantija | | | |
| 9. | | | | |
| 10. | | | | |

4. Tirdzniecības (mārketinga) plāns

Šajā nodaļā tiek aprakstīts, kā tiek iekarots tirgus un nodrošināta preču / pakalpojumu realizācija.

4.1. Realizācijas kanāli

Jāizklāsta, kā pārdosiet savu produkciju:

- tieši patērētājiem;
- vairumtirdzniecībā;
- mazumtirdzniecībā;
- ar aģentu palīdzību.

4.2. Cenu veidošana

No cenu noteikšanas stratēģijas atkarīgi uzņēmuma ienākumi un peļņa. Nosakot cenu, jāņem vērā šādi faktori:

- uzņēmuma izmaksas;
- konkurentu cenas;
- piedāvājums un pieprasījums;
- mode un sezona;
- nodokļu politika (muitas tarifi, akcīzes nodoklis).

Uzņēmumam jānosaka precei tāda cena, kura segs visus izdevumus un dos peļņu.

4.3. Preces virzīšana tirgū

Reklāma

Lai patērētāji saņemtu izsmeļošu informāciju, kas veicinātu produkcijas pieprasījumu, izmanto šādus reklāmas veidus:

- laikrakstos un to pielikumos;
- žurnālos, televīzijā, radio;
- uz ielas – afišu izkārtņēm (vides reklāma);
- veikalu skatlogos (vitrīnās);
- pasta sūtījumos, katalogos;
- prezentācijās;
- izstādēs un gadatirgos;
- produktu degustācijā.

Jānorāda, kādi līdzekļi tiks izmantoti reklāmai.

3. tabula

Reklāmas pasākumu plāns

| Reklāmas veids | Biežums | Vienības cena, Ls | Kopējās izmaksas, Ls |
|----------------|---------|-------------------|----------------------|
| | | | |

Pārdošanas veicināšanas metodes:

Nepārtrauktas realizācijas apjoma palielināšanas iespējas ir šādas:

- piesaistot pircējus ar jaunām tirdzniecības formām (preču pārdošana ar piegādi, kredītā, ar līzingu formām, piedāvājot atlaides u.c.);
- paplašinot noieta reģionu.

Sabiedrības viedokļa veidošana:

Reputāciju nodrošina, izmantojot:

- kontaktus ar preses pārstāvjiem;
- sludinājumus presē ar uzņēmuma darījuma reklāmu;
- uzņēmuma speciālistu viedokļu parādīšanos dažādos plašsaziņas līdzekļos, uzņēmuma vadības piedalīšanos valsts sabiedriskajā dzīvē.

5. Uzņēmuma darbība

Nodaļā apraksta, kā un ar kādām iekārtām, instrumentiem, materiāliem un izejvielām plāno ražot produkciju vai sniegt pakalpojumus.

Jāplāno visi ražošanas faktori. Var uzzīmēt uzņēmuma izvietojumu un ražošanas shēmu, telpu izvietojumu vai pievienot fotogrāfijas.

Jāuzraksta vai plānotā uzņēmuma vietas zeme tiek nomāta vai ir īpašumā. Jāapraksta ražošanas telpas un to izvietojums, nepieciešamās iekārtas un inventārs produkcijas ražošanai, vajadzīgā darbaspēka un informācijas iegūšana. Jāapraksta katra darbinieka darbība produkcijas ražošanā/ pakalpojumu sniegšanā. Vienlaicīgi ar ražotnes izveidi jāparedz izejvielu iegādes iespējas un piegādātāju izvēlēšanās.

Var veidot sadarbību ar citiem uzņēmumiem.

Datus var apkopot tabulā.

4. tabula

Ražošanas ēkas, iekārtas un inventārs

| № | Nosaukums | Vērtība, Ls | Piezīmes |
|----------|------------------|--------------------|-----------------|
| 1. | | | |
| 2. | | | |

6. Uzņēmuma vadība un nodarbinātās personas

Šajā nodaļā apraksta uzņēmuma dibinātājus, īpašniekus, vadītājus un speciālistus, kas visi veido komandu. Jānorāda arī uzņēmumā nodarbināto kvalifikācija un pieredze.

Šī nodaļa ir rūpīgi jāpārdomā un skaidri jāapzinās, cik darbinieku būs nepieciešams konkrēta darba veikšanai, jo visiem strādājošajiem būs jāmaksā alga, kas ietekmē produkcijas ražošanas izmaksas. Jāatceras, ka darbaspēkam ir jāplāno pienācīgas algas, lai tās nebūtu zem valstī noteiktās minimālās darba algas par pilnu darba laiku.

Darbinieku raksturojums

| Amats | Izglītība | Pieredze | Citas īpašības | Atalgojums, Ls/mēnesī |
|-------|-----------|----------|----------------|--------------------------|
| | | | | |

Jāparedz darba samaksas veids – pamatalga (laika vai gabaldarba samaksa), prēmijas, piemaksas, atvieglojumi.

Var zīmēt uzņēmuma organizācijas struktūru.

7. Riska faktoru analīze

Šādu riska faktoru tabula jāveido, paredzot *konkrētus pasākumus* zaudējumu samazināšanai un novēršanai. Apzinoties trūkumus, var izstrādāt rīcības modeli, kā tos novērst.

Riska faktori, pasākumi to samazināšanai

| Riska faktors | Pasākumi, lai to mazinātu |
|--------------------|--|
| Tirgus risks | <ul style="list-style-type: none"> • Nepārtraukti pētīt tirgu (cenu svārstības, pieprasījuma un piedāvājuma izmaiņas). • Sekot līdzi konkurentu darbībai, patērētāju vajadzībām. • Uzlabot savu preču kvalitāti, ieviest jauninājumus, meklēt jaunus realizācijas tirgus, piedāvāt jaunus pakalpojumus. |
| Ražošanas risks | <ul style="list-style-type: none"> • Pārbaudīt iepirkto izejvielu kvalitāti, ievērot optimālus to uzglabāšanas apstākļus. • Veikt augu aizsardzības un ganāmpulka veselības saglabāšanas pasākumus. • Sekot līdzi tehnikas, iekārtu stāvoklim, laicīgi novērst tās trūkumus. |
| Naudas trūkums | <ul style="list-style-type: none"> • Izmantot īstermiņa kredītus – <i>overdraftu</i>. • Iestāties krājaizdevu sabiedrībās, kooperatīvos. • Sekot līdzi uzņēmuma naudas plūsmai. |
| Dabas katastrofas, | <ul style="list-style-type: none"> • Izmantot gan obligāto, gan brīvprātīgo apdrošināšanu |

| | |
|--|--|
| nelaimes | (apdrošināt īpašumu, veselību, dzīvību, mantiskās un nemantiskās tiesības, intereses un saistības). |
| Cilvēciskā faktora risks | <ul style="list-style-type: none"> • Paredzēt jebkura darbinieka aizstāšanas un nomaiņas iespēju (iesaistot savas ģimenes locekļus). • Vajadzības gadījumā izmantot sezonas darbiniekus vai talciniekus. • Veidot spēcīgu, uzticīgu darbinieku “komandu”. |
| Komerccarbības Partneru piegādātāju un produkcijas uzpircēju) neparedzēta rīcība | <ul style="list-style-type: none"> • Sadarboties ar vairākiem piegādātājiem un pircējiem. • Meklēt jaunus sadarbības partnerus |

8. Finanšu informācija

Finanšu plāns ir iepriekšējo nodaļu apkopojums naudas izteiksmē. Plānus veido gadam vai mazākiem laika periodiem.

Šeit jāapkopo paredzamās izmaksas uzņēmuma darbības uzsākšanai un tas, kur ņems naudu, lai uzsāktu biznesu. Jāplāno izmaksas, kas rodas uzņēmuma darbības laikā.

7. tabula

Izmaksas

| N.p.k. | Nosaukums | Mērvienība | Daudzums | Cena, Ls | Kopā, Ls |
|--------|---|---------------------|----------|----------|----------|
| 1. | Darba alga | Ls | | | |
| 2. | Elektroenerģija | KW | | | |
| 3. | Kurināmais | m ³ | | | |
| 4. | Apdrošināšana | Ls | | | |
| 5. | Degviela | L | | | |
| 6 | Remonts un ekspluatācija (ēkas, iekārtas) | Ls | | | |
| 7. | Noma | Gab./m ² | | | |
| 8. | Kredīta procenti | Ls | | | |
| 9. | Apsardze | Ls | | | |
| 10. | Telefons | Ls | | | |

| | | | | | |
|-----|-----------------------|-------|--|--|--|
| 11. | Komunālie pakalpojumi | Ls | | | |
| 12. | Transports | Ls/km | | | |
| 13. | Pārdošanas izmaksas | Ls | | | |
| 14. | Kancelejas preces | Ls | | | |

Izmaksas tiek plānotas atbilstoši konkrēto preču ražošanai vai pakalpojumu sniegšanai.

Plānojot savu biznesu, jāapzinās savas iespējas, cik preču varēs saražot vai cik lielā apjomā tiks sniegti pakalpojumi, lai varētu plānot savus ieņēmumus un prognozēt uzņēmuma peļņu.

8. tabula

Produkcijas/pakalpojuma apjoms un plānotie ieņēmumi

| Preces/pakalpojuma nosaukums | Daudzums | Cena, Ls | Kopā, Ls |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | |

Kad ir apzinātas ražošanas izmaksas un plānotie ieņēmumi, var prognozēt arī uzņēmuma peļņu.

$$\text{PEĻŅA} = \text{IEŅĒMUMI} - \text{IZMAKSAS}$$

Plānojot peļņu, jāatceras, ka pirmajos darbības gados tā būs mazāka. Protams, katrā biznesa nozarē ir sava specifika, bet statistika rāda, ka parasti trešais gads ir rezultātu gads.

Izmaksu un ieņēmumu tabulas var veidot, uzsākot biznesu, un pēc noteikta perioda, piemēram, viena gada darbības.

Zem katras tabulas nepieciešams sniegt īsus paskaidrojumus par tabulā apkopotajiem datiem.

PIELIKUMS NR. 3

E. DE BONO DOMĀŠANAS METODES - SEŠU DOMĀŠANAS CEPURU APRAKSTS

| <i>Cepures nosaukums un to domāšanas veids</i> | <i>Cepures skaidrojums</i> |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">BALTĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>dati</i> - <i>informācija</i> - <i>fakti: zināmie un trūkstošie</i> | <p>Baltā cepure apskata esošo vai nepieciešamo</p> <p>Informāciju - faktus, skaitļus, vajadzīgo un iztrūkstošo informāciju. "Es domāju, ka šobrīd mums ir nepieciešams baltās cepures domāšanas veids..." nozīmē, ka "Mums nav vajadzīgi argumenti un priekšlikumi, bet gan datu bāze".</p> <p>Kādi ir fakti?</p> <p>Kāda ir mūsu rīcībā esošā informācija?</p> <p>Kāda informācija mums ir nepieciešama?</p> <p>Kur mēs iegūsim trūkstošo informāciju?</p> |
| <p style="text-align: center;">SARKANĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>nojauta</i> - <i>emocijas</i> - <i>intuīcija</i> - <i>jūtas</i> | <p>Ar sarkano cepuri apzīmē intuīciju, jūtas un emocijas.</p> <p>Sarkanā cepure ļauj domātājam paļauties uz intuīciju bez praktiska pamatojuma. "Es domāju, ka uzliekot galvā sarkano cepuri, ir jāveic grūts uzdevums." Parasti sajūtas un intuīcija diskusijā rodas tikai tad, ja tās tiek loģiski pamatotas. Parasti sajūtas ir patiesas, bet loģika ir neīsta. Sarkanā cepure lūkojas uz problēmu vai jautājumu no emociju viedokļa – kā emocionāli pats domātājs vai citi reaģēs uz problēmas risinājumu.</p> <p>Vai man patīk šī ideja?</p> <p>Vai es baidos riskēt, pieņemot šo risinājumu?</p> <p>Vai man patīk sesijas norise?</p> <p>Vai es jūtos apmierināts, izsakot savu viedokli skaļi?</p> <p>Vai es kļūstu dusmīgs, ja nepiekrītu?</p> |
| <p style="text-align: center;">MELNĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>riska novērtējums</i> - <i>iespējamās problēmas</i> | <p>Melnā cepure izsaka spriedumu un kritiku – tā darbojas kā „velna advokāts” vai skaidro, kāpēc kaut kas var nedarboties. Šī ir vērtējuma un brīdinājuma, kā arī pati vērtīgākā cepure. Taču tā nekādā ziņā nav negatīvā cepure.</p> <p>Melno cepuri izmanto, lai norādītu, kādēļ ierosinājumi neatbilst faktiem, esošai pieredzei, izmantotajai sistēmai</p> |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - <i>briesmas</i> - <i>grūtības</i> | <p>vai noteiktajai politikai. Melnajai cepurei vienmēr ir jābūt loģiskai. Vai mēs cienām citu cilvēku viedokli?</p> <p>Vai šis risinājums ir piemērots mūsu problēmai?</p> <p>Vai kādam jau ir iepriekšēja pieredze risinājumu pamatošanai?</p> <p>Vai tā ir noderīga?</p> <p>Vai mēs spējam rast risinājumu grūtību pārvarēšanai, tālāk pārejot pie zaļās cepures?</p> |
| <p style="text-align: center;">DZELTENĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>loģisks pamatojums ieguvumiem</i> - <i>optimisms</i> - <i>pozitīva domāšana</i> | <p>Dzeltenā cepure simbolizē optimismu un pozitīvismu. Dzeltenā cepure izskaidro darbības loģiskumu un iespējamus ieguvumus. To var izmantot, lai pamatotu ierosinātās darbības sagaidāmo rezultātu, vai arī, lai novērtētu jau notikušu darbību.</p> <p>Vai šī idejas nostrādās? Jā, jo(pamatot)</p> <p>Vai tā samazinās pašreizējās izmaksas?</p> <p>Vai tā paaugstinās mūsu konkurētspēju?</p> |
| <p style="text-align: center;">ZAĻĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>radošums</i> - <i>idejas</i> - <i>alternatīvas</i> - <i>risinājumi</i> - <i>iespējas</i> | <p>Šī cepure atspoguļo radošo domāšanu, alternatīvas, priekšlikumus, ieinteresētību, izaicinājumu un pārmaiņas. Zaļā cepure kalpo kā „ventilators” ideju ģenerēšanai, dodot laiku un vietu radošās domāšanas procesam.</p> <p>Kas notiks, ja mēs sekosim plānam A?</p> <p>Kādēļ mēs neesam izmantojuši prāta vētras metodi?</p> <p>Iedomāsimies, kā šis risinājums izskatīsies praksē!</p> <p>Uzzīmēsim uz tāfeles mūsu idejas un līdzīgās apvienosim!</p> |
| <p style="text-align: center;">ZILĀ cepure</p> <p>Domāšanas veids:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>procesu kontrole</i> - <i>domāšanas pārvaldīšana</i> - <i>„cepuru cepure”</i> | <p>Zilā cepure tiek izmantota, lai pārvaldītu domāšanas procesu. Tā ir pārskata vai procesu kontroles cepure. Tā neaplūko pašu risināmo jautājumu, bet pēta “domāšanas” procesus par šo jautājumu. Zilā cepure pieprasa apkopojumus, secinājumus un lēmumus.</p> <p>Zilā cepure ietver rīcības plānošanu nākamajiem soļiem, lomu sadali, atbildību, laika grafiku, utt.</p> |