

**Rokasgrāmata par
SKOLĒNU MĀCĪBU UZŅĒMUMU (SMU)
veidošanu vidusskolas skolēniem
2011./2012. m.g.**

Saturs

	lpp
Ievads	3
1. solis - Kas ir SMU?	5
2. solis - Radi savu ideju!	7
3. solis - Komandas veidošana	8
4. solis - SMU reģistrēšana www.smu.lv	9
5. solis - SMU biznesa plāna izveide	10
6. solis - SMU dibināšanas dokumentu izveide	17
7. solis - SMU dokumentu iesūtīšana	18
8. solis - Darbs HansaWorld sistēmā	19
9. solis - Dalība gadatirgos	20
10. solis - Starptautiskās sadarbības iespējas	23
11. solis - SMU likvidēšana	24

Ievads

Junior Achievement – Young Enterprise Latvija (JAL) ir sabiedriskā labuma organizācija un biznesa izglītības eksperts Latvijas skolās. JAL ir kā tilts starp skolu un biznesa vides profesionāļiem un atspēriena punkts aktīvu un mērķtiecīgu jauniešu sasniegumiem.

JAL ir viens no 42 Junior Achievement - Young Enterprise Europe un viens no 113 Junior Achievement Worldwide® tīkla biedriem, un kopš 1991. gada ik gadu JAL nodrošina daudzveidīgu biznesa izglītības servisu un praktiskās darbības pieredzi vairāk nekā 16 000 skolēnu visā Latvijā.

JAL vērtība ir jauniešu praktiskā biznesa izglītība un tādēļ JAL moto ir „Mācīties darot!”.

Misija ir veicināt Latvijas tautsaimniecības attīstību, iesaistoties jaunatnes izglītošanā, uzņēmējspēju veicināšanā un jaunās uzņēmēju paaudzes veidošanā, mācību procesā sasaistot teorētiskās zināšanas ar praksi atbilstoši ekonomikai Latvijā, Eiropā un pasaulē.

Mērķis ir kļūt par vadošo organizāciju Latvijā, kura ar savu darbību veicina jauniešu uzņēmējspējas - nākotnes starptautiskajiem līderiem un nozaru ekspertiem, procesā aktīvi pielietojot ārvalstu labāko ekonomiskās izglītības pieredzi un mūsdienīgus tehnoloģiskus risinājumus.

Junior Achievement vērtības:

- Ticēt neierobežotam jauniešu potenciālam.
- Saistība ar uzņēmējdarbības un tirgus ekonomikas principiem.
- Aizrautība, atklātība, godprātība un izcilība mūsu darbā.
- Cieņa pret katra indivīda talantu, radošumu, perspektīvām un pieredzes bagāžu.
- Pārlicība par partnerības un sadarbības spēku.
- Pārlicība par audzināšanu un motivāciju nozīmīgai praktiskajai izglītībai.

JA Worldwide misija - izglītēt un iedvesmot jauniešus gūt sekmes globālajā ekonomikā.

JA-YE Latvija slēdz sadarbības līgumu ar izglītības iestādi par JAL programmu īstenošanu skolā, kur viena no piedāvātajām programmām ir SMU programma.

SMU ir skolēnu veidots un vadīts mācību uzņēmums, kura darbībai piemīt izglītojošs raksturs. SMU mācību nolūkos pilda īsta uzņēmuma funkcijas un darbojas reālā vidē - skolēni ražo un pārdod preces vai pakalpojumus. SMU nav juridiska statusa – tos pārstāv Junior Achievement – Young Enterprise Latvija un skola. SMU konsultē un atbalsta SMU konsultanti/biznesa konsultanti.

SMU kā mācību metodes mērķis - SMU mācību metode ir interaktīva mācību metode, kura vērsta uz apzinātu, mērķtiecīgu visu iesaistīto pušu mijiedarbību un līdzdarbošanos. SMU mācību metode ietekmē mācību satura attīstību, kas paver lielas improvizācijas iespējas pedagogam un skolēnam. Latvijas Republikas Izglītības un zinātnes ministrija ir atzinusi šo mācību metodi un rekomendē to izglītības iestādēm kā uzņēmējspēju attīstošu un pilnveidojošu mācību metodi.

SMU programmas mērķis - Jaunas uzņēmēju paaudzes un nozares ekspertu veidošana, mācību procesā sasaistot teorētiskās zināšanas ar praksi.

SMU statuss – SMU nav juridiska statusa, reģistrācija un uzskaitē notiek Nodibinājumā SMF Latvija, kas ir JA-Ye Latvija sastāvdaļa ietvaros. Ikdienas darbības uzraudzība notiek izglītības iestādē, SMU skolotāja – konsultanta vadībā. Attiecībā uz nodokļu likumu piemērošanu Skolēnu Mācību Uzņēmuma gadījumā atbildīgs ir SMF Nodibinājums. Bet skolām ir jāuzņemas atbildība par nodokļu likumu piemērošanu darījumos, ja SMU nav reģistrējies kopējā SMU reģistrā un nav noslēgts sadarbības līgums ar JA-YE Latvija par JAL programmu izmantošanu mācību procesā

SMU veidošanu un darbību kā efektīvu mācību metodi atzīst arī LR valsts institūcijas – IZM, EM, FM

leskaties šeit  [Izglītības un Zinātnes ministrijas atzinums par SMU kā mācību metodi](#)

leskaties šeit  [Izglītības un Zinātnes ministrijas vēstule par SMU](#)

SMU darbības posmi:

- reģistrācija (01.10.2011. – 01.12.2011.)
- darbība
- likvidācija (01.04.2012. - 30.06.2012.)

leskaties šeit  [SMU programmas Nolikums](#)

Veidojot SMU skolēns iegūst:

- zināšanas uzņēmējdarbībā;
- pārdošanas prasmi;
- prezentēšanas prasmi;
- zināšanas par finanšu analīzi;
- prasmi plānot savas finanses;
- prasmi darboties komandā;
- nozīmīgus biznesa kontaktus un piedāvājumus;

- iespēju parādīt savas spējas un prasmes citiem;
- pieredzi ļoti daudzās dzīves jomās (saskarsmē, organizācijā);
- ieraksts CV;
- iespēju iegūt JAL sertifikātu, ar kuru iegūsi priekšrocības iestājoties vairākās augstskolās;
- starptautisku pieredzi un draugus visā pasaulē;
- savu peļņu;
- uzvaras garšu;
- iespēju iegūt apmaksātu studiju vietu biznesa augstskolā Turība.

1. solis - Kas ir Skolēnu Mācību Uzņēmums (SMU)?

SMU ir skolēnu veidots un vadīts mācību uzņēmums, kura darbībai piemīt izglītojošs raksturs. SMU mācību nolūkos pilda Īsta uzņēmuma funkcijas un darbojas reālā vidē - skolēni ražo un pārdod preces vai pakalpojumus. SMU nav juridiska statusa – tos pārstāv *Junior Achievement – Young Enterprise Latvia* un skola. SMU konsultē un atbalsta SMU konsultanti/biznesa konsultanti.

Lai izveidotu Skolēnu Mācību Uzņēmumu, ir nepieciešama biznesa ideja. Ideja par precī/pakalpojumu, ko piedāvāt patērētājiem.

Lai īstenotu biznesa ideju, ir nepieciešams visu izplānot un paredzēt – vislabākais veids, kā to izdarīt ir rakstīt biznesa plānu.

Biznesa plāns ir dokuments, kurā ieplāno uzņēmējdarbību noteiktam laika posmam. Biznesa plānam ir jābūt konkrētam, pārdomātam, jāatspoguļo pašreizējā situācija un nākotnes perspektīvas, kā arī jāuzsver uzņēmējdarbības stiprās un vājās puses.

Biznesa plāns ir kā SMU darbības plānotājs, kurā tiek aprakstīts:

- kāds būs piedāvātais produkts,
- kā tas tik ražots,
- kā un kam tas tiks pārdots,
- cik plānots nopelnīt.

Tad, kad viss būs kārtīgi izplānots, plānus varēs sākt īstenot. Tas nozīmē, ka būs pienācis laiks dibināt Skolēnu Mācību Uzņēmumu.

Uzņēmuma darbības laikā ir iespējams piedalīties gadatirgos un festivālos, kur SMU būs iespējams prezentēt un pārdot savu produktu, skolēniem - iepazīties ar jauniem draugiem. Ja SMU būs iekļuvis labāko Latvijas SMU vidū, tad skolēniem būs iespēja piedalīties Latvijas SMU finālā un nokļūt Eiropas SMU finālā. Tad, kad mācību gads tuvosies beigām, uzņēmums būs jālikvidē. Tas nozīmē, ka uzņēmuma darbības laiks būs beidzies. Tad SMU ir jā sagatavo likvidācijas dokumenti, kas sastāv no atskaitēm par SMU darbību.

Dažas idejas no iepriekšējo gadu SMU darbības Latvijā un ārzemēs:

LATVIJAS SMU IDEJAS

Ražošana: svešvalodas datorvārdnīca, ādas izstrādājumi, skaņas pastiprinātāji, skolas gadagrāmata, krāsojamās grāmatas bērniem, koka mēbeles un saimniecībā noderīgi izstrādājumi, skārienjūtīgie cimdi, i-pod lietotājiem aukstā laikā, inovatīvi sūklji ar iestrādātām ziepēm, inovatīvas galda spēles.

Pakalpojumi: florbola apmācība, vides sakopšana pagastos un pilsētās, mārketinga pētījumi vietējiem uzņēmumiem, teritoriālās attīstības plānošanas projekti, video raidījumu veidošana, bērnu kājminamo automašīnu noma, zāles pļaušana, tenisa apmācība bērniem, diskotēku organizēšana un jauno diskžokeju apmācība, telpu tīrīšana, ekskursiju organizēšana, kursi (datormācība, dejas, matemātika, valodas utml.), programmēšana, šūšana.

IDEJAS NO CITU VALSTU SMU PIEREDZES

Ražošana: vēja rādītāji, mugursoma slēpēm, galda spēles, pavārgrāmata, kompaktdisku turētāji no dažādiem materiāliem, žurnālu galdiņi no stikla un tukšām dzērienu bundžīņām, turētāji tukšo polietilēna maisiņu uzglabāšanai, šķīdums datoru ekrānu tīrīšanai, vēja stabules, spilventiņi somu rokturiem, paplātes ar iestrādātiem



caurumiem šampanieša glāzēm, sienas pulksteņi no veciem

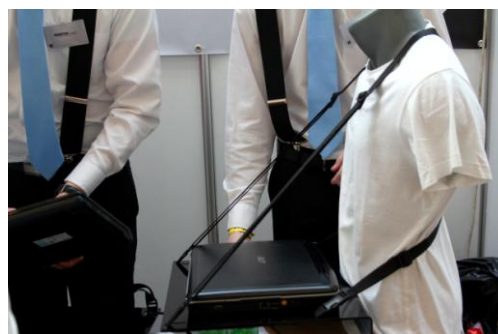
kompaktdiskiem, ekoloģiska materiāla vāzes, īpaši pledi, spēles apmācībai un tūrismam, krāsojamās grāmatas bērniem, baleta zeķīšu ražošana, on-line spēles, ziepes ar iestrādātām

rotallietām maziem bērniem, adīti ietvari portatīvajiem datoriem, ceļojuma somas no otrreizējās pārstrādes materiāliem (grīdas segums), Produkts, kas novērš iespējamību sajaukt zeķes mazgāšanas laikā, speciāli



veidots saldējuma kociņš ar tajā ievietotu mitro salveti,

somas, kuras tiek veidotas no mašīnu jostām, riepu kamerām, lietotas auto riepas pārvērstas dizaina mēbelēs, penāļi, mobilo telefonu ieliktni, kuri tiek ražoti no saplīsušām velosipēdu kamerām, portatīvā datora portatīvais pārnēsātājs, ergonomiskais bumb-krēsls,





zobubirste ar iepildītu zobu pastu, rotaļlieta cūkām, speciāli veidota karote ar izliekumu medum un ievārījumiem, pildspalva ar iestrādātu smaržu flakoniņu.

Pakalpojumi: leļļu teātris, modes skates, iepazīšanās birojs, pasākumu organizēšana, tūrisma maršruti, informatīvas lekcijas par atjaunojamo energoresursu ražošanu un izmantošanu, koku stādīšana pēc pasūtījuma, DJ pakalpojumi, Adīti ietvari portatīvajiem datoriem.

2. solis - Radi savu ideju!

Katra darbība, katrs rezultāts sākas ar ideju, tomēr bieži nākas dzirdēt jēdzienu „slikta ideja”. Bet kas īsti atšķir labu ideju no sliktas? Labu biznesa ideju raksturo tās nepieciešamība patērētājiem (pieprasījums), peļņa, efektīva ražošana. Lai radītu patiešām labu SKOLĒNU MĀCĪBU UZŅĒMUMA ideju, ir nepieciešams savienot to, kas ir nepieciešams patērētājam, ar to, kas vislabāk padodas un patīk SKOLĒNU MĀCĪBU UZŅĒMUMA veidotājiem.

Ieteikums!

Padomā, varbūt savu hobiju vari pārvērst biznesa idejā!

Ideja var būt inovatīva, aizgūta, nopirkta (franšīze). Tā var būt kāds jauns izgudrojums, kas padara vieglāku patērētāju dzīvi, vai arī kas noskatīts, aizgūts un tad, iespējams, uzlabots.

Ieteikums!

Veic pētījumu internetā!

Ievāc informāciju par to, kādas inovatīvas idejas ir atrodamas internetā!

Padomā, kā tās vari uzlabot un izmantot kā savu SMU produktu!

Nebaidies izejmateriālus pirkt interneta veikalos no citām valstīm!

Atceries – Tavam SMU produktam ir jābūt ar pievienotu vērtību!

Ideju ģenerēšanas metodes:

Prāta vētra – grupas dalībnieki izsaka savas idejas, diskusijas vadītājs pieraksta tās visiem redzamā vietā (uz tāfeles).

Brīvais ritenis - grupas dalībnieki spontāni stāsta savas idejas un pierakstītājs visu fiksē.

Aplis - pierakstītājs katram prasa ideju; dalībnieks drīkst teikt „garām”, ja neko nevar izdomāt, taču vajadzētu veikt vairākus apļus, lai visiem būtu iespēja dot savu ieguldījumu un radīt pēc iespējas vairāk ideju.

Klusā ideju ģenerēšana - visi savas idejas uzraksta uz lapiņām un iesniedz pierakstītājam. Šo procesu var atkārtot, lai iegūtu pēc iespējas vairāk ideju.

Ačgārnā ideju ģenerēšana - apsveriet visu to, kas NEstrādātu. Sastādiet sarakstu un tad apdomājiet, kā visus šos negatīvos punktus pārvēst pozitīvajos.

Diskusiju pamatnoteikumi:

- nekādas kritikas par citu idejām;
- droši drīkst izvērst citu teikto, taču nedrīkst pārtraukt citu runātāju;
- kādam jāpieraksta runātāju kārtība (ja kāds grib izteikties pāceļ roku, skolotājs/diskusijas vadītājs pieraksta secību kādā runātāji drīkstēs izteikties)

Faktori, kas jāņem vērā izvēloties biznesa ideju:

- pieprasījums;
- pašizmaksa;
- ražošanas gaita;
- nepieciešamie darbinieki, to prasmes;
- ietekme uz apkārtējo vidi.

Ieteikums skolēnam!

Ja vislabāk Tev idejas rodas vienatnē, tad pamēģini iejusties potenciālā klienta lomā. Proti, tā cilvēka lomā, kurš pirks Tavu produktu. Katrai idejai uz lapas pieraksti plusus un mīnus.

Atceries būt objektīvs un novērtēt savu ideju no malas, izsverot visas labās un sliktās puses!

Nebaidies lūgt arī kāda tuva drauga, vecāka vai skolotāja padomu. Iespējams, ka sarunu laikā radīsies kāda vēl labāka ideja.

Ieskaties šeit  Eiropas SMU idejas

3. solis - Komandas veidošana

Komanda – saliedēta cilvēku grupa, kas strādā vienotam mērķim, ar vienādu izpratni par lietām, ar augstu atbildību par kopējiem mērķiem.

Ļoti svarīgs faktors, lai SMU darbība būtu veiksmīga, ir labas komandas izveidošana. Veiksmīgs komandas darbs ir viena no veiksmīga biznesa atslēgām. Ja komandā valda nesaskaņas, kā arī tās dalībniekiem pietrūkst spēju un prasmju, pat ideāla ideja var neklūt par veiksmīgu biznesu. Veidojot komandu ir ļoti svarīgi izvēlēties tās dalībniekus pēc to spējām un prasmēm, nevis pēc personīgajām simpātijām un draudzības. Protams, ir svarīgi, lai komandas biedri var sastrādāties un uzticēties viens otram.

Amats	Ieteicamās prasmes/kompetences/īpašības
Direktors	<ul style="list-style-type: none"> • stratēģiska domāšana • darba/laika plānošanas prasme • komandas vadīšanas prasme

	<ul style="list-style-type: none"> • līderisms • pārzina un orientējas produkta ražošanā • prezentēšanas/uzstāšanās prasme • radoša domāšana • skaidra vīzija par uzņēmuma nākotni un attīstību
Grāmatvedis	<ul style="list-style-type: none"> • labi padodas matemātika • prasme darbā ar datoru (MS Excel, HW grāmatvedības sistēma) • rūpība un precizitāte
Mārketinga vadītājs	<ul style="list-style-type: none"> • komunikabilitāte • radoša domāšana • nestandarta domāšana • padodas zīmēšana, veidošana, dizainu veidošana • organizatora prasme
Ražošanas daļas vadītājs	<ul style="list-style-type: none"> • pārzina un orientējas konkrētā produkta ražošanas gaitā • piemīt stratēģiska domāšana

Komandas veiksmīgai darbībai ir nepieciešams izvirzīt sasniedzamus, taču „lielus” mērķus. Komandas dalībniekiem ir nepieciešams vienoties par katra pienākumiem un prioritātēm darbā.

4. solis - SMU reģistrācija vortālā SMU.lv

Kad ir zināms ar ko SMU nodarbosies un no kādiem cilvēkiem sastāvēs SMU komanda, ir pienācis laiks reģistrēties vortālā SMU.lv

Vispirms jāreģistrējas ir skolotājām, pēc tam SMU vadītājam - direktoram, savukārt, kurš pierēģistrē pārējos SMU dalībniekus.

Svarīgi, lai e-pasts, ar kuru skolēns reģistrējas SMU.lv, ir aktīvs un skolēns regulāri apmeklē šo e-pastu, jo tas tālāk kalpos *Junior Achievement – Latvija* un SMU saziņai, kā arī no šī paša e-pasta būs jāiesūta visi dokumenti.

Kā šo e-pastu var izmantot SMU direktora e-pastu vai izveidot jaunu, tieši SMU e-pastu.

Lai reģistrētos vortālā un izveidotu sava SMU profilu, ir nepieciešams ievadīt:

- SMU nosaukumu;
- darbības veidu (ražošana, pakalpojumu sniegšana, abi);
- skolas nosaukumu;

- reģionu;
- novadu;
- skolas nosaukumu;
- skolotāja (SMU konsultantu) vārdu un uzvārdu;
- SMU vadītāja vārdu, uzvārdu un e-pastu,
- Pārējo SMU dalībnieku vārdus un uzvārdus.

REGISTRĒJIES ŠEIT  www.smu.lv

Uzņēmuma nosaukums ir zīmols un ļoti svarīgs reklāmas elements, jo ir galvenā uzņēmuma atpazīšanas zīme. Tas var sniegt gan labu, gan sliktu pirmo iespaidu tāpēc rūpīgi jāpārdomā kāds tas būs. Uzņēmuma nosaukumam jābūt skaidri saprotamam un viegli iegaumējamam, nedrīkst būt lietoti cieņu aizskaroši vārdi, jāizmanto latīņu alfabēts.

Ieteikums!

Pirms nosaukuma un logo izveides uzzini ko vairāk par dažādiem psiholoģiskajiem „trikiem”. Piemēram, labākajiem krāsu salikumiem un to nozīmēm.

5. solis - Biznesa plāna izveide

5.1. Dokumentu noformēšanas pamatprincipi

Dokuments - jebkurā veidā un materiālā ierakstīta informācija, ko rada, saņem un uzglabā jebkura Latvijas Republikas valsts pārvaldes institūcija, valsts un pašvaldību iestāde, uzņēmums, uzņēmējsabiedrība un uzņēmējsabiedrību apvienība, kā arī sabiedriskā un reliģiskā organizācija (turpmāk tekstā - "organizācija") vai fiziskā persona.

Dokumenti ir jāiesniedz latviešu literārajā valodā, nedrīkst lietot žargonus, piemēram, baigi foršs, vienkāršrunas vārdus, piemēram, ļoti smuks.

Atstarpes no malām

labā mala – 1cm, kreisā mala – 3cm, no augšas un apakšas – 2 cm

Burti

Fonts – Times New Roman/Arial

Izmērs virsrakstiem – 14-16 pt. (Times New Roman), 12-14 (Arial)

Izmērs pārējam tekstam – 12-14 pt. (Times New Roman), 10-12 (Arial)

Lappušu numurēšana

Dokumentos, kurus noformē uz divām vai vairākām lapām (lappusēm), sākot ar otro lapu (lappusi), tās attiecīgi numurē ar arābu cipariem. Lapas (lappuses) numurs rakstāms katras lapas (lappuses) augšējās vai apakšējās malas vidū vai labajā pusē bez jebkādam papildu zīmēm.

Interpunkcija

Aiz nodaļu virsrakstiem punktu nelieto.

Ieteikums!

Jebkuram dokumentam ir jābūt pārskatāmam, tāpēc, ja kaut ko uzskaiti, tad ieteicams izmantot teksta atzīmēšanu vai numurēšanu (Bullets and Numbering) un citus teksta izcelšanas paņēmienus (Bold, Italic, Underline). Svarīgs ir arī darba vizuālais noformējums.

Biznesa plāna katra lapas augšējā vai apakšējā stūrī vari ievietot SMU logo.

5.2. Vidusskolas SMU biznesa plāna struktūra

Kopsavilkums

1. Uzņēmuma apraksts
2. Produkta apraksts
3. Komandas raksturojums
4. Tirgus analīze
 - 4.1. Mērķauditorija
 - 4.2. Konkurentu analīze
5. Mārketinga plāns
6. Finanšu plāns
 - 6.1. Sākuma un beigu bilance
 - 6.2. Cenu veidošana
 - 6.3. Naudas plūsma
 - 6.4. Peļņas/zaudējumu aprēķins

Pielikumi

5.3. SMU biznesa plāna nodaļu raksturojums

Kopsavilkums

Kopsavilkums ir visa biznesa plāna īss apkopojums. Kopsavilkuma garums ir 1 lpp. Kopsavilkuma melnrakstu var rakstīt pašā sākumā, taču pēc biznesa plāna uzrakstīšanas noteikti būs ko papildināt un labot.

Nepieciešamā informācija:

- **SMU nosaukums (pilns nosaukums un komercdarbības forma)** – par SMU komercdarbības formu ir jāizvēlas SIA (Sabiedrība ar ierobežotu atbildību), jo tā darbības principi, vadības struktūra, atbildība par ieguldīto mantu un uzņēmuma mantu atbilst SIA noteiktajiem pamatprincipiem.
- **Juridiskā adrese** - par SIA juridisko adresi uzskatāma tās vietas adrese, kurā atrodas sabiedrības vadība, tāpat bieži vien arī biroja atrašanās vieta. Ikdienā juridiskā adrese ir adrese, uz kuru uzņēmumam tiek sūtīts pasts, kā arī vieta, kur nepieciešamības gadījumā dodas personas, lai satiktu kādu no SIA vadības. Tā

kā SMU nav juridiska spēka un SMU dalībnieki ir skolēni, tad kā SMU juridiskā adrese ir jāmin **skolas adrese**.

- **SMU dibinātāju vārdi/uzvārdi, amati, personas kodi** - SMU dibinātāji ir SMU biznesa plāna sastādītāji.
- **SMU darbiniekus** (ja ir kādi darbinieki, kas nav dibinātāji (viņiem būs nepieciešams Darba līgums))
- **Produkta apraksts, svarīgākās īpašības**
- **Lielākie konkurenti** (privātpersonas, uzņēmumi, kas piedāvā tādu pašu vai līdzīgu produktu) **un ar ko SMU būs pārāks par tiem** – jāmin SMU darbības un produkta plusus salīdzinājumā ar konkurentiem. Piemēram, cena, kvalitāte, uzcenojums, attieksme pret klientu, piegāde mājās utt.
- **Mērķauditorija** – nosauktas SMU mērķa grupas. Nosauktas tās sabiedrības grupas (piemēram, bērni, skolēni, pieaugušie, pensionāri, bezdarbnieki), kas būs potenciālie SMU klienti.
- **Galvenās mārketinga aktivitātes** – jāsniedz neliels priekšstats par SMU vizuālo tēlu un to kādas mārketinga aktivitātes tiks izmantotas, lai popularizētu SMU un produktu (bukleti, vizītkartes, reklāma sociālajos tīklos, reklāma skolas radio utt.)
- **SMU sauklis/devīze/mērķis** – ir labi, ja ir kāds sauklis vai devīze, kas cilvēkiem asociējas ar uzņēmumu. Piemēram, Jelgavas Spīdolas ģimnāzijas SMU „Atsopsīd”, kas ražoja atstarojošas kurpju šņores, sauklis bija – „esi vienmēr stilīgs, košs, nenobraukts un ceļā drošs”.
- **Plānotie ieņēmumi/izdevumi/peļņa** – šie finanšu radītāji sniedz galveno priekšstatu par to vai uzņēmuma darbība ir izplānota, tas sniedz peļņu, kā arī vai plānotie rādītāji ir reāli un pamatoti, kas, savukārt, liecina par to vai visa SMU darbība ir izplānota pārdomāti.

Uzņēmuma apraksts

Šīs nodaļas mērķis ir sniegt biznesa plāna lasītājam (potenciālam investoram, bankas pārstāvim, SMU gadījumā – arī JAL pārstāvim) informāciju par uzņēmumu. Šī nodaļa ir kā izvērsta uzņēmuma vizītkarte.

Nepieciešamā informācija:

- **SMU nosaukums** (pilns nosaukums un komercdarbības forma)
- **juridiskā adrese** - Tā kā SMU nav juridiska spēka un SMU dalībnieki ir skolēni, tad kā SMU juridiskā adrese ir jāmin **skolas adrese**.
- **kontakta informācija** (telefons, e-pasts)
- **skolas nosaukums**, kuru SMU pārstāv
- **SMU dibinātāji, darbinieki un viņu amati**
- **Īss darbības apraksts** – jānosauc ar ko SMU nodarbosies, proti, kādu produktu piedāvās. Jāmin labākās produkta īpašības. Jānorāda kādi būs galvenie noieta kanāli – SMU gadatirgi, pasūtījumi, interneta veikals.
- **SMU darbības mērķis**

Ieteikums!

Domājot par SMU mērķi ņem vērā sociālo atbildību, „zaļo” domāšanu, to kādu labumu ar SMU darbību vari sniegt sabiedrībai.

Produkta apraksts

Detalizēti jāapraksta prece un/vai pakalpojums, ko piedāvā SMU. Informāciju var apkopot gan tekstā, gan tabulās.

Nepieciešamā informācija:

- **Produkta nosaukums un tā īpašības** – ja produktam ir kādas īpašas fizikālas vai ķīmiskas īpašības (smarža, tekstūra, viegli pārstrādājams, ekoloģisks u.c.), tad tās ir jānosauc un jāpamato to nepieciešamība un, ko patērētājs iegūst no šīm īpašībām.
- **Raksturota produkta nepieciešamība tirgū, patērētāju ieguvumi**
- **Nosaukts vai produktam ir aizvietotājprece** (prece, kuru iespējams izlietot, patērēt tāpat kā kādu citu preci. Parasti patērētāji ar maziem ienākumiem patēriņam izmanto to, kurai ir zemāka cena).
- **Produkta ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas gaita** – pa soļiem jāparāda kā produkts tiek ražots, no kurienes tiek iegūti izejmateriāli.

Ieteikums!

Vizuāli pārskatāmāku nodaļu padara produkta zīmējumi, skices, fotogrāfijas un citi vizuālie materiāli.

Lai pārskatāmi izklāstītu informāciju, vari izveidot šādu tabulu.

	1.	2.
	Prece 1	Prece 2
Kādas pircēja vajadzības apmierina?		
Iesaņojums		
Dizains		
Kalpošanas ilgums		
Uzglabāšanas nosacījumi		
Serviss		
Pieejamais apjoms		

Komandas raksturojums

Šis nodaļas mērķis ir pārliecināt lasītāju, ka tieši šāda komanda ir vislabākā attiecīgajam produktam un SMU.

Nepieciešamā informācija:

- **Visu darbinieku vārdi un uzvārdi, ieņemamie amati un pienākumi**

- **Darbinieku prasmes un iemaņas, kas apliecina un pamato viņu atbilstību savam amatam (dalība ārpusskolas aktivitātes, panākumi konkrētos mācību priekšmetos)**

Ieteikums skolēnam!

Lai pārliecinātos, vai par katru nepieciešamo darbu ir kāds atbildīgais, sastādi plānoto darbu sarakstu.

Plānotā aktivitāte	Darba veicējs	Izpildes termiņš
Reģistrēt SMU vortālā SMU.lv		
Rakstīt biznesa plānu		
Sagatavot dibināšanas dokumentus		
Iegādāties izejmateriālus		
Izgatavot produktu		
Sagatavot un izveidot produkta reklāmu		
Dalība gadatirgos (aizpildīt pieteikuma anketas uz katru gadatirgu, produkta sagatavošana gadatirgum, atskaites pēc katra gadatirgus)		
Sagatavot likvidācijas dokumentus		

Tirgus plāns

Šīs nodaļas mērķis ir parādīt, kā SMU apgūs tirgu. Visiem faktiem ir jābūt pamatotiem, pārdomātiem un objektīviem.

Rakstot šo nodaļu jāatbild uz jautājumiem – kādēļ pirks? cik pirks? kad pirks? kur pirks? Jāizpēta un jāplāno kā SMU var attīstīt un paplašināt tirgu.

Ieteikums skolēnam!

Nebaidies no starptautiskas sadarbības! ar Enterprise Without Borders programmas palīdzību pavisam vienkārši vari iegūt starptautiskās sadarbības pieredzi (sīkāka informāciju skaties SMU rokasgrāmatas 10.nodaļā).

Mērķauditorija

Šajā apakšnodaļā pamatoti jāizklāsta, kādas cilvēku grupas (piemēram, bērni, jaunieši, pieaugušie, pensionāri, bezdarbnieki u.c.) izvēlēties attiecīgo produktu un kāda iemesla dēļ.

Jāparāda, ka pastāv tirgus un patērētāji, kuru interesē attiecīgais produkts.

Nepieciešamā informācija:

- **plānotā mērķauditorija un tās sadalījums** – informācijai jābūt apkopotai tabulās un/vai diagrammās, kā arī tekstā.

Konkurentu raksturojums

Lai gan lasītājs, gan biznesa plāna rakstītājs vislabāk salīdzinātu uzņēmumu ar konkurentiem un saprastu kādu vietu SMU ieņem starp reāli dibinātiem uzņēmumiem un kāds potenciāls ir SMU attīstībai, vislabāk ir izanalizēt lielākos konkurentus, kā arī salīdzināt SMU ar šiem konkurentiem.

Vadoties pēc produkta jāizvēlas kritēriji pēc kuriem uzņēmumi tiks salīdzināti:

- kvalitāte;
- cenas;
- sortiments;
- atrašanās vieta;
- uzglabāšanas nosacījumi;
- garantijas laiks;
- serviss (apkalpošana);
- produkta lietošanas ērtums/parocīgums;
- iepakojums u.c.

Nepieciešamā informācija:

- nosaukti 3 lielākie konkurenti, to atrašanās vieta, cenas, priekšrocības un trūkumi (sortiments, serviss, kvalitāte, attieksme pret klientu);
- pamatojums, ar ko SMU labāks par konkurentiem;
- aprakstīts ar ko SMU plāno atšķirties no konkurentiem;
- nosaukti kritēriji, pēc kuriem konkurenti tika salīdzināti.

Ieteikums skolēnam!

Atceries, ka konkurenti ir jebkuram produktam. Var būt tieši un netieši konkurenti.

Lai gūtu objektīvākus rezultātus salīdzinājumu, vari aptaujā klasesbiedrus un draugus.

Mārketinga plāns

Šīs nodaļas mērķis ir izplānot visas mārketinga aktivitātes.

Lai par jebkuru produktu uzzinātu arī citi, ir nepieciešama reklāma. Reklāma var būt ļoti dažāda:

- plakāti/afīšas (skolā, tirdzniecības vietā);
- bukleti, skrejlapīņas;
- reklāma internetā (sociālos tīklos, SMU mājas lapā, skolas mājas lapā);
- sludinājumi avīzēs (skolas avīzē, vietējos laikrakstos);
- reklāma skolas radio;
- prezentācijas pasākumos.

Ļoti svarīga, lai reklāma būtu arī tirdzniecības vietās (plakāti, skrejlapīņas, vizītkartes). Arī SMU stends un dalībnieku apģērbs ir kā reklāma.

Nepieciešamā informācija:

- mārketinga aktivitātes (bezmaksas/maksas reklāma);

- **SMU stenda vizuālais izskats;**
- **SMU vizuālais tēls;**
- **SMU dalībnieku izskats pie stenda;**
- **visu mārketinga aktivitāšu izmaksas.**

Ieteikums skolēnam!

Atceries par iespēju ievietot savu produktu vortāla SMU.lv katalogā.

Finanšu plāns Sākuma un beigu bilances piemērs

AKTĪVS	Sākuma bilance, Ls	Beigu bilance, Ls	PASĪVS	Sākuma bilance, Ls	Beigu bilance, Ls
Ilgtermiņa ieguldījumi			Pašu kapitāls		
-Pamatlīdzekļi	00,00	00,00	-Pamatkapitāls	50,00	
			-Pārskata perioda peļņa		51,00
			Uzkrājumi		
Apgrozāmie līdzekļi			Kreditori		
-izejvielas un materiāli					
-Nauda	50,00	51,00			
Kopā	50,00	51,00	Kopā	50,00	51,00

Cenu veidošanās piemērs

Relaksējošas datorpeles ar vadu (manīgās izmaksas)Ls

Materiāli un izejvielas:	
datorpele	0,70
audums	0,20
diegs	0,01
floristikas materiāli	0,05
līme	0,04
Pašizmaksa	1,00
Cena	2,00
Peļņa	1,00

Naudas plūsmas aprēķina piemērs

	Novembris	Decembris	Janvāris	Kopā
Atlikums perioda sākumā	00,00	67,00	87,00	96,00
Ieņēmumi:				
-ieņēmumi no realizācijas	30,00	40,00	20,00	90,00
-pamatkapitāls	50,00	00,00	00,00	50,00
-citi ieņēmumi	00,00	00,00	00,00	00,00
Naudas ieņēmumi kopā	80,00	40,00	20,00	140,00
Pastāvīgie izdevumi:				
-telpu īre	5,00	10,00	5,00	15,00
-tālruņa izmaksas	1,00	1,00	1,00	3,00
-reklāmas materiāli	2,00	2,00	2,00	6,00
Mainīgās izmaksas:				
-ražošanas izmaksas	5,00	7,00	3,00	15,00
Naudas izdevumi kopā	13,00	20,00	11,00	39,00
Atlikums mēneša beigās	67,00	87,00	96,00	96,00

Peļņas/zaudējumu aprēķina piemērs

Neto apgrozījums	90,00 Ls
Pārdotās produkcijas ražošanas izmaksas	15,00 Ls
Bruto peļņa/zaudējumi	75,00 Ls
Pārdošanas izmaksas	6,00 Ls
Administrācijas izmaksas	18,00 Ls
Pārskata perioda peļņa/zaudējumi	51,00 Ls

6. solis - Dibināšanas dokumentu – lietvedības dokumentu aizpildīšana

Dibinot Skolēnu Mācību Uzņēmumu ir jāsagatavo dibināšanas dokumenti.

Ieskaities šeit  [SMU dokumentācijas kārtība](#)

Dibināšanas dokumentu veidnes atrodas skolēna un skolotāja profilā vortālā smu.lv. Dokumenti ir jālejupielādē, jāaizpilda tukšās vietas un jāizprintē. Daļa dokumentu ir jāparaksta SMU dalībniekiem, taču reģistrācijas apliecība ir jāparaksta gan skolas direktoram, gan SMU konsultantam/skolotājam, gan JAL pārstāvim.

SMU Reģistrācijas apliecība ir jāšūta pa pastu uz JAL biroju, kad tā tiks parakstīta un apzīmogota, apliecība tiks nosūtīta atpakaļ uz skolas adresi.


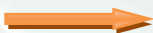
Vidusskolas skolēniem SMU dibināšanas dokumenti sastāv no:

- Reģistrācijas apliecības;
- Apliecinājuma;
- Dibināšanas līguma;
- Statūtiem;
- CV (katram dibinātājam);
- Aatzinuma par mantiskajiem ieguldījumiem(ja ir mantiskais ieguldījums);
- Dibināšanas sēdes protokola;
- Darba līgumiem (ja ir darbinieki).

Dibināšanas dokumentu veidnes atrodas skolēna un skolotāja profilā vortālā SMU.lv. Dokumenti ir jālejupielādē, jāaizpilda tukšās vietas un jāizprintē. Daļa dokumentu ir jāparaksta SMU dalībniekiem, taču reģistrācijas apliecība ir jāparaksta gan skolas direktoram, gan SMU konsultantam/skolotājam, gan JAL pārstāvim.

SMU Reģistrācijas apliecība ir jāšūta pa pastu uz JAL biroju, kad tā tiks parakstīta un apzīmogota, apliecība tiks nosūtīta atpakaļ uz skolas adresi.

Skolēniem dokumenti ir jāaizpilda un jālejupielādē SMU profilā.

leskaties šeit  [SMU dibināšanas dokumentu vērtēšanas kritēriji](#)
leskaties šeit  [SMU dibināšanas dokumentu vērtēšanas punktu skala](#)

7. solis SMU dokumentu iesūtīšana

SMU dibināšanas dokumenti un biznesa plāns ir jāiesūta uz e-pastu – failiem@smu.lv no tā paša e-pasta, kurš ir reģistrēts vortālā SMU.lv.

Kā temats jānorāda – SMU nosaukums, dokumenta veids (dibināšanas dokumenti), skolas nosaukums

Sūtot dokumentus ir jāievēro elektronisko vēstuļu sūtīšanas pamatprincipi:

- elektroniska vēstule jāšū ar uzrunu (labdien, sveicināti);
- obligāti jāpievieno paraksts (vēstules sūtītāja vārds, uzvārds, skola, ko pārstāv, telefona numurs);
- vēstules beigās pirms paraksta jāpievieno „ar cieņu”, „cieņā”;
- jāraksta konkrēti, saprotami, lakoniski;
- jānorāda vēstules temats (piemēram, dibināšanas dokumenti, SMU „Ābelīte”, Jelgavas Spīdolas ģimnāzija);
- vēstules tekstā jālieto latviešu literārā valoda.

Ja sūtot e-pastu netiek pievienots paraksts, e-pasta saņēmējs vēstuli var uzskatīt par anonīmu un neatbildēt.

Lietišķas e-pasta vēstule paraugs

Kam: failiem@smu.lv

Temats: Dibināšanas_dokumenti_SMU_Ābelīte_Jelgavas_Spīdolas_ģimnāzija

Labdien!

Nosūtām Jums dibināšanas dokumentus.

SMU SIA „Ābelīte”, Jelgavas Spīdolas ģimnāzija

Ar cieņu,

Anna Ābelīte,

SMU SIA „Ābelīte” direktore

e-pasts – smuabelite@inbox.lv

tālrunis - 11111111

8. Darbs HansaWorld sistēma

Lai uzsāktu darbu ar HWE programmu vispirms to ir nepieciešams augšupielādēt datorā.

Darba uzsākšana ar HW:

- 1) augšupielādē HW programmu atbilstoši datora operētājsistēmai (WINDOWS, MacOSX) un atarhivē to,
- 2) atver enterprise.exe (HansaWorld.app uz MacOSX)
- 3) atver sava SMU kontu,
- 4) Kā parakstu ievada kodu, kas redzamas SMU vortālā pie katra dalībnieka vārda un uzvārda, paroles lauku pirmajā reizē atstāj tukšu,
- 5) Ievada jauno paroli,
- 6) Spiež "saglabāt".

Ieskaties šeit  [Rokasgrāmata par HWE lejupielādi un SMU uzstādījumiem](#)

Iegumi no darba ar HWE programmu:

- Izveidots SMU preču catalogs;
- Ērta savstarpēja saziņa starp SMU un biznesa konsultantiem un mentoriem;
- Kalendārs SMU darbības plānošanai;
- Vienkārša un pārskatāma finanšu uzskaite;
- Iespēja bezmaksas lietot biznesa vadības sistēmu HWE, kuru izmanto vairāki tūkstoši kompāniju visā pasaulē.

Preču kataloga izveide

1. solis – Atvērt HWE programmu un ienāciet sava SMU profilā
2. solis – Atvērt „Moduļi”
3. solis – Atvērts „Realizācija”
4. solis – Atvērt „produkti”
5. solis – nospiest „Jauns”
6. solis – ievadīt informāciju, kas nepieciešama. Kodu- izvēlas SMU (piem. 001), kategorija (ražošana/pakalpojuma sniegšana/abi), komentārs – Īss produkta apraksts, kā valodu norādīt – LV
7. solis – bildi pievieno uzspiežot uz saspraudes un tad „piesaistīt failu”
8. solis – spiest „saglabāt”

9. Dalība gadatirgos

Lai dalība reģionālajā, nacionālā vai starptautiskā gadatirgū būtu veiksmīga ir jāpadomā gan par stenda vizuālo izskatu, gan par reklāmas elementu izveidi (vizītkartes, bukleti u.c.), gan par SMU dalībnieku vizuālo izskatu.

Kaut arī SMU ir tikai īsta uzņēmuma simulācija, tomēr arī pārstāvot SMU ir jāievēro lietišķā biznesa etiķete. Tas attiecas gan uz dokumentu un vēstuļu rakstīšanu (rakstiskā komunikācija, gan uz apģērbu un SMU dalībnieku rīcību (verbālā un neverbālā komunikācija), gan uz noformējumu (telpas, vizītkartes u.c.)

9.1. Lietišķā etiķete – apģērbs

Dalība SMU gadatirgos ir kā biznesa prezentācija. Dodoties uz šādu pasākumi ir jāpārdomā arī apģērbs un tas kā izturēties.

Ja šāda veida pasākumos piedalās vairāki uzņēmuma pārstāvji tad noteikti ir jāpadomā par vienotu tēlu un izskatu. Apģērbam nav jābūt identiski vienādam, taču jārada iespaids par to ka personas pārstāv vienu uzņēmumu.

Tā kā SMU ir skolēnu veidots un pārstāvēts uzņēmums, tad, ja SMU darbību labāk varētu raksturot kāds īpašs tērps vai maska nekā lietišķs biznesa apģērbs, tad dalībnieki, protams, var ģērbt šos tērpus. Taču būtiski ir atcerēties, ka vismaz SMU direktoram vajadzētu izvēlēties daļēju lietišķo stilu, lai par SMU tiktu radīts nopietns priekšstats.

Etiķete māca, ka gan sievietes, gan vīrieša apģērbam ir daudzi ierobežojumi.

Lietišķs sievietes apģērbs sastāv no klasiska stila kostīma, kas sastāv no:

- žaketes ar svārkjiem vai biksēm - vienkrāsains vai ar nelielu, neuzkrītošu rakstu, ieteicamās krāsas ziemā ir tumši zils, tumši pelēks, tumši zaļš, karmīnkrāsa,

vasarā – gaiši pelēks, bēšs u.c. pasteltoņi. Svārku garums – līdz celim, vai 5-7 cm virs vai zem ceļa;

- blūze vai tops – necaurspīdīga, bez dekoltē;
- atbilstošs matu sakārtojums – ja mati ir pārāk gari, tie ir jāsasprauž;
- zeķes, zeķbikses – plānām, miesas krāsas;
- apavi – klasiskas laiviņas. Pieļaujamais papēža augstums – 5-7 cm
- rotaslietas – atturīgas un gaumīgas;
- dekoratīvā kosmētika – atturīga un maiga.

Lietišķs vīrieša apģērbs sastāv no

- uzvalka (žakete un bikses, dažreiz veste) – vienkrāsains, vai ar neuzkrītošu rakstu, ieteicamās krāsas ziemā – tumši zils, tumši pelēks, vasarā – gaiši pelēks, bēša krāsa, pasteltoņi. Žaketei sēžot jābūt atpogātai, taču pieceļoties uzreiz jāizpogā. Svarīgi atcerēties, ka vīrietim ir nepieklājīgi turēt rokas uzvalka vai bikšu kabatā;
- krekls – vienkrāsains, ar garām piedurknēm (jebkurā gadalaikā), necaurspīdīgs. No žaketes malas jābūt redzamām 2-2,5 cm platai krekla piedurknes maliņai;
- kaklasaite – vienkrāsaina vai ar neuzkrītošu rakstu, krāsas – tumši sarkana, bordo, rūsgana, garums - līdz bikšu jostai;
- apavi – klasiski, slēgti;
- zeķes – apavu krāsā vai pustoni gaišākas, sēžot nevajadzētu redzēt kailas kājas.

Tā kā SMU dalībnieki ir skolēni, tad ir pieļaujamas nelielas atkāpes krāsu un griezumu izvēlē, taču sieviešu etiķetē noteikti jāņem vērā svārku garums, dekoratīvās kosmētikas un rotaslietu daudzums. Svārku un blūzes vietā var izvēlēties kleitu ar piedurknēm, kas rada nemazāk lietišķu iespaidu.

Vīriešu etiķetē jāņem vērā, ka uzvalks, krekls un kaklasaite ir nepieciešams lietišķos biznesa un darījuma pasākumos (arī gadatirgos, ja vien nav īpaši SMU tērpi).

ieskaties šeit  **Lietišķā etiķete**

9.2. Mārketinga elementu izveide

SMU darbībā ļoti svarīga ir reklāma un SMU vizuālais tēls. Gadatirgos parasti piedalās no 20 līdz pat vairāk kā 100 SMU, ir svarīgi, lai tavš SMU izceltos un sniegtu labu pirmo iespaidu, kā arī ieinteresētu gan apmeklētājus, gan žūrijas pārstāvjus apmeklēt standu.

Kad kāda persona apmeklēs SMU standu ir svarīgs pirmais iespaids, ko veido arī stenda vizuālais noformējums un visu redzamo dokumentu noformējums (vizītkartes, bukleti)

Vizītkaršu izveide

Veidojot vizītkartes ir svarīgi tajās ievietot tikai pašu nepieciešamāko informāciju:

- SMU nosaukumu;

- kontaktinformāciju (telefona numuru, mājaslapas adresi);
- vizītkartes īpašnieka vārdu, uzvārdu, amatu (ja tā ir tikai SMU vizītkartes, tad tikai SMU nosaukumu).

Tā kā SMU pārstāv Junior Achievement – Young Enterprise Latvija, tad nepieciešams ievietot arī JAL un SMU logo.

ieskaties šeit  [JAL logo](#)

ieskaties šeit  [SMU logo](#)

Vizītkaršu veidošanas pamatprincipi:

- izmērs – vēsturiski pieņemts, ka vīriešu vizītkartēm ir 90x50 mm un sieviešu – 80x40 mm, taču mūsdienās nav stingri pieņemta standarta;
- burtu lielums – noteikts burtu lielums, taču tam jābūt izvēlētam tā, lai izceļas svarīgākā informācija (SMU nosaukums un JAL un SMU logo);
- krāsa – noteiktas krāsas nav, taču tekstam ir jābūt saskatāmam un lietišķas etiķetes iespaidu radīs vizītkarte, kurā dominēs ne vairāk pa 3 krāsām.

Bukletu/skrejlapiņu izveide

Veidojot bukletus un citu līdzīgus reklāmas materiālus rūpīgi ir jāizstrādā vizuālais noformējums. Pārāk daudz teksta atbaidīs, jo stenda apmeklētāji nevēlēsies lasīt garus tekstus, taču pārāk maz teksta liecinās par bukleta bezjēdzību.

Bukletā ieteicams ievietot informāciju par SMU (kontaktinformācija), tā komandu (dalībnieku vārdi, uzvārdi, amati, hobiji u.c.), produktu (īsu aprakstu, kurā nosauktas labākās īpašības, fotogrāfija).

Stenda izveide

Tāpat, kā ieejot veikalā, tāpat pieejot pie SMU stenda pircējam rodas priekšstats par produktu, attieksmi pret klientu. Vide, kādā atrodas cilvēks, ietekmē tā sajūtas un vēlmes. Tātad, ja SMU stends piesaistīs skatienus un rosinās vēlmi pieiet pie tā, iespējams SMU būs vairāk klientu.

Mazāka mēroga gadatirgos (reģionālajos, skolu gadatirgos) SMU stends var būt vienkāršāks. Tas var sastāvēt no plakātiem, galdauta uz galda, dažiem reklāmas elementiem un, protams, produkcijas.

Lielāka mēroga gadatirgos (nacionālajos, starptautiskajos) stendam jābūt ievērojamākam un labāk izstrādātam. Tāpat kā produkcijai arī stendam jābūt kvalitatīvam.

Piedaloties jebkura mēroga gadatirgu nedrīkst aizmirst par cenu zīmēm, bukletiem un/vai vizītkartēm (īpaši tad, ja SMU piedāvā pakalpojumu), galda noformējums (piemēram, galdauts). Lielākajā daļā gadatirgu SMU var izmantot noteiktu telpas platību, tāpēc jau laicīgi jāuzzina, kāda ir šī platība, kā arī nedrīkst aizmirst izmantot

visu pieejamo telpu. Svarīgāko informāciju ieteicams novietot apmēram pieauguša cilvēka acu augstumā.

Atceries! Ja SMU stenda noformējam ir nepieciešama elektrības padeve, jau laicīgi informē gadatirgus organizētājus un noskaidro vai šāda pieeja pie elektrības vispār ir iespējama!

10. Starptautiskās sadarbības iespējas

Enterprise without Borders (EwB)  www.ewb.ja-ye.org

EwB ir izveidota, lai JA-YE programmas ietvaros dotu iespēju skolēniem, kas vada Skolēnu Mācību Uzņēmumus, dibināt starpvalstu internacionālas partnerattiecības. Mājas lapā www.ewb.ja-ye.org

skolotāji un skolas var reģistrēt savu dalību, savukārt skolēni var augšupielādēt savu uzņēmumu profilus un pieteikties uzņēmējdarbības „randiņu spēlei”.

EwB galvenais mērķis ir dalīties ar labām idejām, pārdot savā starpā preces savos (EwB) tirdziņos, samazināt izmaksas, iegūstot noteiktus pakalpojumus vai preču sastāvdaļas no citām valstīm, un piedalīties gadatirgos vienam pie otra.

Šīs „mācies darot” programmas mērķauditorija ir vidusskolas skolēni vecumā no 15 līdz 18 gadiem.

PROJEKTA MĒRĶI:

- Celt uzņēmējdarbības izglītības atpazīstamību plašākā sabiedrībā.
- Iepazīstināt skolēnus ar starpvalstu tirdzniecību, izveidojot un vadot uzņēmumu, un strādājot dažādu biznesa kultūru vidē.
- Veicināt izpratni par citām kultūrām un starpkultūru mijiedarbību.

KĀPĒC vajadzētu piedalīties?

EwB veicina skolu sadarbību Eiropā, izmantojot tīmekļa platformu. Skolotāji un skolēni izmanto internetu, lai sastrādātos, apmainītos ar informāciju, dalītos ar mācību materiāliem un atrastu līdzdalībniekus no citām Eiropas skolām.

SKOLĒNU IEGUVUMI:

- Izzināt savas iespējas un atbildību starptautiska uzņēmuma ietvaros
- Ražot preces vai pakalpojumus un izveidot pārdošanas stratēģiju kopā ar partneriem no citām Eiropas valstīm.
- Iegūt noderīgu uzņēmējdarbības pieredzi starptautiskā līmenī Sadarboties kopā ar dažādu kultūru un valodu cilvēkiem.
- Iespēja attīstīt starptautiskā līdera īpašības un prasmes.
- Plašākas zināšanas un sapratne par JA-YE programmām.

11. SMU likvidēšana

Skolēnu mācību uzņēmuma likvidēšana ir tā darbības izbeigšana. Lai mācītos no pieļautajām kļūdām, novērtētu finansiālos zaudējumus un/vai ieguvumus ir nepieciešams veidot atskaites par SMU darbību.

Lai likvidētu SKOLĒNU MĀCĪBU UZŅĒMUMAM nepieciešams iesūtīt:

1. Atskaite par katru tirdziņu (katra atskaite atsevišķā MS WORD dokumentā).
Jānorāda:
 - 1.1. Norises vieta un laiks;
 - 1.2. Pārdotās produkcijas apjoms;
 - 1.3. Finanšu aprēķini (kopējie ieņēmumi, izdevumi, peļņa).
2. Vadītāja atskaite (par visu SKOLĒNU MĀCĪBU UZŅĒMUMA darbības periodu kopā).
Jānorāda:
 - 2.1. Dibināšanas un likvidācijas datums (darbības ilgums);
 - 2.2. Dibinātāju un pārējo darbinieku vārds/uzvārds;
 - 2.3. Gadatirgu skaits, kuros SMU piedalījies;
 - 2.4. Tirdziņu skaits (norises vietas un datumi);
 - 2.5. SKOLĒNU MĀCĪBU UZŅĒMUMA produkta īss apraksts;
 - 2.6. Pārdotās produkcijas apjoms;
 - 2.7. SMU vadītāja vērtējums par SMU darbību kopumā, darbības efektivitāti, lietām, ko varēja izdarīt labāk.
3. Finanšu atskaite (par visu SMU darbības periodu kopā).
Jānorāda:
 - 3.1. Naudas plūsmas aprēķins;
 - 3.2. Peļņas/zaudējumu aprēķins.
4. Mārketinga vadītāja atskaite (par visu SMU darbības periodu kopā).
Jānorāda:
 - 4.1. Tirdziņi, to norises vieta, laiks;
 - 4.2. Mārketinga aktivitātes, kuras tika īstenotas (kā tika attīstīts (uzlabots) SMU stends un reklāmas elementi);
 - 4.3. Mārketinga aktivitāšu izmaksas;
 - 4.4. Mārketinga aktivitāšu efektivitāte.
5. Secinājumi (galvenie ieguvumi, ierosinājumi SMU programmas uzlabošanai).

leskaties šeit  [SMU likvidācijas dokumentu vērtēšanas kritēriji](#)

leskaties šeit  [SMU likvidācijas dokumentu vērtēšanas punktu skala](#)