



Finansuojama
Europos Sąjungos



**„SEMINARŲ
RENGIMO IR
VEDIMO
REKOMENDACIJOS
(METODOLOGINĖ
MEDŽIAGA,
GALUTINĖ
VERSIJA)“**

2022

Projekto pavadinimas: „Metas imtis verslo!“

Projekto numeris: ENI-LLB-2-334

„Seminarų rengimo ir vedimo rekomendacijos (metodologinė medžiaga, galutinė versija)“

Turinys

ĮVADAS	3
1. RENGINIŲ, SKIRTŲ VERSLUMUI SKATINTI, VEDIMO METODOLOGIJA	3
1.1. Mokymas kartu su ekspertais remiantis renginių metodologija	6
2. SPECIFINIAI TIKSLINĖS AUDITORIJOS BRUOŽAI	9
3. PIRMASIS SEMINARAS „ĮKVĖPTAI IR DRĄSIAI VERSLO PRADŽIAI: PASISEMK VERSLO PATIRTIES“	12
3.1. Bendrasis seminaro „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžia: pasisemk verslo patirties“ aprašymas	12
3.2. Patys suorganizuokite seminarą „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžia: pasisemk verslo patirties“	14
3.3. Veikla po renginio	25
4. ANTRASIS SEMINARAS „REALIZUOK SAVE VERSLE“	26
4.1. Bendras seminaro „Realizuok save versle“ aprašymas	26
4.2. Pasiruošimas antrajam seminarui „Realizuok save versle“	27
4.3. Seminaro „Realizuok save versle“ vedimas	30
4.4. Veikla po renginio	32
5. BENDROJI SANTRAUKA	32
6. PRIEDAI	33

ĮVADAS

Vienas iš galutinių „Seminarių rengimo ir vedimo rekomendacijų“ tikslų yra pateikti metodologinę ir mokomąją medžiagą visoms suinteresuotosioms šalims, kurios planuoja vesti seminarus priešpensinio amžiaus žmonėms Lietuvoje ir Latvijoje, siekiant įtraukti juos į verslo veiklą.

Rekomendacijas sudaro šie skyriai: įvairių renginių, skirtų verslumui skatinti, vedimo metodologija; tikslinės auditorijos profilis; ir du skyriai, kuriuose aprašomi dviejų tipų seminarai, rekomenduojami dirbant su priešpensinio amžiaus žmonėmis (pirmasis seminaras „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžia: pasisemk

verslo patirties!“ ir antrasis seminaras „Realizuok save versle“).

Šiuose skyriuose aprašoma seminarų koncepcija, paaiškinami naudojami interaktyvia integruojančia metodika pranašumai ir nauda, išdėstomi tokių seminarų sesijų rengimo, pasiruošimo jiems ir vedimo principai, taisyklės ir instrukcijos, remiantis tokių renginių rengimo patirtimi įgyvendinant projektą „Ready for business“. Kiekviename dviejų paskutinių skyrių pateikiamas skyrelis „Surenk seminarą pats“, kuriame aprašoma įgyvendinant projektą vykdyta veikla, pateikiamos konkrečios instrukcijos ir priedai, būtini suinteresuotosioms šalims, kurios galės toliau juos taikyti pačios.

1. RENGINIŲ, SKIRTŲ VERSLUMUI SKATINTI, VEDIMO METODOLOGIJA

Renginių vedimo ir verslumo skatinimo metodologija, naudota įgyvendinant projektą, skirtą priešpensinio amžiaus žmonėms, yra paremta suaugusiųjų mokymo metodu, kuriam būdingi principai, procedūros arba strategijos, kurias turi įgyvendinti renginio organizatoriai, norėdami pasiekti pageidaujamus rezultatus. Šiuos principus ir procedūras iš dalies nulemia mokyтино dalyko pobūdis, iš dalies mūsų pačių įsitikinimai arba teorijos apie tai, kaip mokosi priešpensinio amžiaus žmonės.

Mokymai, kaip geriau suprasti verslą ir patobulinti verslininkystei būtinus įgūdžius, buvo vertinami per mokymosi metodus, kurie apibrėžiami kaip itin sistemingai suteikiantys kitiems žinių ir informacijos, prizmę.

Išskiriamos dvi metodologinės mokymosi skatinimo priemonės:

- konstruktyvioji;
- instruktuojanti.

Konstruktyvioji priemonė paremta didaktine pozicija ir įsitikinimu, kad tikslinės grupės atstovai (TGA) turėtų konstruoti žinias pirmiausia savo pačių veikloje.

Ši prieiga, grindžiama pačia žmogiškojo mokymosi prigimtimi, reikalauja, kad kiekvienas individas susikurtų savąjį verslo procesų supratimą per tiesioginę patirtį, veiklą ir refleksiją, o ne dėstytojui ar mentoriui pateikiant arba vadovėlyje perskaitęs „suvirškintą“ informaciją ir įgūdžius. Konstruktyvistiniai metodai, pagal kuriuos pamokymų ir patarimų duodama minimaliai, reikalauja renginių dalyvių stiprios motyvacijos, gebėjimo mąstyti ir samprotauti ir turėti puikius savarankiško mokymosi įgūdžius.

Viena vertus, renginiai, kuriuose suaugusieji praktiškai aktyviai mokosi, sprendžia problemas, induktyviai mąsto ir samprotauja, labai gerai skatina supratimą.

Vis dėlto renginių organizatoriams tenka pripažinti, kad seminarai bus sėkmingi tik tiek, kiek nauja informacija sėkmingai susisieja su TGA anksčiau įgytomis žiniomis ir patirtimi.

Kita vertus, laikomasi požiūrio, kad mokymąsi itin sustiprina bendradarbiavimu paremta socialinė sąveika ir komunikacija; kitaip sakant, TGA diskusijos, jų grįžtamasis ryšis ir dalijimasis idėjomis daro didžiulę įtaką mokymuisi.

Nekyla abejonių, kad į besimokantįjį orientuotos konstruktyvistinę metodiką įvairiomis apraiškomis (pvz., grupinis rašymas, problemų sprendimu grįstas mokymasis, tyrimo ir aktyvaus mokymosi metodai) mielai taiko renginių organizatoriai įgyvendindami projektus, o toliau ir pačios suinteresuotosios šalys.

Konstruktyvizmas su savimi atsinešė visą naujų terminų rinkinį: „žinių konstravimas“, „besimokančiųjų

bendruomenė“, „mokymasis darant“, „procesinis požiūris“, „patirtinis mokymasis“. Dalyvaujantiems projekto renginiuose TGA teikiama paramos struktūra užuominų ir patarimų forma dar žinoma „pastolių“ (angl. *scaffolding*) pavadinimu.

Vartojami su renginiais ir verslumo skatinimu susiję raktažodžiai yra „autentiškas“, „prasmingas“ ir „tinkamas ugdymui“. Konstruktyvistiniais metodais vedamuose renginiuose keliami tokie įprasti tikslai kaip pagalba TGA tampant smalsiais, išradingais, gebančiais reflektuoti, jų paskatinimas imtis iniciatyvos, mąstyti, samprotauti, pasitikinčiai tyrinėti ir dalytis idėjomis su kitais.

Požiūriu paremta konstruktyvistinė metodika palankiai vertina tokius mokymo metodus, kuriuose renginių dalyviai atlieka aktyvų ir svarbų vaidmenį renkant informaciją, vystant koncepcijas ir gūdžius, sąveikaudami savo socialinėje ir fizinėje aplinkoje. Organizatoriaus/ moderatoriaus vaidmuo pereina į fasilitatoriaus ir palaikytojo, ne instruktoriaus vaidmenį. Socialinės sąveikos, kalbos ir komunikacijos svarba pripažįstama visur, kur taikomi konstruktyvistiniai metodai, todėl skatinama veikla grupėse, diskusijos ir mokymasis bendradarbiaujant. Konstruktyvizmo aiškinimo pagrindinė prielaida yra tokia, kad TGA yra save motyvuojantys ir save reguliuojantys asmenys, kurie įgis planavimo įgūdžių, supratimą apie verslą, kiekvieną dieną sprenddami problemas ir bendraudami apie jų amžiui tinkamą prasmingą veiklą.

Pastebėta, kad nors mokymasis išties vyksta ir naudojantis tokiais ištekliais kaip vadovėliai, pavyzdžiai, situacijų analizės, modeliai ir diagramos, jis taip pat neatsiejamas nuo „bendravimo su žmogumi, kuris organizuoja ir pateikia naujas žinias ir įgūdžius, kurie turi būti įsisavinti ir atkurti besimokančiojo galvoje“. Visiškai įmanoma stimuliuoti pažinimo veiklą tiesiogiai mokant per verbalinę komunikaciją ir vaizdines priemones.

Metodologijoje pedagogų (organizatorių) paaiškinimų vaidmuo netgi apibrėžiamas kaip „suteikiantis kitam supratimą“. Gali būti, kad aiškus paaiškinimas TGA grupei padės sumažinti jų anksčiau įgytų žinių apie verslą skirtumus ir sykiu neteisingo supratimo arba sunkumų kilimo galimybę.

Kai kurie suaugusiųjų mokymo (taip pat ir sidabrinės ekonomikos) ekspertai pateikia trijų etapų žinių ir įgūdžių įgijimo modelį:

- 1 etapas – pradinių žinių įgijimas;
- 2 etapas – pažangios žinios;
- 3 etapas – kompetencija.

Įgyti pradinių žinių geriausiai gali padėti tiesioginis mokymas, o pažangių žinių, kurios veda kompetencijos pasiekimo link, – konstruktyvistinė prieiga, taikant individualius darbo su mentoriais ir ekspertais metodus.

Akivaizdu, kad tvirtai konstruktyvistiniais principais paremtos metodologijos taikymas renginiuose jokių būdu negarantuoja, kad visi renginyje dalyvaujantys TGA įgis vienodas žinias apie duotąjį verslo atvejį. Kiekvienas

TGA gali susidaryti tiek neteisingą, tiek teisingą supratimą.

Tai, kaip organizatorius/moderatorius išaiškina naują informaciją (ir naudingai prisideda prie bendradarbiavimo paremto TGA grupinio darbo), stipriai priklauso nuo jo ankstesnių žinių ir patirties versle. Partnerių atstovai šiuo atžvilgiu smarkiai skiriasi. Būtent todėl teigiama, kad vienodi mokymai nėra tinkami visiems, ir visai nesvarbu, ar tai į besimokantįjį orientuota veikla, ar tiesioginis instruktažas.

Priešingai konstruktyvistiniam požiūriui į renginių vedimą, instruktavimo prieigos šalininkai įsitikinę, kad tiesioginis mokymas gali būti itin veiksmingas. Instruktavimo prieiga yra paremta tvirtu tikėjimu tiesioginio ir aiškaus dėstymo verte ir veiksmingumu, ypač siekiant konkrečių tikslų verslininkystės veikloje.

Bendrinį tiesioginio (arba aiškaus) dėstymo ir renginių rengimo modelį sudaro šeši komponentai:

- aiškus medžiagos pateikimas (verslo argumentai; verslo pavyzdžiai; verslo istorijos ir t. t.);
- patariant, pamokant įgyjamas supratimas apie medžiagą;
- savarankiškas darbas;
- nepriklausomas vieno TGA grįžtamasis ryšys kitam TGA;
- neatidėliojamas taisyimas ir grįžtamasis ryšys;
- peržiūros, komentarai, įvertinimas.

1.1. Mokymas kartu su ekspertais remiantis renginių metodologija

Šiuo metodu, kaip ir kitomis tiesioginio mokymo formomis, siekiama ypač sudominti, įtraukti ir užtikrinti aktyvų TGA dalyvavimą, jiems aktyviai atsakant į verslo ekspertų klausimus ir paraginimus. Ekspertas gali pradėti renginį pateikdamas informaciją aiškinamuoju arba didaktiniu metodu, tačiau vėliau tikimasi, kad TGA įsitrauks į dialogą ir prisidės savo idėjomis, išsakys savo nuomonę, užduos klausimų ir paaiškins savo samprotavimą kitiems.

Čia mokymasis vyksta ne taikant pernelyg supaprastintą minipaskaitos seminaro dalyviams formulę, po kurios seka „kartojimas ir praktika“, ne tikintis, kad pranešėjai patys pasimokys iš verslo situacijų ar kitos medžiagos. Mokymasis vyksta todėl, kad renginių pranešėjai kognityviai įtraukiami į svarbios informacijos apdorojimą ir naudojimą, išreiškia ją savais žodžiais ir gauna grįžtamąjį ryšį.

Neatsižvelgiant į tai, kokios rūšies tiesioginis mokymas pasitelkiamas, seminaro pranešėjui būtinas tam tikras įgūdžių ir kompetencijų kompleksas, aprėpiantis:

- turinio ir pateikimo metodo planavimą (įskaitant tinkamą garso ir vaizdo įrangos bei IKT naudojimą);
- veiksmingą turimo laiko valdymą;
- įdomų ir motyvuojantį turinio pateikimą;
- aiškų paaiškinimą ir demonstravimą;

- žinojimą, kada ir kaip smulkiau paaiškinti pagrindinius dalykus;
- tinkamų klausimų uždavimą, siekiant sukonzentruoti TGA dėmesį, paskatinti juos mąstyti ir patikrinti supratimą;
- atsakymą į TGA užduotus klausimus;
- TGA dalyvavimo vertinimą;
- grįžtamojo ryšio TGA teikimą.

Tiesioginio mokymo veiksmingumui įtaką daro daugelis veiksnių, įskaitant pranešėjo aiškumą, charizmą ir motyvavimo įgūdžius, medžiagos struktūravimą ir pateikimą, užsiėmimui skirtą laiką, TGA įsitraukimo lygį, turinio sąsajas su TGA anksčiau įgytomis žiniomis ir patirtimi, vidiniu susidomėjimu ir galima temos svarba arba verte.

Minipaskaitos arba informaciniai pristatymai yra veiksmingas mokymo metodas, jeigu pagrindinis tikslas yra pateikti svarbią informaciją projekto TGA. Tokiose situacijose TGA dažniausiai turi reikiamų mokymosi įgūdžių, motyvacijos, geba sutelkti ir išlaikyti dėmesį ir susivaldyti – tokiu atveju toks metodas būna naudingas.

TGA skaitant minipaskaitas galima pasiekti šių tikslų:

- naujos temos pristatymas, apžvalgos pateikimas, susidomėjimo sužadėjimas ir klausimų, kuriuos bus galima nagrinėti vėliau įvairiais metodais, iškėlimas;
- naujausios informacijos, kuri nėra paprastai pasiekama iš kitų šaltinių, pateikimas;
- greitas, glaustas, integruotas informacijos, kurią norėdami patys

surinkti, TGA sugaištų daug laiko, pateikimas;

- galimybė apžvelgti ir pakartoti kurso medžiagą.

Kai kurių verslo ekspertų manymu, veiksmingai ir entuziastingai skaitomos minipaskaitos gali sužadinti susidomėjimą, paskatinti renginio dalyvius mąstyti ir iškelti klausimų, kuriuos jiems norėsis aptarti vėliau.

Minipaskaitos metodo apribojimai:

- pristatymai gali būti pernelyg išstęsti, ir net susidomėjusiems dalyviams gali pasidaryti sunku išlaikyti dėmesį;
- pateikiama labai daug informacijos (informacijos perkrova);
- nepaisoma TGA anksčiau įgytos patirties ir motyvacijos skirtumų;
- nėra galimybės sužinoti, ar kiekvienas seminaro dalyvis suprato medžiagą;
- kai kuriems TGA stinga pasitikėjimo užduoti klausimus arba atkreipti dėmesį į problemas didelės grupės akivaizdoje;
- daugelis pranešėjų, ekspertų ir verslo savininkų pateikia informaciją ne itin veiksmingai ar charizmatiškai.

Mokymo metodai, kurie apibūdinami kaip „orientuoti į besimokantįjį“, yra suderinami su konstruktyvistine mokymosi teorija, nors kai kurie jų buvo naudojami dar gerokai prieš atsirandant konstruktyvizmui kaip nuosekliai teorijai. Jų autoriai suteikė į besimokančiuosius orientuotiems metodams konkrečius pavadinimus: veikla paremtas mokymasis, aktyvus mokymasis, tyrimo metodas, problemų sprendimu paremtas mokymasis, situacinis mokymasis.

Subtilūs toliau aprašytų metodų skirtumai paprastai siejami su renginio organizatorių per seminarus teikiamų patarimų ir struktūros apimtimi, o taip pat iš TGA reikalaujama savarankiškumo laipsniu. Daugumai metodų būdingi šie pagrindiniai principai:

- renginio dalyviai turėtų aktyviai dalyvauti mokymosi procese ir turėti vidinės motyvacijos;
- temos, klausimai arba dalykas turėtų būti įdomūs, aktualūs ir žadinantys vidinę motyvaciją;
- kai įmanoma, mokymosi patirtis turėtų būti įgyjama realaus gyvenimo situacijose, kuriose išties būtų reikalingos ir naudojamos tam tikros žinios ir įgūdžiai (situacinis mokymasis).

Tipiškas aktyviojo mokymosi (situacinio mokymosi) užsiėmimas vyksta šiuo formatu:

- nustatoma tema arba pateikiamas probleminis klausimas;
 - organizatorius/ moderatorius ir pranešėjas kartu spontaniškai ieško idėjų, kokiais būdais geriausia nagrinėti temą, situaciją, verslo atvejį ir t.t.;
 - TGA savarankiškai arba mažomis grupelėmis renka ir interpretuoja duomenis, atlieka analizę, aiškinasi situaciją;
 - daromos preliminarios išvados, jomis dalijamasi su kitomis grupėmis; jeigu reikia, išvados koreguojamos;
 - ekspertai, pranešėjai arba moderatorius paaiškina neteisingus manymus ir apibendrina rezultatus.
- Aktyviojo mokymosi (situacinio mokymosi) užsiėmimų pranašumai:

- TGA aktyviai dalyvauja mokymosi procese; temos žadina vidinę motyvaciją;
- aktyviojo mokymosi kontekste pasitelkiama veikla su verslo simuliaciniais žaidimais dažniau yra prasmingesnė negu verslo atvejų nagrinėjimas;
- seminaro dalyviai įgyja tyrimo ir refleksijos įgūdžių, kuriuos galima apibendrintai pritaikyti kituose kontekstuose;
- kontekste išmokstama naujų verslo įgūdžių ir strategijų;
- taikant šį metodą, remiamasi TGA anksčiau įgytomis žiniomis ir patirtimi;
- skatinamas savarankiškas mokymasis;
- teigiama (tačiau nėra neginčijamai įrodyta), kad labiau tikėtina, jog TGA įsimins koncepcijas ir informaciją, jeigu atras ją patys;
- stiprinami grupinio darbo įgūdžiai.

Aktyviojo mokymosi (situacinio mokymosi) užsiėmimų trūkumai:

- šis metodas gali būti labai imlus laikui, ir dažnai surasti informaciją trunka gerokai ilgiau, negu tiesiogiai išdėstant:
- aktyviojo mokymosi metodams dažnai reikia išteklių turtingos mokymosi aplinkos;
- aktyviojo mokymosi veiksmingumas dažniausiai priklauso nuo to, ar renginio dalyviai turi pakankamus savarankiško mokymosi įgūdžius ir yra pakankamai savivaldūs;
- jeigu TGA neturi pakankamos žinių bazės ir negali tiksliai interpretuoti

savo atradimų, iš aktyviojo mokymosi jiems gali būti mažai naudos;

- nors TGA aktyviai įsitraukia, jie vis tiek gali nesuprasti arba neatpažinti pagrindinės koncepcijos, taisyklės arba principo; kitaip tariant, „veikla“ nebūtinai prilygsta „giliajam mokymuisi“;
- ekspertai, pranešėjai ir moderatorius gali nepakankamai atidžiai stebėti veiklą ir todėl negalės individualiai padrašinti ir patarti („pastolių“ struktūra), ko besimokantiejiems dažnai prireikia.

Problemų sprendimu grįstas mokymasis dažnai tiksliau vadinamas „klausimais paremtu“ mokymusi, kadangi daugelis mokymuose naudojamų temų nėra tikros „problemos“. Pastaraisiais metais šis metodas įgijo populiarumo kaip itin tinkamas naudoti suaugusiųjų mokyme (įskaitant sidabrinės ekonomikos atstovus) ir ypač verslumui skatinti.

Mokymasis sprendžiant problemas gali pasirodyti gerokai veiksmingesnis negu tradiciniai didaktiniai mokymosi metodai kuriant renginio dalyvių žinių bazę ateičiai.

Tokio projektinio mokymosi pranašumai:

- metodas orientuotas į „realų pasaulį“ ir per šią sąsają skatina prasmingą mokymąsi;
- verslo atvejuose pateikiama nauja informacija, palyginti su TGA jau turima patirtimi ir žiniomis;
- TGA išmoksta vertingų duomenų rinkimo ir analizavimo procesų ir įgūdžių, jiems pateikiami atvejai arba situacijos;

- TGA patys atsako už savo mokymąsi; taip stiprinamas savikryptiškumas ir motyvacija;
- mokymosi procesas skatina naudoti įvairius komunikavimo ir atstovavimo metodus;
- šis metodas skatina pasitelkti aukštesnės eilės mąstyseną ir faktų rinkimą;
- šiuo metodu vystomos gilesnės atitinkamos srities verslo procesų žinios;
- šis metodas taip pat stiprina komandinio darbo ir mokymosi bendradarbiaujant įgūdžius.

Projektinio mokymosi trūkumai:

- kai kurie TGA neturi pakankamų tyrimo ir informacijos apibendrinimo įgūdžių;
- kai kurie TGA gali sudaryti regimybę, neva produktyviai dirba, tačiau išties išmoksta labai mažai ir įneša menką indėlį; dėl šios priežasties organizatoriai turi sudaryti konkrečias tikslines projektinio mokymosi grupes;
- kai taikant šį metodą gaminami plakatai, modeliai, schemas, daromi įrašai, nuotraukos ir rengiamos rašytinės ataskaitos, kurios vėliau eksponuojamos, kyla pavojus, kad visi

šie rezultatai bus pateikti kaip „papuošimai“, po kuriais slėpsis ganėtinai nekreuoštus tyrimas ir prastas temos supratimas;

- skirtingiems grupės nariams pateikus tirti skirtingus temos aspektus, kyla pavojus, kad atskiri nariai taip ir neįgis bendro supratimo apie visą temą.

Parengtame baziniame seminarų rengimo ir vedimo rekomendacijų modelyje, kuris pateiktas šiame dokumente, derinami keli šiuolaikiniai suaugusiųjų, įskaitant priešpensinio amžiaus, mokyme naudojami metodai. Šis bazinis modelis bus patikrintas įgyvendinant projektą ir užbaigtas jo galutiniame etape, įvertinus tikslinės auditorijos specifiką.

Parengtos „Seminarų rengimo ir vedimo rekomendacijos“ apjungia kelis šiuolaikinius suaugusiųjų, įskaitant ir priešpensinio amžiaus žmones, mokymo metodus. Dokumentas parengtas išbandžius pagrindinę jo versiją, atsižvelgiant į specifines tikslinės auditorijos ypatybes. Tuo pačiu metu, dirbdamos su juo, suinteresuotosios šalys gali sutelkti dėmesį į bet kurį konkretų metodą iš aukščiau pateiktų, priklausomai nuo renginio tikslo ir atvykusių dalyvių.

2. SPECIFINIAI TIKSLINĖS AUDITORIJOS BRUOŽAI

Pagrindinę tikslinę auditoriją, kuriai rengiami ir vedami seminarai, sudaro priešpensinio amžiaus asmenys Latvijoje ir Lietuvoje, vertinantys galimybę pradėti

arba vystyti savo verslą. Tikslinėje grupėje gali būti Užimtumo tarnyboje registruotų bedarbių ir laikinai neturinčių darbo žmonių, kurie išėjo iš ankstesnio

darbo ir svarsto pradėti savo verslą. Be to, tikslinėje grupėje taip pat yra žmonių, kurie turi nuolatinį arba laikiną darbą, tačiau nori pradėti savo verslą, kad gautų papildomų pajamų pensijai arba realizuotų savo verslo idėjas.

Latvijoje ir Lietuvoje priešpensinio amžiaus žmonės yra 55–64 metų vyrai ir

moterys. Šalyse, su kuriomis palaikomi tarptautinio bendradarbiavimo ryšiai, į pensiją išeinama vis vėliau. Toliau 1 lentelėje pateikiama vyrų ir moterų pensinio amžiaus dinamika per penkerius metus pagal šalis.

Valstybė	Lytis	2018	2019	2020	2021	2022
Latvija	Vyrai	63 metai 3 mėnesiai	63 metai 6 mėnesiai	63 metai 9 mėnesiai	64 metai	64 metai 3 mėnesiai
	Moterys	63 metai 3 mėnesiai	63 metai 6 mėnesiai	63 metai 9 mėnesiai	64 metai	64 metai 3 mėnesiai
Lietuva	Vyrai	63 metai 8 mėnesiai	63 metai 10 mėnesių	64 metai	64 metai 2 mėnesiai	64 metai 4 mėnesiai
	Moterys	62 metai 4 mėnesiai	62 metai 8 mėnesiai	63 metai	63 metai 4 mėnesiai	63 metai 8 mėnesiai

1 lentelė. Pensinio amžiaus pokyčių dinamika Latvijoje ir Lietuvoje

Iki 2025 m. Latvijoje pensinis amžius vyrams ir moterims bus padidintas iki 65 metų. Lietuvoje tai bus atlikta iki 2026-ųjų.

Bendradarbiavimo per sieną projektą įgyvendinusiose šalyse (Latvijoje ir Lietuvoje) priešpensinio amžiaus bedarbių dalis yra šiek tiek didesnė negu kitose amžiaus kategorijose ir vidutiniškai siekia apie 6 proc. visų tos pačios amžiaus grupės gyventojų. Vis dėlto ne tik bedarbių, bet ir dirbančių žmonių pritraukimas dalyvauti suinteresuotųjų šalių vedamuose seminaruose leis pasiekti didžiausią sinerginį poveikį.

Dažnai darbdaviai renkasi atleisti priešpensinio amžiaus darbuotojus, nes, vienaip ar kitaip, išėjimo į pensiją amžius artėja, arba specialistai patys nusprendžia baigti profesinę veiklą. Darbdaviai yra nusistatę prieš pretendentes, kuriems nedaug liko iki pensinio amžiaus, ir nėra nusiteikę leisti pinigų ir laiką jiems perkvalifikuoti ir prisitaikyti prie naujos darbo vietos ir darbo sąlygų. Daugelis darbdavių mano, kad priešpensinio amžiaus darbuotojas nebus iniciatyvus, ir pagrindinis jo motyvas darbinantis naujoje vietoje yra tiesiog noras rasti ramų darbą iki pensijos. Jauni vadovai dažnai

vadovaujasi stereotipais apie vyresniosios kartos gebėjimus (vadinamoji diskriminacija dėl vyresnio amžiaus, angl. *ageism*).

Kita vertus, daugelyje profesijų ir veiklos sričių būtent priešpensinio amžiaus atstovai pasiekia geriausių rodiklius ir pasižymi aukščiausia kvalifikacija. Ilgainiui bet kurios amžiaus kategorijos darbuotojų patirtis, išmintis, komunikavimo ir darbo tikslumas tampa dideliu pranašumu. Su amžiumi stiprėja asmeninė atsakomybė už individualius ir kolektyvinius rezultatus, sprendimai, strategijos, veiksmai ir komunikacija yra apsvarstyti, realūs ir pasiekiami, įgyjama daugiau pasitikėjimo gebėjimu valdyti situacijas ir įvykius, užmezgami pozityvūs ir konstruktyvūs santykiai, nusistovi gyvenimiškų ir darbinų problemų sprendimo būdai.

Tikslinės grupės atstovai dažniausiai neturi pakankamai žinių, įgūdžių ir kompetencijų patys pradėti verslo veiklą, tačiau rodo didžiulę motyvaciją ir norą mokytis ir įsisavinti verslo organizavimo ir valdymo ypatumus. Todėl švietimo veikloje be galo svarbu naudoti psichologinių, pedagoginių ir metodologinių priemonių ir metodų kompleksą, siekiant palaikyti ir ugdyti tinkamą tikslinės grupės atstovų motyvaciją bei formuoti savam verslui pradėti būtinų žinių ir įgūdžių rinkinį.

Dirbant su tikslinės grupės atstovais, būtinas specialus požiūris. Reikia užtikrinti visapusišką, tikrovišką supratimą apie verslininkystę, suteikti įvairių verslo sričių specifinių žinių, parodyti galimybes jas pritaikyti praktiškai, stiprinti motyvaciją, naudoti priemones psichologinei įtampai mažinti,

užtikrinti bendravimą su savo lygmens bendraamžiais ir patyrusiais verslininkais.

Mokymų, paramos ir verslininkų veiklos stebėjimo organizavimo patirtis rodo, kad šios amžiaus kategorijos žmonės stabiliau organizuoja ir vykdo savo verslo veiklą. Be to, ši tikslinė grupė geba naudotis šiuolaikinėmis informacijos ir komunikacijos technologijomis, lanksčiomis darbo formomis (namudinis darbas, patogus darbo grafikas), nuotolinės prieigos režimu.

Priešpensinio amžiaus žmonės gali tapti atsakingų ir drausmingų darbuotojų, turinčių profesinės ir gyvenimiškosios patirties, pavyzdžiu jauniems žmonėms, kartų tęstinumo ir gyvenimo ciklo pokyčių, refleksijos ir strategijų įvairovės, atsparumo stresui ir ištvermės, puikaus gebėjimo prisitaikyti ir bendrauti pavyzdžiu.

Lietuvoje, Latvijoje ir Baltarusijoje atliktos verslininkų, kurie pradėjo savo verslą būdami priešpensinio amžiaus, apklausos duomenimis, darytina išvada, kad perspektyviausias amžius pradėti verslą yra nuo 49 iki 54 metų ir nuo 55 iki 60 metų. Pavyzdžiui, Latvijoje 70 proc. respondentų pradėjo verslą būdami 55–60 metų. Lietuvoje 60 proc. apklausos dalyvių ir 50 proc. dalyvių iš Baltarusijos tapo verslininkais būdami 49–54 metų.

Neatsižvelgiant į išsilavinimo lygį, priešpensinio amžiaus žmonės geba kurti ir plėtoti savo verslą. Geras išsilavinimas šiuo atveju nėra būtina sąlyga pradėti verslą. Kita vertus, bendradarbiavimo per sieną projekte dalyvavusių šalių verslininkų atskleidė,

kad dauguma respondentų (70 proc.) turėjo aukštąjį išsilavinimą.

Kurdami savo verslą, daugelis verslininkų kliaujasi savo patirtimi ir profesiniais įgūdžiais. Apklausos duomenimis, beveik 70 proc. respondentų įkūrė verslą, visiškai arba iš dalies susijusį su ankstesne darbo patirtimi.

Perspektyvios sritys tikslinei grupei pradėti verslą yra privačios pamokos, amatai, viešasis maitinimas, žemės ūkis, sodininkystė, kaimo turizmo paslaugų teikimas gyventojams ir kt.

Be bendrosios vadybos, finansų, apskaitos, mokesčių, verslo planavimo ir rinkodaros žinių, rengiant mokymus šiai tikslinei grupei, svarbu atsižvelgti tiek į psichologinius, sveikatos ir socialinius, tiek į organizacinius–vadybinius ir kitus suaugusiųjų ir pagyvenusių žmonių mokymo ypatumus:

1) sveikatos ir socialiniai ypatumai: būtinų sąlygų visiems profesinės sveikatos aspektams, įskaitant pažinimo gebėjimus, išsaugoti sukūrimas;

2) psichologiniai ypatumai: pagalbos įveikiant priešpensinio tarpsnio krizę organizavimas; būtina apmąstyti įvykius, įvertinti vyraujančią elgsenos modelį, pasistengti „sudėlioti“ daugiaaspektį gyvenimo vaizdą ir paskatinti tęsti saviugdą;

3) organizaciniai ypatumai: „išminties lauko“ formavimas įmonėse ir visuomenėje, kurioje priešpensinio amžiaus darbuotojai orientuosis ne tik į profesinių, bet ir kultūrinių tradicijų, kurios taps atsvara šiuolaikinei vartotojiškai ir egocentriškai civilizacijai, perdavimą;

4) aktyvus žmonių informavimas apie galimas strategijas ir būtinų sąlygų verslo veiklai kūrimas ne tik priešpensiniame amžiuje, bet ir vėliau.

3. PIRMASIS SEMINARAS „ĮKVĖPTAI IR DRĄSIAI VERSLO PRADŽIAI: PASISEMK VERSLO PATIRTIES“

3.1. Bendrasis seminaro „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžia: pasisemk verslo patirties“ aprašymas

Pirmojo seminaro tikslas yra pristatyti tikslinės grupės atstovams – priešpensinio amžiaus žmonėms iš Lietuvos ir Latvijos – informaciją apie verslininkystės plėtrą šiose šalyse.

Informaciją turėtų pateikti žmonės, kurie pradėjo verslą būdami priešpensinio amžiaus. Taip pat šiuo seminaru siekiama supažindinti dalyvius su konkrečių verslininkų atvejais (sėkmės istorijomis), suteikti galimybę pabendrauti su pradėjusiais verslą būnant brandaus amžiaus žmonėmis ir kitais bendraminčiais, ugdyti tokius įgūdžius, kaip verslininkiška pasaulėžiūra, veiksminga komunikacija, problemų sprendimas, analitiniai įgūdžiai, sisteminis mąstymas ir

gebėjimas generuoti verslo idėjas, planuoti verslo plėtrą ir kurti bendrąsias ir rinkodaros strategijas.

Įgyvendinant projektą „Metas imtis verslo“, buvo surengti trys bendrieji seminarai „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“: po vieną Lietuvoje, Latvijoje ir Baltarusijoje. Renginiuose dalyvavo daugiau kaip 100 dalyvių. Pirmąjį seminarą sudaro 2 dalys, ir jis trunka dvi dienas, po 6–7 valandas kasdien. Toliau pateikiama rekomenduojama seminaro struktūra ir turinys.

1 diena

Pirmąją dieną sudaro **toliau aprašyti užsiėmimai**.

Pirmasis užsiėmimas pradedamas renginio pristatymu ir išsamiu visos dvi dienas trukusios veiklos paaiškinimu (trunka apie 10 minučių).

Susipažinimui skirta veikla (apie 20 min.) yra puikus būdas pradėti seminarą, kai tikslinės grupės atstovai nėra pažįstami. Veiklos tikslas yra užtikrinti tam tikrą komforto lygį ir sąveiką su dalyviais.

Renginio organizatorius gali pasiūlyti bet kokią veiklą, kuri tinka seminaro dalyviams, pradedant paprasčiausiu ir baigiant sudėtingiausiu variantu. Pavyzdžiui, galite nurodyti kiekvienam dalyviui pirmiausia paklausti savo kaimynų, ką jie mėgsta valgyti per pusryčius. Su tinkama moderatoriaus pagalba ši veikla gali paskatinti aktyvų dalyvaujančių asmenų bendravimą.

Konsoliduotos ataskaitos „Verslo knyga“, parengtos įgyvendinant projektą „Metas imtis verslo“, pristatymas. Jame turi būti atspindėta bendradarbiavimo per sieną regiono tikslinės grupės bendra verslo kūrimo ir vystymo vizija, tendencijos, problemos ir galimybės, nurodant konkrečios suinteresuotosios

šalies (Latvijos arba Lietuvos) regione pasitaikančias problemas.

Pristatant taip pat reikėtų pateikti konkrečių pavyzdžių iš įgyvendinant projektą surinktų verslo atvejų, kaip verslą pradėjo ir išplėtojo priešpensinio amžiaus žmonės. Visi pirmojo seminaro dalyviai aptaria pristatymą diskusijoje.

Antrajame užsiėmime du priešpensinio amžiaus asmenys, sėkmingai pradėję arba išvystę verslą, pasidalija patirtimi (sėkmės istorija) su pirmojo seminaro dalyviais ir atsako į klausimus pokalbio formatu. Be to, numatomas bendras šių tikro verslo pavyzdžių aptarimas. Jeigu pageidaujama, renginio organizatorius gali naudotis ir tokiu bendravimo su verslininkais formatu, kaip asmeniškai ir interaktyvi diskusija.

Pirmojo seminaro pirmosios dienos **paskutinis užsiėmimas** yra išvyka į įmones, kurias įkūrė priešpensinio amžiaus žmonės. Per išvyką verslininkas pasakoja apie verslą, jį aprodą ir kartu su pirmojo seminaro dalyviais dalyvauja bendroje diskusijoje.

2 diena

Pirmojo seminaro antrąją dieną organizuojamas verslo modeliavimo žaidimas.

Seminaro dalyviai padalijami į kelias komandas, atsižvelgiant į bendrą dalyvių skaičių. Rekomenduojama komandas sudaryti iš 4–6 žmonių; optimalus dalyvių skaičius – 6. Komandų sudėtis ir kapitonas renkami traukiant burtus. Žaidimas organizuojamas komandiniu metodu; jį sudaro įvadinė ir trys žaidimo sesijos. Kiekviena sesija pradedama žodžiu pateikiant trumpą užduotį. Trumpai nusakoma konkreti verslo situacija, tačiau nepasiūlomi jokie sprendimai. Rekomenduojama pagalvoti

apie situacijas, kurias atitinka TGA užklaudas, lygi.

Pirmojoje žaidimo sesijoje dalyviai gauna verslo aprašymą, o paskui kiekvienoje iš trijų sesijų susipažįsta su verslo situacija iš realaus gyvenimo, kurią reikia išspręsti. Be to, žaidimo dalyviams pateikiami 4 situacijos sprendimo scenarijai. Kiekviena komanda aptaria siūlomus variantus, pasirenka vieną iš jų arba keletą derinį ir atitinkamai pagrindžia savo sprendimą. Be to, komanda turi galimybę pasiūlyti savo sprendimą, kaip pasiegti atitinkamoje verslo situacijoje. Po diskusijos kiekviena komanda pristato savo rezultatus (plakatus, atvirą pristatymą). Kiekviena žaidimo sesija užbaigiama bendra komandų pristatymų diskusija, dalyvaujant patyrusiems ekspertams, kurie pakomentuoja pristatymus.

Teisėjų komisija kiekvienos sesijos pabaigoje susumuoja rezultatus, o vėliau

ir galutinius rezultatus, ir išrenka geriausią komandą ir geriausią kapitoną. Pirmasis seminaras baigiamas dalyviams užpildant parengtą vertinimo formą, kadangi organizatoriams reikia atsiliepimų, kad galėtų tobulinti būsimus renginius.

3.2. Patys suorganizuokite seminarą „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“

1) Renginio darbotvarkės sudarymas

Pasirenkami konkretūs pranešėjai ir atvejai, nustatomas jiems per pirmojo seminaro dvi dienas skiriamas laikas. Galutinė darbotvarkė turi būti patvirtinta likus savaitei iki renginio.

Pirmojo seminaro pirmosios ir antrosios dienos darbotvarkė pavaizduota 1 ir 2 pav.

Darbotvarkė (1 diena)

9:30 – 10:00	Registracija, pasitikimo kava
10:00 – 11:30	1 sesija Renginio atidarymas, įvadas veiklas 1 / 10' „Ledlaužio“ veiklos / 20' „Verslo knygos“ pristatymas Bendra diskusija
11:30 – 12:00	Kavos pertraukėlė
12:00 – 13:00	2 sesija 1 kvietinis svečias / sėkmės istorija – klausimų ir atsakymų formatas 2 kvietinis svečias / sėkmės istorija – klausimų ir atsakymų formatas Bendra diskusija
13:00 – 14:00	Pietūs
14:00 – 16:30	3 sesija Ekskursija į įmones Diskusija
16:30	Pirmos dienos pabaiga

1 pav. Pirmos seminaro „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“ dienos darbotvarkė

Darbotvarkė (2 diena)

9:30 – 10:00	Registracija, komandų formavimas, komandų kapitonų rinkimas Pasitikimo kava
10:00 – 10.35	Įvadinė sesija Įvadas į žaidimą/ 10' Komandų pristatymai / 25'
10.35 – 12:00	1 sesija Trumpa verslo situacijos užduotis 1 / 10' Verslo aprašymo informacijos pateikimas / 10' Ilgos verslo užduoties sprendimas, diskusijos ir pristatymai / 1 val 5'
12:00 – 12:20	Kavos pertraukėlė
12:20 – 13:30	2 sesija Trumpa verslo situacijos užduotis 2 / 10' Ilgos verslo užduoties sprendimas, diskusijos ir pristatymai / 1 val
13:30 – 14.20	Pietūs
14.20 – 15:30	3 sesija Trumpa verslo situacijos užduotis 2 / 10' Ilgos verslo užduoties sprendimas, diskusijos ir pristatymai / 1 val 5'
15.30 – 16:30	Renginio uždarymas Galutiniai įvertinimai, nugalėtojų paskelbimas Žaidimo vertinimas

2 pav. Antros seminaro „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“ dienos darbotvarkė

2) Tikslinės grupės atstovai, jų pritraukimas ir registracija

Pirmojo seminaro Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“ sėkmei užtikrinti itin svarbu pritraukti tikslinės grupės atstovų, kurie dalyvaus seminare.

Likus maždaug mėnesiui iki suplanuotos datos, būtina paskelbti pirmąjį pranešimą apie renginį organizacijos interneto svetainėje ir „Facebook“ paskyroje. Skelbime turi būti aiškiai nurodyta renginio vieta ir data, dalyvių skaičius, kalba, kuria bus vedamas renginys, dalyvių registracijos metodai. Šiuo atveju rekomenduojama paprašyti potencialių dalyvių nurodyti el. pašto adresą ir telefono numerį.

Būtina patvirtinti dalyvių registraciją ir atsakyti į pateiktus klausimus. Atsižvelgiant į tikslinės grupės specifiką, patariama susisiekti su dalyviais dar kartą likus keletui dienų iki renginio. Savivaldybių departamentai, verslo inkubatoriai ir verslo plėtros centrai, užimtumo tarnybų padaliniai, profesinio mokymo įstaigos, mokymosi visą gyvenimą įstaigos ir NVO, kurių tikslas – spręsti tikslinės grupės atstovams aktualias problemas, gali būti panaudoti kaip papildomi komunikacijos kanalai TGA pasiekti.

Socialiniai tinklai, kaip antai specializuotos grupės „Facebook“ ir atskiros interneto svetainės, taip pat veiksmingi būdai šiuo atveju pasiekti tikslią auditoriją.

Rekomenduojama sukurti priešpensinio amžiaus žmonėms skirtą failą (duomenų bazę) ir nuolat atnaujinti informaciją jame.

3) Pakvieskite tinkamus žmones: renginio pranešėjai ir jų sėkmės istorijos

Pagal pirmojo seminaro tikslą, į antrąjį užsiėmimą pasidalyti patirtimi su renginio dalyviais turėtų būti pakviesti du priešpensinio amžiaus žmonės, sukūrę arba sėkmingai išplėtoję savo verslą. Pranešėjai pristato savo sėkmės istorijas ir atsako į renginio dalyvių klausimus pokalbio (arba asmeniškios ir interaktyvios diskusijos) formatu.

Ruošiantis renginiui, rekomenduojama atidžiai apsvarstyti ir sudaryti preliminarųjį ir galutinį pranešėjų sąrašą. Viena vertus, kad TGA nebūtų perkrauti informacija, nereikėtų kviešti daugiau kaip du verslininkus. Kita vertus, TGA reikia pakankamai išsamios informacijos juos dominančiais klausimais.

Planuojant kalbų seką, atkreiptinas dėmesys, kad pageidaujama pakviesti tokius pranešėjus, kurie geba pasakoti kuo įdomiau ir interaktyviau, kurių pranešimus geriausiai galima iliustruoti konsoliduotos ataskaitos „Verslo knyga“ prielaidomis ir išvadamis.

Pranešėjais galima kviešti tiek įgyvendinant „Metas imtis verslo“ projektą vykdytos apklausos dalyvius, tiek žmones, surastus per verslo plėtros ir paramos centrus, savivaldybes, publikacijas žiniasklaidoje, socialinius tinklus ar asmenines pažintis. Patariama kreiptis į potencialius pranešėjus su kvietimu dalyvauti renginyje likus mažiausiai mėnesiui iki renginio (pageidautina – prieš 2 mėnesius).

Renginio organizatoriams rekomenduojama susitikti su pranešėjais iš anksto ir taip paruošti juos sėkmingam pristatymui pirmajame seminare:

paiškinti pasisakymo tikslus ir uždavinius, temas, pristatymo programą, pateikti tikslinės auditorijos poreikius ir charakteristikas. Taip pat galima bendrauti telefonu arba internetu.

Jeigu pranešėjo kalbą reikės versti, tai būtina suderinti su juo iš anksto.

4) Pakvieskite tinkamus žmones: renginio ekspertai

Išoriniai ekspertai yra patyrę verslininkai, švietimo įstaigų atstovai arba žmonės, sėkmingai vadovaujantys neseniai įkurtoms bendrovėms. Jie dalyvauja pirmojo seminaro „antrąją dieną rengiamame verslo modeliavimo žaidime“.

Rekomenduojama likus mažiausiai mėnesiui iki renginio (pageidautina – prieš 2 mėnesius) pakviesti jame dalyvauti du ekspertus iš skirtingų ekonomikos sektorių, kurie tinkamiausi priešpensinio amžiaus žmonėms pradėti ir vystyti verslą. Ekspertai turėtų gebėti greitai analizuoti verslo idėjas ir įvertinti jų vystymo potencialą, objektyviai ir pozityviai išsakyti savo nuomonę ir komentarais paskatinti tolesnę diskusijos su tikslinės auditorijos atstovais raidą. Sudarant ekspertų sąrašą, naudojamosi tiek asmeniniais, tiek socialinių partnerių kontaktais bei iš savivaldybių, verslo asociacijų (NVO), verslo plėtros ir paramos centrų ir kt. gauta informacija. Vėliau su šiais asmenimis susisiekiama el. paštu ir telefonu, per „WhatsApp“ ar „Viber“ arba organizatoriai susitaria dėl asmeniškio susitikimo. Organizatoriai paaškina ekspertams verslo modeliavimo žaidimų esmę, pateikia informacijos apie tikslinę grupę, aptaria dalyvavimą seminare, aspektus, kurie turėtų būti akcentuoti renginyje ir į kuriuos atkreiptinas dėmesys, patvirtina darbotvarkę, instruktuoja ekspertus ir atsako į galimai kilusius klausimus.

5) Pritraukite tinkamus žmones: priimantys verslininkai

Pirmojo seminaro pirmosios dienos trečioje sesijoje planuojama apsilankyti įmonėje, kurią įkūrė ir verslą joje sėkmingai plėtoja priešpensinio amžiaus žmonės.

Rekomenduojama pradėti ruošti šiai veiklai likus 2 mėnesiams iki renginio. Verslininkų, kurie galėtų priimti seminaro dalyvius, galima rasti per asmeninius ryšius, socialinius partnerius, savivaldybes, verslo vystymo ir paramos centrus, inkubatorius, masinės žiniasklaidos priemonėse skelbiamoje informacijoje. Organizatoriai turi susisiekti su verslininkais telefonu (el. paštu), iš anksto papasakoti apie renginį, TGA vizito įmonėje tikslą ir turinį, o taip pat paaiškinti, kuo dalyvavimas seminare bus naudingas jiems patiems (publikacijos renginio organizatoriaus interneto svetainėje, spaudoje, skleidžiama informacija apie bendrovę ir jos produktus organizatoriaus paskyroje „Facebook“, asmeniniuose išvykos dalyvių – tikslinės auditorijos atstovų puslapiuose socialiniuose tinkluose ir t. t. Pasiruošimo etape taip pat būtina apgalvoti atsarginius variantus, jeigu verslininkas paskutinę minutę atšauktų vizitą į savo įmonę.

Renkantis įmonę, rekomenduojama atsižvelgti į šiuos aspektus:

- įmonės vieta. Būtina apgalvoti vizito maršrutą, įvertinant tai, kad bendra 3-iosios sesijos trukmė neviršytų numatyto laiko (2 val. 30 min.);
- galimybė vietoje patogiai tilpti visiems seminaro dalyviams;
- verslininko verslo atvejo turinys, kurį galima aiškiai parodyti (ilustruoti) vietoje;
- verslininko gebėjimas įdomiai pristatyti savo verslą, jo sąlygas,

galimybes ir tolesnes plėtros perspektyvas.

Preliminariai susitarus, seminaro organizatoriams rekomenduojama iš anksto apsilankyti verslininko įmonėje ir susipažinti su galimybėmis vietoje iliustruoti verslą, kartu parengti vizito planą, numatyti svarbiausius jo akcentus ir dėl jų susitarti.

Likus 2 savaitėms iki renginio, patariama vėl apsilankyti pas verslininką ir kartu aptarti vizito scenarijų bei galimus tikslinės auditorijos atstovų klausimus.

6) Pritraukite tinkamus žmones: moderatorius ir jo asistentai

Vedant pirmąjį seminarą, pirmąją dieną pirmojoje ir antrojoje sesijose, o taip pat visą antrąją dieną (verslo modeliavimo žaidime) dalyvauja moderatorius ir jo asistentai. Seminaro sėkmei užtikrinti svarbu pasirinkti tinkamą moderatorių ir, jei būtina, asistentus. Moderatorius gali būti arba organizacijos / suinteresuotųjų šalių atstovų komandos narys, arba pakviestas su organizacija nesusijęs žmogus. Jis turi būti susipažinęs su renginio formatu, jame aptariamomis problemomis ir užduotimis, pranešėjais ir jų pristatymais, o taip pat verslo modeliavimo žaidimo tikslais ir turiniu. Be to, moderatorius turi suprasti TGA psichologinį portretą ir jų problemas. Kiekvienai seminaro dienai galima kviesti skirtingus moderatorius. Moderatorius turi vesti renginį pagal sudarytą darbotvarkę. Pirmąją dieną moderatorius privalo aktyviai bendrauti su abiem pranešėjais ir seminaro dalyviais, įtraukdamas juos į diskusiją, laikytis verslo etiketo ir vesti renginį įdomiai ir įsimintinai, demonstruodamas humoro jausmą.

Antrąją dieną moderatorius įdomiai veda žaidimą pagal parengtą planą,

įtraukia tikslinės auditorijos atstovus į aktyvų dalyvavimą, atsako į jų klausimus, įtraukia ekspertą. Renginio sėkmė labai priklauso nuo moderatoriaus profesionalumo ir charizmos lygio, gebėjimo rasti bendrą kalbą su dalyviais, sukurti draugišką ir atpalaiduojančią atmosferą. Organizatoriai prieš renginį turi surengti būtinus mokymus ir pateikti instrukcijas moderatoriui ir jo asistentams, taip siekiant užtikrinti sklandžią renginio eigą.

7) Pritraukite tinkamus žmones: teisėjų komisija

Seminaro antrąją dieną verslo modeliavimo žaidime turi dalyvauti teisėjų komisija. Ją sudaro 3 nariai. Komisijai vadovauja pirmininkas, kuris laisva forma renkamas iš jos narių. Į teisėjų komisiją galima kviesti patyrusius verslininkus, verslo plėtros ir paramos centrų, inkubatorių, švietimo įstaigų ir mokymosi visą gyvenimą centrų atstovus. Organizatoriai iš anksto supažindina komisijos narius su žaidimo dalyvių atsakymų ir pristatymų vertinimo kriterijais, o taip pat paaiškina vertinimo formų pildymo taisykles.

Teisėjų komisija vertina trumpos tekstinės užduoties sprendimus ir užduotis / pristatymus kiekvienos iš trijų darbo sesijų (1 – 3) pabaigoje ir skiria balus pagal pateiktą skalę specialiose vertinimo formose. Baigus žaidimą, komisija susumuoja rezultatus ir kartu su organizatoriumi nustato laimėtojus. Vertindama rezultatus, komisija atsižvelgia į tokius veiksnius kaip gebėjimas veiksmingai priimti sprendimus komandoje, loginis mąstymas, verslo procesų pagrindų supratimas, verslo situacijų strateginis matymas ir jų tolesnis vystymas, visų komandos narių dalyvavimas žaidime, komunikacija, pristatymų kūrybiškumas, naujoviškumas ir originalumas.

Parengta tokia užduočių vertinimo skalė:

Trumpa tekstinė užduotis:

- kūrybiškumas – maks. 3 balai;
- loginis mąstymas – maks. 3 balai;
- situacijos supratimas – maks. 2 balai.

Vertinimo kriterijų aprašymas pateiktas toliau lentelėje

Vertinimo kriterijus	Balai		
	1	2	3
Kūrybiškumas	Mažai kūrybiškumo	Keletas kūrybiškų idėjų	Itin kūrybiškas požiūris
Loginis mąstymas	Žemas	Vidutiniškas	Puikus
Situacijos supratimas	Žemas	Geras	

2 lentelė. Vertinimo kriterijų aprašymas

1-3 užduotys:

- strateginis požiūris – maks. 5 balai;
- galimų verslo scenarijų numatymas – maks. 5 balai;
- komunikavimo įgūdžiai – maks. 5 balai;
- pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas – maks. 5 balai.

Nepaisant to, kad 1–3 užduotys turi 3–4 pateiktus atsakymo variantus, jais tik nustatoma tolesnio samprotavimo

kryptis. Žaidėjai gali laisvai koreguoti arba sujungti sprendimo kryptis arba pateikti savo sprendimą. Komandos privalo pagrįsti savo sprendimą stipriais argumentais ir gerai apmąstytu veiksmų planu. Toks požiūris leidžia įvertinti kūrybiškumą tiek laikantis nustatytos krypties, tiek ir ne.

Vertinimo kriterijų aprašymas pateiktas toliau lentelėje.

Vertinimo kriterijus	Balai				
	1	2	3	4	5
Strateginis požiūris	Prastas	Neblogas, bet reikia tobulinti	Geras	Labai geras	Puikus
Galimų verslo scenarijų numatymas	Prastas verslo vystymosi scenarijų numatymas	Šiokia tokia vizija yra, tačiau ne visi įsivaizduojami scenarijai paremti įrodymais	Geras gebėjimas apibrėžti verslo vystymosi scenarijus, tačiau stinga verslininkystės žinių	Geras gebėjimas apibrėžti verslo vystymosi scenarijus ir pagrįsti juos įrodymais	Puikus gebėjimas numatyti keletą verslo scenarijų
Komunikacijos įgūdžiai	Prasti	Neblogi, tačiau reikia tobulinti	Geri	Labai geri	Puikūs
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas	Stinga kūrybiškumo ir naujoviškumo arba jų lygis labai žemas	Keletas naujų kūrybiškų idėjų	Keletas naujų ir kūrybiškų idėjų, tačiau ne visos realistiškos	Keletas naujų, kūrybiškų ir realistiškų idėjų	Visiškai kūrybiškas ir inovatyvus požiūris

3 lentelė. Vertinimo kriterijų aprašymas

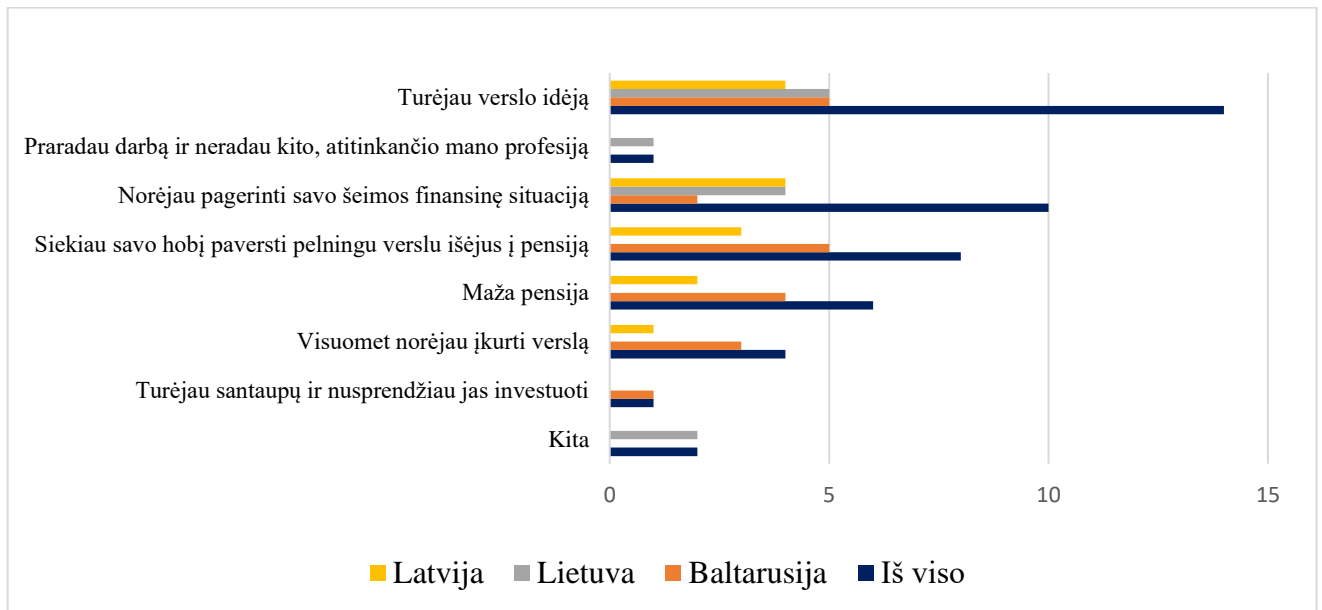
8) Konsoliduotos ataskaitos „Verslo knyga“ pristatymo ruošimas

Svarbus momentas seminaro pirmąją dieną per įžanginę sesiją yra konsoliduotos ataskaitos „Verslo knyga“ pristatymas. Planuojama pristatymui skirti 1 valandą, tačiau patariama rezervuoti 15 minučių šio laiko bendrai diskusijai po pristatymo. Sykiu labai svarbu, kad pranešėjas įtrauktų tikslinės auditorijos atstovus į konkrečių pristatymo pateikčių (aspektų) aptarimą. Rekomenduojama pradėti pristatymą trumpu Latvijoje, Lietuvoje ir Baltarusijoje vykdytos priešpensinio amžiaus žmonių apklausos tikslų ir uždavinių, jos vykdymo laikotarpio ir gautų rezultatų išdėstymu.

Pristatymo įžangoje toliau patariama pateikti tos šalies, kurios atstovai organizuoja seminarą, statistinius duomenis – vyrų ir moterų pensinio amžiaus pokyčių dinamiką per pastaruosius 5 metus, paaiškinti „priešpensinio amžiaus“ koncepciją, pristatyti tokio amžiaus žmonių skaičių šalyje / regione, tikslinės auditorijos užimtumo ir nedarbo lygį. Šiuo atveju rekomenduojama naudoti statistinę informaciją, pateiktą šių rekomendacijų 2 skyriuje. Be to, kiekvienas organizatorius gali išplėsti statistinius duomenis, atsižvelgdamas į savo šalyje ar regione turimą papildomą informaciją. Pageidaujama didžiausią dėmesį pristatyme skirti apklausos rezultatų pateikimui.

Pristatymo pagrindinėje dalyje labiau tinka akcentuoti informaciją apie renginio organizatoriaus šalį. Jei būtina, pranešėjas gali atlikti šios informacijos ir regiono, kuriame buvo vykdyta apklausa, bendrųjų duomenų lyginamąją analizę. Rekomenduojama konstruoti pristatymą vadovaujantis šiais principais:

- Bendrasis verslininkų profilis: verslo steigėjų ir samdomų darbuotojų jų įmonėse skaičius (4 ir 5 klausimai), verslo juridinis statusas (6 kl.) ir veiklos sritis (7 kl.), verslininko išsilavinimas (11 kl.) ir amžius, kada jie pradėjo verslą (12 kl.).
- Be to, pageidautina pristatyti konkrečias šalies verslininkų istorijas. Būtina pateikti informaciją apie kiekvieno apklausos dalyvio verslo esmę (8 kl.), jo sprendžiamas strategines ir kasdienes užduotis (9 kl.), verslo sąsajas su jo ankstesne profesine veikla (13 kl.), motyvaciją tapti verslininku (15 kl.) ir kaip kilo verslo idėja (16 kl.).
- Tolesnėse pateiktyse turėtų būti pristatomas bendras (visų) šalies respondentų atsakymų vaizdas: motyvacija tapti verslininku (15 kl.), verslo idėjos šaltinis (16 kl.), kaip jie gavo informacijos apie savo verslo valdymą (17 kl.), ar turi verslo planą (18 kl.), mentorių/ konsultantų pagalba (19 kl.), jausmai verslo pradžioje (20 kl.), šeimos ir draugų palaikymas (21 kl.), žinių ir įgūdžių trūkumas verslo pradžioje (22 kl.), finansinių išteklių pritraukimas (26 kl.).
- Toliau rekomenduojama grįžti prie konkrečių verslininkų istorijų ir pateikti atsakymus į šiuos klausimus apie kiekvieną jų: problemos/ sunkumai, su kuriais jie susidūrė verslo pradžioje (24 kl.), tipinės situacijos verslo pradžioje (27 kl.), nesėkmės versle (29 kl.).
- Baigiamojoje pristatymo dalyje pageidautina pateikti bendrus atsakymus į šiuos klausimus, pagrindiniai vidiniai ir išoriniai veiksniai, kurie šiuo metu prisideda prie jų verslo plėtros arba ją riboja (32 ir 22 kl.); kas įkvepia apklausoje dalyvavusius verslininkus judėti į priekį (34 kl.).



3 pav. Dalies apklausos dalyvių atsakymai į 15 klausimą „Motyvacija tapti verslininku“.

9) Verslo modeliavimo žaidimo aprašymas

Pirmojo seminaro visa antroji diena skiriama verslo modeliavimo žaidimui, kitaip dar vadinamam verslo simuliacinio žaidimu. Organizatoriai kviečiami pasirinkti vieną iš trijų įgyvendinant „Metas imtis verslo“ projektą sukurtų verslo modeliavimo žaidimų, kurie pateikti prieduose. Sykiu pažymėtina, kad organizatoriai gali pasirinkti 3 trumpas tekstines užduotis iš skirtingų žaidimų, kadangi jos nesusijusios tarpusavyje arba su kiekvieno žaidimo pagrindine verslo veikla. Žaidimas susideda iš 3 sesijų. Pirmoji sesija pradedama trumpa tekstine užduotimi. Visos komandos tuo pačiu metu 3 minutes aptaria užduotį, o tada jų kapitonai vos per 1 minutę pristato atsakymą.

Toliau, per pirmąją sesiją, dalyviai susipažįsta su informacija apie pateiktos įmonės verslą ir aptaria ją komandose (10 min.). Tada visos komandos gauna užduotį su pridėtais 4 galimais atsakymais. Komandos gali paruošti vieno iš šių atsakymų arba jų derinio

pagrindimą arba pasiūlyti savo sprendimą. Komandos aptaria užduotį, ruošia pristatymus ir pateikia rezultatus kitiems dalyviams. Komandiniam darbui skiriama maždaug 1 valanda.

Antroji ir trečioji sesijos vykdomos panašiu formatu pagal tą patį verslo aprašymą: komandos sprendžia trumpą užduotį ir tada atitinkamai 2 ir 3 ilgąją užduotį.

Kad verslo modeliavimo (simuliaciniai) žaidimai vyktų sėkmingai, organizatoriams patariama parengti pristatymą, kuriame žingsnis po žingsnio pristatoma dienos darbotvarkė, informacija apie verslą ir atliktinos užduotys.

10) Vertinimo formų apibendrinimas

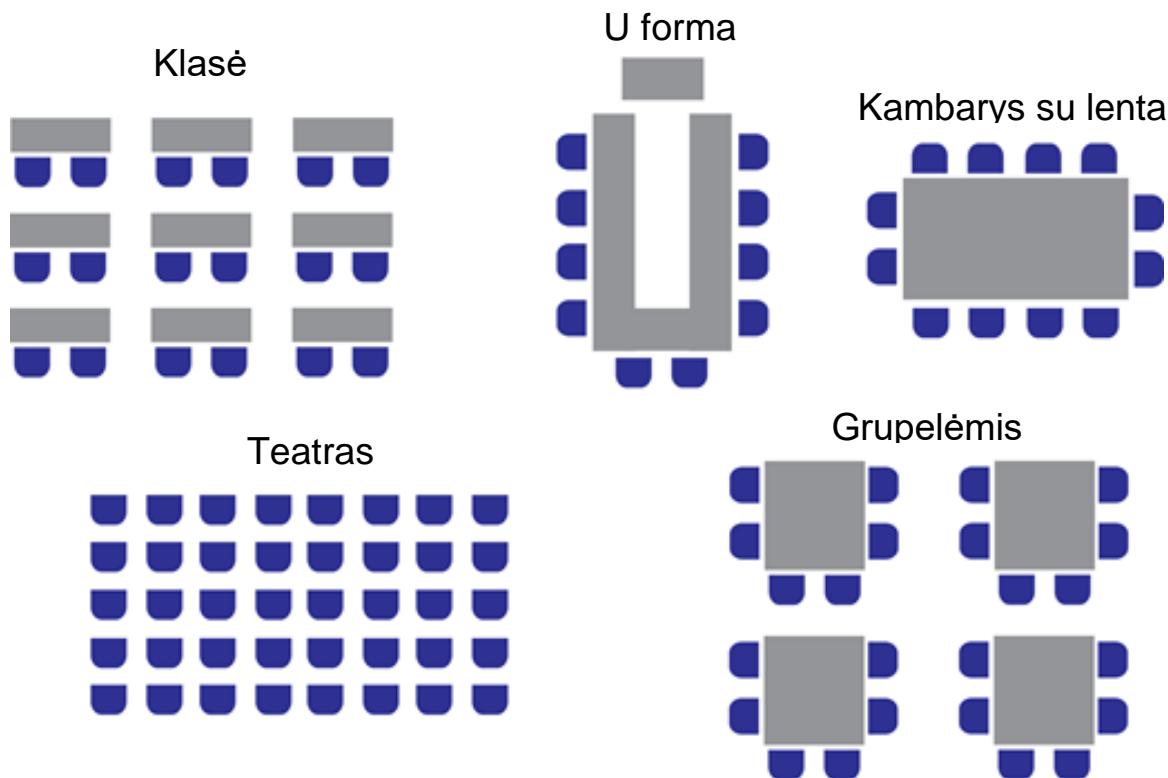
Renginio organizatorius turi galimybę parengti ataskaitą apie visų renginio dalyvių užpildytas vertinimo formas. Ataskaitoje pateikiamas vidutinis kiekvieno formoje pateikto klausimo įvertis, o taip pat reikšmingiausi komentarai.

11) Renginio organizaciniai klausimai

Organizaciniai klausimai turi būti derinami atsižvelgiant į tai, kad seminaras trunka dvi dienas.

Renginio organizatorius turi iš anksto pagalvoti apie tinkamo dydžio patalpą ir galimą stalų išdėstymą kiekvienai renginio dienai. Renginys gali vykti ir toje pačioje patalpoje, tačiau pirmąją dieną stalai turėtų būti sustatyti

pagal teatro arba klasės schemą (žr. 4 pav.), o antrąją dieną – grupelėmis, kad kiekviena komanda turėtų atskirtus stalus (maks. 6 asmenims). Patalpos priekyje pirmąją renginio dieną pageidaujama pastatyti 2 staliukus pranešėjams ir moderatoriui / asistentams. Antrąją dieną taip pat prireiks 2 staliukų ekspertams ir moderatoriui / asistentams, o taip pat stalo trims teisėjų komisijos nariams.



4 pav. *Seminaro patalpos planų pavyzdžiai*

Organizatorius užtikrina visą reikalingą įrangą ir priemones (lentą su verčiamais popieriaus lapais (jų turi būti pakankamai), po 1 spalvotų žymeklių (juodos, mėlynos, raudonos ir žalios spalvos) komplektą kiekvienai komandai, pasirūpina maitinimu.

Organizatorius turi sudaryti seminaro dalyvių sąrašą su jų kontaktiniais duomenimis ir vieta parašui. Visiems dalyviams paruošiami

ženkleliai su vardais ir trumpa informacija (pranešėjo arba eksperto, tikslinės auditorijos atstovo organizacija). Be to, būtina turėti keletą tuščių ženklelių, jeigu kartais pasikeistų dalyviai.

Organizatorius turi pasiruošti korteles burtams traukti, kai bus formuojamos komandos. Burtai traukiami per dalyvių registraciją į renginį. Be to, organizatorius turi pasiruošti priemones

komandų kapitonų rinkimams (kai komandai nepavyksta pačiai išsirinkti kapitono, traukiami burtai). Šis burtų traukimas prireikus atliekamas renginio antrosios dienos rytą.

Patariama per registraciją padalyti atspausdintą darbotvarkę visiems renginio dalyviams. Be to, būtina pasiruošti vertinimo formas, popierių ir rašiklius užrašams. Vertinimo formos pateiktos prieduose.

Organizatorius turi iš anksto apgalvoti, kaip dalyviai pirmąją dieną bus vežami į išvyką, ir užsakyti patogų transportą. Be to, būtina pasirūpinti prizais komandoms (bent vienai komandai), kurie skiriami už verslo modeliavimo (simuliacinio) žaidimo rezultatus.

Per renginį rekomenduojama padaryti tiek pranešėjų, tiek tikslinės grupės atstovų nuotraukų. Nuotraukos gali tapti puikiomis viešos informacijos apie renginį iliustracijomis. Prieš renginį būtinai pasirūpinkite dalyvių sutikimu fotografuoti.

12) Seminaro „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“ vedimas

1 diena

Registracija

Seminaro dalyviai renkasi, registruojasi pasirašydami parengtame sąrašė, gauna ženklelį su savo vardu ir komandos, kuriai jie priklausys 2 dieną žaisdami verslo modeliavimo (simuliacinį) žaidimą, numerį (ištraukiamas burtų keliu). Jeigu renginio pradžioje stalai sustatyti pagal teatro arba klasės schemą, dalyviai sėdasi į bet kurią laisvą vietą.

1 sesija

Moderatorius pasveikina seminaro dalyvius iš 3 šalių ir palinki jiems darbingos dienos, naujų idėjų ir kontaktų, o taip pat pristato asistentą (-us), kuris (-ie) padės vesti seminarą. Tada organizatorius pasiūlo projekto tikslinei auditorijai tinkamiausią veiklą, kurią galima rinktis nuo paprasčiausio iki sudėtingiausio varianto.

Pavyzdžiui, kiekvienam dalyviui galima pasiūlyti pirmiausia paklausti savo kaimynų, ką jie mėgsta valgyti per pusryčius ir kokie ledai jiems patinka. Su tinkama moderatoriaus pagalba ši veikla gali paskatinti aktyvų ir platų dalyvaujančių asmenų bendravimą. Organizatorius pasirūpina, kad būtų trumpai pristatytas projektas „Metas imtis verslo“. Tada moderatorius pakviečia pranešėją pristatyti konsoliduotą ataskaitą „Verslo knyga“. Moderatorius ir asistentai pagyvina pranešimą komentarais ir klausimais, o taip pat įtraukia į jo aptarimą visus renginio dalyvius.

2 sesija

Moderatorius paeiliui pakviečia du pranešėjus, kurie pradėjo verslą būdami priešpensinio amžiaus ir yra pasirengę papasakoti seminaro dalyviams savo sėkmės istoriją. Moderatorius užduoda pranešėjams klausimus pokalbio forma ir skatina aktyviai domėtis visus renginio dalyvius.

Paskutinėje užsiėmimo dalyje moderatorius surengia bendrą diskusiją apie savo verslą priešpensiniame amžiuje.

3 sesija

Organizatorius surengia išvyką į vieną ar dvi įmones, su kuriomis buvo

susitarta iš anksto. Nuvykus verslininkai supažindina seminaro dalyvius su verslu ir atsako į jų klausimus. Moderatorius organizuoja bendrą diskusiją.

2 diena

Registracija

Žaidimo dalyviai renkasi ir sėdasi bet kurioje vietoje prie konkrečių stalų su jų komandos numeriu. Stalai turi būti sustatyti grupelėmis. Žaidėjai išsirenka komandų kapitonus.

Įžanginė sesija

Per šią sesiją moderatorius paprašo žaidėjų susigalvoti komandos pavadinimą ir šūkį bei parengti įdomų ir galimai linksmą komandos narių pristatymą. Šios užduoties tikslas yra „pralaužti ledus“ ir padėti dalyviams susipažinti.

Ši sesija trunka 25 minutes: 7 minutės komandiniam darbui ir 3 minutės kiekvienos komandos prisistatymui.

1 sesija

Pirmosios sesijos pradžioje moderatorius pateikia žaidėjams trumpą tekstinę užduotį (Nr.1). Dviem–šešiomis teksto eilutėmis nupasakojama neįprasta situacija atitinkamoje verslo srityje, ir pateikiamas klausimas: ką darytumėte jūs? Kadangi užduotis ganėtinai lengva, nereikia daug laiko jai išspręsti, ja siekiama sukurti draugišką ir atvirą atmosferą žaidžiant žaidimą, o taip pat priminti žaidėjams apie būtinybę mąstyti logiškai ir kūrybiškai. Atsakymus žodžiu pateikia komandų kapitonai.

Pateikti šios užduoties atsakymus skiriama 10 minučių: 3 minutės diskusijoms komandose ir po 1 minutę komandų kapitonams pristatyti atsakymus.

Tada komandos gauna aiškinamosios informacijos apie verslą, kurį analizuos per žaidimą. Dokumente aprėpiamos tokios sritys, kaip aplinka, kurioje įmonė veikia, siūlomi produktai arba paslaugos, darbuotojai ir jų pareigos, verslo modelis, klientai ir partneriai, finansiniai duomenys. Komandoms skiriama 10 minučių susipažinti su informacija; per šį laiką jos gali užduoti klausimus moderatoriui, jo asistentams ir (arba) ekspertui.

Po to komandos gauna 1 užduotį su iššūkiu, su kuriuo šiuo metu susiduria verslas, aprašymu ir 4–5 sprendimo būdais, t.y. 4–5 tolesnės verslo plėtros galimybėmis. Užduotis sprendžiama komandiniu būdu; tai reiškia, kad diskusijose, kurias veda komandų kapitonai, dalyvauja visi komandų nariai.

Žaidimo dalyviai aptaria visus galimus verslo veiksmus ir po nuodugnios diskusijos komandoje pasiūlo sprendimą, pasirinkdami vieną arba daugiau atsakymo variantų. Be to, komandos gali pateikti ir savus sprendimo variantus. Per diskusiją kiekviena komanda parengia pristatymą dideliuose popieriaus lapuose ir pristato jį visiems susirinkusiems. Kapitonai gali pristatyti rezultatus patys arba pasitelkti kitus komandos narius. Pristatymai turi būti parengti popieriuje ir pateikti moderatoriui, siekiant užtikrinti, kad žaidėjai nekopijuotų vieni kitų pristatymų. Visoms komandoms pristačius savo atsakymus, ekspertai aptaria pasiūlytus sprendimus, o žaidėjai dalyvauja atviroje diskusijoje apie pristatymus. Teisėjų komisija susumuoja ir paskelbia sesijos rezultatus.

Užduočiai skiriama 50 minučių: 25 minutės diskusijoms komandose ir po 4 minutes kiekvienos komandos pristatymui. Eksperto komentarams ir bendrai diskusijai skiriama 15 minučių. Bendra sesijos trukmė yra 1 val. 25min.

2sesija

Antrosios sesijos formatas yra toks pat, kaip pirmosios, tik praleidžiama aiškinamoji informacija, kuri žaidime pateikiama tik kartą ir yra bendra visoms pateikiamoms užduotims.

Atsakymams į trumpą tekstinę užduotį pateikti skiriama 10 minučių. Antrajai užduočiai skiriama 50 minučių: 25 minutės diskusijoms komandose ir po 4 minutes kiekvienos komandos pristatymui. Eksperto komentarams ir bendrai diskusijai skiriama 15 minučių. Bendra sesijos trukmė yra 1 val. 15 min.

3 sesija

Trečioji sesija pradeda trumpa tekstine užduotimi. Po to pateikiama trečioji užduotis, kuri turėtų būti sprendžiama „pasaulio kavinių“ metodu. Šio metodo esmė tokia: kiekvienas iš šešių staliukų gauna temą diskusijai / spręstiną problemą. Komandų kapitonai automatiškai prisiima „kavinės šeiminkų“ vaidmenį ir per visą sesiją lieka prie savo staliukų. Kiti žaidėjai po kiekvieno raundo, kuris trunka keturias minutes, pereina nuo vieno staliuko prie kito. Grupei susėdus prie naujo staliuko, kavinės šeiminkas pirmiausia papasakoja, apie ką diskutavo ankstesnė grupė, kokios idėjos buvo pristatytos ir kokie buvo priimti sprendimai. Diskusija toliau tęsiama nuo šio taško. Po šešių raundų komandos grįžta prie savo staliukų ir kartu su komandų lyderiais rengia pristatymus.

Toks metodas leidžia pasinaudoti vieni kitų idėjomis ir generuoti daugybę sprendimų.

Po komandų pristatymų, ekspertas pakomentuoja pasiūlytus sprendimus, visi žaidėjai įsitraukia į atvirą diskusiją apie pristatymus, teisėjų komisija apibendrina ir paskelbia sesijos rezultatus.

Trumpai tekstinei užduočiai skiriama 10 minučių. Trečiajai užduočiai skiriama 1 val. 10 min.: 24 minutės 6 diskusijoms su kavinių šeiminkais, 10 minučių pristatymui parengti ir po 4 minutes kiekvienam pristatymui pristatyti. Eksperto komentarams ir bendrai diskusijai skiriama 10 min. Bendra sesijos trukmė – 1 val. 20 min.

Baigiamoji sesija

Teisėjų komisija apibendrina ir pateikia žaidimo rezultatus. Organizatorius apdovanoja vieną ar daugiau laimėtojų. Moderatorius padėjo visiems renginio dalyviams.

Organizatorius padalija vertinimo formas ir paprašo jas užpildyti.

3.3. Veikla po renginio

Po seminaro svarbu patraukliai paskelbti informaciją „Facebook“ ir (arba) renginio organizatorių interneto svetainėse.

Renginio organizatorius parengia užpildytų vertinimo formų apibendrinimą, kuriame pateikia vidutinius kiekvieno formoje pateikto klausimo įverčius, o taip pat reikšmingiausias komentarus.

Be to, rekomenduojama išsiųsti padėkas ir nuotraukų pranešėjams ir ekspertams. Renginio organizatoriai parengia savo išvadas ir rekomendacijas seminarui tobulinti.

4. ANTRASIS SEMINARAS „REALIZUOK SAVE VERSLE“

4.1. Bendras seminaro „Realizuok save versle“ aprašymas

Seminaro „Realizuok save versle“ tikslas yra paskatinti priešpensinio amžiaus žmonių verslumą, plėtoti jų ryšius su bendraminčiais ir ugdyti tokius įgūdžius kaip gebėjimas generuoti idėjas ir analizuoti, planuoti verslo vystymą, kurti bendrąsias ir rinkodaros strategijas ir vykdyti veiksmingą komunikaciją, verslininkiškas požiūris ir sisteminis mąstymas.

Igyvendinant projektą, vienos dienos trukmės antrasis seminaras surengtas vienas kartą mišriu formatu (internetu + gyvai). Renginio trukmė yra 6–7 valandos.

Renginyje dalyvauja 45 tikslinės auditorijos atstovai iš skirtingų šalių, iš Latvijos, Lietuvos ir Baltarusijos, po 15 žmonių iš kiekvienos šalies. Kiekvienas organizatorius į renginį pakvietė ir bedarbių.

Antrąjį seminarą sudaro trys užsiėmimai.

1 sesija: internetu. Per šį užsiėmimą 15 kiekvienos šalies atstovų, moderatorius ir asistentas (ai) susirenka vienoje patalpoje ir per bendrą tinklą susijungia su likusiais renginio dalyviais.

P. S. Jeigu pandemine situacija šalyje neleidžia dalyviams susirinkti vienoje vietoje, organizatoriams rekomenduotina užtikrinti palankiausią tikslinės grupės atstovų dalyvavimo būdą

(įskaitant individualų kiekvieno dalyvio jungimąsi prie tinklo).

Per pirmąjį užsiėmimą po vieną tikslinės auditorijos atstovą iš kiekvienos šalies, kuris turi galimybių pradėti verslą, paeiliui pristato savo verslo idėją likusiems dalyviams ir atsako į moderatorių bei seminaro dalyvių iš visų trijų šalių klausimus. Užsiėmimas užbaigiamas kiekvienos šalies ekspertų, kurie pateikia trumpą nuomonę apie verslo idėjas, pasisakymais.

2 sesija rengiama gyvai, atskirai kiekvienoje šalyje. Ją sudaro dvi dalys. Pirmojoje dalyje seminaro dalyviai iš kiekvienos šalies aptaria savo atstovo ir kitų dviejų šalių atstovų verslo idėjas. Savo šalies atstovas taip pat gali dalyvauti bendroje diskusijoje ir atsakyti į papildomus klausimus. Antrojoje šio užsiėmimo dalyje seminaro dalyviai kiekvienoje šalyje traukiant burtus padalijami į 3 komandas ir išsirenka komandos kapitoną. Kiekvienam kapitonui priskiriama per pirmąjį seminaro užsiėmimą pateikta viena iš idėjų. Darbas vyksta „pasaulio kavinės“ metodu. Šiuo atveju komandų kapitonai yra staliukų šeimininkai ir kiekvienas jų atsako už vienos iš verslo idėjų raidos scenarijų (teigiamų ir neigiamų) parengimą. Po diskusijos komandos susitinka su kapitonu ir parengia konkrečios jiems skirtos verslo idėjos pristatymą. Kiekvienoje šalyje ekspertas aktyviai dirba su tikslinės auditorijos atstovais ir teikia jiems rekomendacijas.

3 sesija vėl organizuojama internetu. Visi seminaro dalyviai jungiasi į tinklą. Savo ruožtu komandos, kurios buvo atsakingos už jų gimtosios šalies

verslininko pateiktos verslo idėjos išvystymą, surengia pristatymus. Dviejų kitų šalių komandos, kurios irgi dirbo su šia verslo idėja, papildo pirmąjį pristatymą, akcentuodamos galimybę išplėtoti idėją bendradarbiavimą per sieną vykdytųjų šalių regione. Išsamiai aptarus kiekvieną verslo idėją, savo nuomonės išsako visų šalių ekspertai.

4.2. Pasiruošimas antrajam seminarui „Realizuok save versle“

1) Renginio darbotvarkės sudarymas

Pavyzdinė renginio darbotvarkė pateikiama žemiau, 5 pav..

Darbotvarkė

9:30 – 10:00	Registracija, pasitikimo kava
10:00 – 11:30	1 sesija / nuotoliniu būdu Renginio atidarymas, projekto „Metas imtis verslo“ pristatymas /10’ Dalies „Realizuok save versle pristatymas“ / klausimai ir atsakymai / 20’ Verslo idėjų pristatymas. Trijų šalių atstovai. Klausimai ir atsakymai Bendra diskusija / Ekspertų įžvalgos (3 šalys)
11:30 – 12:00	Kavos pertraukėlė
12:00 – 13:00	2 sesija / 1 dalis / gyvai Diskusija apie 3 verslo atstovų iš skirtingų šalių idėjas Klausimai ir atsakymai
13:00 – 14:00	Pietūs
14:00 – 15:00	2 sesija / 2 dalis / gyvai Darbas komandose / Pasaulio kavinės metodas Pristatymų ruošimas Ekspertų įžvalgos
15.00 – 16.10	3 sesija / nuotoliniu būdu Verslo idėjų vystymo pristatymas / atstovai iš 3 valdtybių / Klausimai ir atsakymai Bendra diskusija/ Ekspertų įžvalgos (3 šalys)
16:10 – 16.30	Renginio uždarymas
	Vertinimo formų pildymas

5 pav. Pavyzdinė renginio „Realizuok save versle“ darbotvarkė

2) Tikslinės grupės atstovai, jų pritraukimas ir registracija

Antrojo seminaro „Realizuok save versle“ sėkmei užtikrinti itin svarbu pritraukti tikslinės grupės atstovų, kurie

dalyvaus seminare. Likus maždaug mėnesiui iki suplanuotos datos, būtina paskelbti pirmąjį pranešimą apie renginį partnerių ir projekto interneto svetainėse, projekto „Facebook“ paskyroje ir

preliminariai susisiekti su suinteresuotosiomis šalimis.

Skelbime turi būti aiškiai nurodyta renginio vieta ir data, rengimo būdas, dalyvių skaičius, kalba, kuria bus vedamas renginys, dalyvių registracijos metodai. Šiuo atveju rekomenduojama paprašyti potencialių dalyvių nurodyti el. pašto adresą ir telefono numerį. Būtina patvirtinti dalyvių registraciją, paaiškinti renginio organizavimo formą ir atsakyti į pateiktus klausimus. Atsižvelgiant į tikslinės grupės specifiką, patariama susisiekti su dalyviais dar kartą likus keletui dienų iki renginio.

Savivaldybių departamentai, verslo inkubatoriai ir verslo plėtros centrai, užimtumo tarnybų padaliniai, profesinio mokymo įstaigos, mokymosi visą gyvenimą įstaigos ir NVO, kurių tikslas – spręsti tikslinės grupės atstovams aktualias problemas, gali būti panaudoti kaip papildomi komunikacijos kanalai TGA pasiekti. Socialiniai tinklai, pavyzdžiui, specializuotos grupės „Facebook“ ir atskiros interneto svetainės, taip pat yra veiksmingi būdai pasiekti tikslinę auditoriją.

Rekomenduojama sukurti priešpensinio amžiaus žmonėms skirtą failą (duomenų bazę) ir nuolat atnaujinti informaciją jame.

3) Pakvieskite tinkamus žmones: potencialus verslininkas, pristatysiantis verslo idėją

Tikslinės auditorijos atstovas, kuris papasakos antrojo seminaro dalyviams apie potencialią savo verslo idėją ir aktyviai dalyvaus diskusijose 1 ir 2 užsiėmimuose, yra labai svarbus asmuo renginyje. Pranešėjas gali būti potencialus verslininkas, kuris dar tik svarsto galimybę pradėti savo verslą, arba jau dirbantis žmogus, pasirengęs papasakoti apie naujas savo verslo plėtros kryptis.

Renginio organizatoriai gali rasti šį žmogų per paramos verslui ir vystymo centrus, inkubatorius, savivaldybių departamentus, NVO, specializuotas visuomenines grupes arba asmeninius ryšius.

Ruošiantis seminarui, organizatoriams patariama iš anksto su pranešėju aptarti jo verslo idėjos pristatymą, kad jis pasirodytų patrauklus tikslinei trijų šalių auditorijai, ir suteikti galimybę jį patobulinti, įvertinant tarptautinio bendradarbiavimo galimybes.

Pranešėjui rekomenduojama pasiruošti pristatymą „PowerPoint“ formatu arba trumpus vaizdo įrašus, kad būtų galima, jeigu taikytina, pademonstruoti potencialaus verslo objektus.

Pristatyme galima atkreipti dėmesį į šiuos aspektus: verslo idėjos esmė, kodėl ji kilo (poreikiai rinkoje, nusižiūrėta iš kitos srities, nusižiūrėta iš tos pačios srities ir papildyta savais elementais ir t. t.), verslo sąsajos su ankstesne profesine veikla (arba jų nebuvimas), verslo tikslai, rinkos analizė, konkurentai / potencialūs klientai / pirkėjai, turimi ištekliai (įskaitant turta), paslaugų / prekių reklama, komanda ir t. t.

Be to, būtina paruošti pranešėją galimiems renginio dalyvių klausimams per pirmąjį ir antrąjį užsiėmimą, aptarti su juo pageidaujamus atsakymus bei psichologinius bendravimo su renginio dalyviais aspektus. Su pranešėju galima susitikti asmeniškai arba susisiekti telefonu arba internetu.

4) Pakvieskite tinkamus žmones: ekspertai

Seminaro ekspertai yra patyrę verslininkai, aktyvistai, kurie nuolat plėtoja verslo idėjas, verslo inkubatorių atstovai, dirbantys su idėjų generavimu ir

vystymu, lyderiai arba švietimo įstaigų atstovai. Ekspertai dalyvauja visuose antrojo seminaro užsiėmimuose. Per pirmąjį užsiėmimą jie trumpai išsako savo nuomonę apie pranešėjų iš trijų šalių pateiktas verslo idėjas, o antrajame užsiėmime aktyviai bendrauja su tikslinės auditorijos atstovais iš savo šalies, pastariesiems rengiant pristatymus. Trečiajame užsiėmime ekspertai išsako savo nuomonę apie pranešėjų verslo vystymo scenarijus, kuriuos paruošia trijų šalių komandos. Rekomenduojama pakviesti 1–2 ekspertus iš ekonomikos sektorių, kurie geriausiai gali įvertinti pranešėjų nurodytų sričių verslo idėjas. Ekspertai turėtų gebėti greitai analizuoti verslo idėjas ir įvertinti jų vystymo potencialą, aktyviai bendrauti su tikslinės auditorijos atstovais ir padėti jiems patarimais, objektyviai ir pozityviai išsakyti savo nuomonę ir komentarais paskatinti tolesnę diskusijos su tikslinės auditorijos atstovais raidą.

Vėliau su ekspertais susisiekiama el. paštu ir telefonu, per „WhatsApp“ ar „Viber“ arba organizatoriai susitaria dėl asmeniško susitikimo. Organizatoriai paaiškina ekspertams seminaro organizavimo formą ir metodus, pateikia informacijos apie tikslinę grupę, aptaria dalyvavimą seminare, aspektus, kurie turėtų būti akcentuoti renginyje ir į kuriuos atkreiptinas dėmesys, patvirtina darbotvarkę, instruktuoja ekspertus ir atsako į galimai kilusius klausimus.

5) Pritraukite tinkamus žmones: moderatorius ir jo asistentai

Kiekvienas seminaro organizatorius pasitelkia moderatorių ir jo asistentus. Renginio sėkmei užtikrinti svarbu pasirinkti tinkamą moderatorių, ypač įvertinus renginio formatą ir papildomą būtinybę greitai priimti sprendimus,

susijusius su renginio vedimo internetu ir gyvai derinimu.

Moderatorius gali būti projekto komandos narys arba pakviestas iš kitur. Jis turi būti susipažinęs su renginio formatu, jame aptariamomis problemomis, pranešėjais iš trijų šalių ir jų verslo idėjomis. Be to, moderatorius turi suprasti TGA psichologinį portretą ir jų problemas.

Moderatorius turi vesti renginį pagal sudarytą darbotvarkę. Per pirmąjį užsiėmimą jis užduoda klausimus pranešėjams, jiems pristačius savo verslo idėją, ir skatina savo šalies dalyvius įsitraukti į diskusiją. Paskutinėje renginio dalyje moderatorius palaiko savo šalies tikslinės auditorijos atstovus pastabomis ir klausimais per jų pristatymus bei įtraukia juos į bendrą diskusiją. Moderatorius privalo laikytis verslo etiketo ir vesti renginį įdomiai ir įsimintinai, demonstruodamas humoro jausmą.

Renginio sėkmė labai priklauso nuo visų moderatorių profesionalumo ir charizmos lygio, gebėjimo rasti bendrą kalbą su dalyviais iš trijų šalių, sukurti draugišką ir atpalaiduojančią atmosferą. Organizatoriai prieš renginį turi surengti būtinus mokymus ir pateikti instrukcijas moderatoriams ir jų asistentams, taip siekiant užtikrinti sklandžią renginio eigą. Jeigu vedant renginį išskyla kalbos problemų (vertimas), jų sprendimu užsiima moderatoriaus asistentai.

6) Renginio organizaciniai klausimai

Pasiruošimo etape turi būti atsižvelgta į 2 seminaro formatą. Renginio organizatoriai iš kiekvienos šalies turi iš anksto apgalvoti, kokio dydžio patalpa reikalinga, pasirūpinti reikiama įranga ir priemonėmis (dvi lentos su verčiamais popieriaus lapais (jų turi būti pakankamai), po 1 spalvotą

žymeklių (juodos, mėlynos, raudonos ir žalios spalvos) komplektą kiekvienai komandai antrajam užsiėmimui, lipnūs lapeliai) bei maitinimu.

Įvertinus seminaro struktūrą, rekomenduojama numatyti, kad stalų išdėstymas renginio patalpoje būtų keičiamas. Rekomenduojama 1 užsiėmimui ir 2 užsiėmimo pirmajai daliai sustatyti stalus pagal teatro arba klasės schemą (žr. 4 pav.). Patalpos priekyje pageidaujama pastatyti 2 staliukus ekspertui ir moderatoriui / asistentams. Antrojo užsiėmimo antrajai daliai ir trečiajam užsiėmimui per pietų pertrauką stalai sustatomi grupelėmis (žr. 4 pav.) taip, kaip prie kiekvienos jų (pavyzdžiui, suglaudus 4 dviem skirtus staliukus) tilptų vienos komandos nariai.

Alternatyviai nuo pat renginio pradžios stalai gali būti sustatyti grupelėmis. Šiuo atveju būtina užtikrinti, kad visi dalyviai matytų pristatymus ekrane.

Prie įėjimo į renginio patalpą būtina pakabinti tinkamą skelbimą (kai įgyvendinamas projektas bendradarbiaujant su ES – programos ir projekto logotipus). Kiekvienas organizatorius turi sudaryti seminaro dalyvių sąrašą su jų kontaktiniais duomenimis ir vieta parašui (kai įgyvendinamas projektas bendradarbiaujant su ES, naudojama speciali forma su programos ir projekto logotipais). Visiems dalyviams paruošiami ženkleliai su vardais ir trumpa informacija (projekto komanda, pranešėjo arba eksperto, tikslinės auditorijos atstovo organizacija). Be to, būtina turėti keletą tuščių ženklelių, jeigu dalyviai kartais pasikeistų.

Organizatorius turi pasiruošti korteles burtams traukti, kad iš kiekvienos šalies būtų galima suformuoti po tris iš penkių narių susidedančias

tikslinės grupės atstovų komandas. Burtai traukiami per dalyvių registraciją. Be to, organizatorius turi pasiruošti priemones komandų kapitonų rinkimams (kai komandai nepavyksta pačiai išsirinkti kapitono, traukiami burtai). Šis burtų traukimas prireikus atliekamas renginio antrojo užsiėmimo antrosios dalies pradžioje.

Patariama per registraciją padalyti atspausdintą darbotvarkę visiems renginio dalyviams. Be to, būtina pasiruošti vertinimo formas, popierių ir rašiklius užrašams. Vertinimo formos pateiktos priede.

P. S. Jeigu tikslinės auditorijos atstovai dalyvauja seminare nuotoliniu būdu, jiems turi būti suteikta galimybė užpildyti vertinimo formą per „GoogleDoc“.

Ruošiantis renginiui, būtina sukurti atskiras nuorodas 1 ir 3 užsiėmimui (internetu).

P. S. Kai renginys vedamas ribotu formatu, tai yra, jeigu visi 15 vienos šalies tikslinės auditorijos atstovų negali susirinkti gyvai, būtina sukurti papildomas nuorodas ir užtikrinti jų darbą komandose, tiesiogiai prižiūrint organizatoriaus atstovui. Šiuo atveju vietoje „pasaulio kavinių“ metodo galima taikyti diskusijų per „Teams“ metodą. Per renginį rekomenduojama padaryti tiek pranešėjų, tiek tikslinės grupės atstovų nuotraukų. Nuotraukos gali tapti puikiais viešos informacijos apie renginį iliustracijomis. Prieš renginį būtina pasirūpinkite dalyvių sutikimu fotografuoti.

4.3. Seminaro „Realizuok save versle“ vedimas

Registracija

Seminaro dalyviai registruojasi pasirašydami parengtame sąrašė, registracijos metu gauna ženklelį su

savo vardu ir komandos, kuriai jie priklausys per antrojo užsiėmimo antrąją dalį, numerį (ištraukiamas burtų būdu).

Jeigu renginio pradžioje stalai sustatyti pagal teatro arba klasės schemą, dalyviai sėdasi į bet kurią laisvą vietą. Jeigu stalai sustatyti grupelėmis, dalyviai sėdasi prie stalo su atitinkamos komandos numeriu.

1 sesija (nuotoliniu būdu)

Pagrindinis moderatorius (kaip susitarta iš anksto, pagrindinio organizatoriaus arba kito organizatoriaus atstovas) pasveikina seminaro dalyvius iš 3 šalių ir palinki jiems darbingos dienos, naujų idėjų ir kontaktų, o taip pat pristato visus moderatorius ir asistentą (-us), kuris (-ie) padės vesti seminarą. Pagrindinis organizatorius užtikrina, kad būtų trumpai pristatytas projektas „Metas imtis verslo“.

Toliau vienas iš moderatorių (kaip susitarta) renginio dalyviams pristato bendrąją programą ir renginio vedimo tvarką, daugiausia dėmesio skirdamas atskirų užsiėmimų turiniui, ir atsako į tikslinės auditorijos atstovų klausimus.

Pagrindinis moderatorius paeiliui kviečia pirmojo užsiėmimo pranešėjus pristatyti savo verslo idėjas. Vietos moderatorius palaiko kalbantįjį komentarais ir klausimais ir įtraukia visus renginio dalyvius į pranešimo aptarimą.

Užsiėmimui baigiantis, pagrindinis moderatorius surengia bendrą diskusiją ir pakviečia po vieną ekspertą iš kiekvienos šalies išsakyti savo nuomonę apie pateiktas idėjas.

2 sesija (gyvai)

Per pirmąją užsiėmimo dalį kiekvienas moderatorius organizuoja bendrą dalyvių diskusiją apie galimus teigiamus ir neigiamus trijų pateiktų verslo idėjų vystymo scenarijus. Daugiausia dėmesio skiriama savo šalies pranešėjo verslo idėjai; kitos

verslo idėjos aptariamose vertinant jų vystymo galimybę tarptautinio bendradarbiavimo aspektu.

Per antrąją užsiėmimo dalį komandų nariai susėda prie atskirų stalų, kurie per pietų pertrauką sustatomi grupelėmis (jeigu tai nebuvo padaryta prieš renginio pradžią). Kiekviena komanda išsirenka savo kapitoną (arba traukiami burtai, jeigu kitaip išsirinkti kapitono nepavyksta).

Moderatorius kiekvienai komandai priskiria po vieną iš pirmojo užsiėmimo pranešėjų pristatytų verslo idėjų ir paaškina komandinio darbo „pasaulio kavinių“ metodu principus. Šiuo atveju komandos kapitonas tampa staliuko šeimininku, o likę komandos nariai keliauja nuo vieno stalo prie kito ir dalyvauja visų trijų idėjų vystymo scenarijų aptarimuose. Ekspertai juda nuo vieno stalo prie kito ir skatina aktyvius TGA verslo idėjų diskusijas.

Po 20 minučių, komandos susirenka prie savo kapitonų staliukų ir rengia verslo idėjų vystymo scenarijų pristatymus. Ekspertai padeda TGA rengti pristatymus ir atsako į klausimus.

P. S. Jeigu visų renginyje dalyvaujančių šalių atstovai negali dalyvauti asmeniškai, darbas komandose organizuojamas per „Teams“.

3 sesija (nuotoliniu būdu)

Pagrindinis moderatorius paeiliui kviečia po komandą iš kiekvienos šalies, parengusios savo šalies pranešėjo verslo idėjos pristatymą. Šį pristatymą iškart papildo dviejų kitų šalių komandos, vertindamos idėją tarptautinio bendradarbiavimo galimybių aspektu. Vietos moderatoriai gali užduoti pranešėjams papildomų klausimų.

Pristačius visas tris verslo idėjas, pagrindinis moderatorius surengia bendrą diskusiją ir galiausiai pakviečia

po vieną ekspertą iš kiekvienos šalies pasidalyti savo nuomone.

Baigiamasis etapas.

Visi moderatoriai padėkoja visiems renginio dalyviams. Organizatoriai padalija užpildyti vertinimo formas.

4.4. Veikla po renginio

Po seminaro itin svarbu patraukliai paskelbti informaciją „Facebook“ ir (arba) renginio organizatorių interneto svetainėse.

Kiekvienas renginio organizatorius parengia savo šalies dalyvių užpildytų vertinimo formų apibendrinimą, kuriame pateikia vidutinius kiekvieno formoje pateikto klausimo įverčius, o taip pat reikšmingiausias komentarus. Be to, vienas iš organizatorių parengia bendrą ataskaitą, remdamasis visomis užpildytomis vertinimo formomis.

Rekomenduojama išsiųsti padėkas ir nuotraukų pranešėjams ir ekspertams.

Kiekvienas iš organizatorių savo išvadas ir rekomendacijas seminarui tobulinti.

5. BENDROJI SANTRAUKA

Įgyvendinant projektą, surengti 3 seminarai „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties!“ (po vieną kiekvienoje šalyje) ir vienas internetinis seminaras „Realizuok save versle“. Po kiekvieno renginio parengtos renginio ataskaitą, atsižvelgiant į

tikslinės auditorijos atstovų užpildytas vertinimo formas ir partnerių atsiliepimus.

Galutinė seminarų rengimo ir vedimo rekomendacijų versija yra parengta remiantis šiomis ataskaitomis

6. PRIEDAI

1 priedas.

Verslo simuliacinis žaidimas _____

Vieta, data _____

Komisijos vertinimo forma

Vertinimo komisijos narys: _____

*1 sesija (2 sesija, 3 sesija). Trumpa žodinė užduotis***1 komanda**

Vertinimo kriterijus	1	2	3	IŠ VISO (suma)
Kūrybiškumas				
Loginis mąstymas				
Situacijos supratimas				

2 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	IŠ VISO (suma)
Kūrybiškumas				
Loginis mąstymas				
Situacijos supratimas				

3 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	IŠ VISO (suma)
Kūrybiškumas				
Loginis mąstymas				
Situacijos supratimas				

4 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	IŠ VISO (suma)
Kūrybiškumas				
Loginis mąstymas				
Situacijos supratimas				

5 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	IŠ VISO (suma)
Kūrybiškumas				
Loginis mąstymas				
Situacijos supratimas				

6 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	IŠ VISO (suma)
Kūrybiškumas				
Loginis mąstymas				
Situacijos supratimas				

1 sesija. 1 užduotis (2 sesija 2 užduotis, 3 sesija 3 užduotis)

1 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	4	5	IŠ VISO (suma)
Strateginis požiūris						
Galimų verslo scenarijų numatymas						
Komunikacijos įgūdžiai						
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas						

2 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	4	5	IŠ VISO (suma)
Strateginis požiūris						
Galimų verslo scenarijų numatymas						
Komunikacijos įgūdžiai						
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas						

3 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	4	5	IŠ VISO (suma)
Strateginis požiūris						
Galimų verslo scenarijų numatymas						
Komunikacijos įgūdžiai						
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas						

4 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	4	5	IŠ VISO (suma)
Strateginis požiūris						
Galimų verslo scenarijų numatymas						
Komunikacijos įgūdžiai						
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas						

5 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	4	5	IŠ VISO (suma)
Strateginis požiūris						
Galimų verslo scenarijų numatymas						
Komunikacijos įgūdžiai						
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas						

6 komanda

Vertinimo kriterijus	1	2	3	4	5	IŠ VISO (suma)
Strateginis požiūris						
Galimų verslo scenarijų numatymas						
Komunikacijos įgūdžiai						
Pristatymo kūrybiškumas ir naujoviškumas						

Verslo simuliacinis žaidimas _____

Vieta, data _____

Santrauka: Komisijos vertinimo forma

1 sesija	Trumpa žodinė užduotis						1 užduotis						
Komanda/ Vertinimo komisijos narys	J1	J2	J3	J4	J5	Iš viso	J1	J2	J3	J4	J5	Iš viso	Iš viso
1													
2													
3													
4													
5													
6													

2 sesija	Trumpa žodinė užduotis						2 užduotis						
Komanda/ Vertinimo komisijos narys	J1	J2	J3	J4	J5	Iš viso	J1	J2	J3	J4	J5	Iš viso	Iš viso
1													
2													
3													
4													
5													
6													

3 sesija	Trumpa žodinė užduotis						3 užduotis						
Komanda/ Vertinimo komisijos narys	J1	J2	J3	J4	J5	Iš viso	J1	J2	J3	J4	J5	Iš viso	Iš viso
1													
2													
3													
4													
5													
6													

Santrauka

Komanda / Sesija	1	2	3	Rezultatas
1				
2				
3				
4				
5				
6				

2 priedas

Praktinio seminaro „Įkvėptai ir drąsiai verslo pradžiai: pasisemk verslo patirties“ vertinimo anketa

Prašome Jūsų skirti keletą minučių ir užpildyti šią vertinimo anketa. Jūsų nuomonė yra labai svarbi – tik sulaukę grįžtamojo ryšio iš programos dalyvių, galime žinoti, kas Jums buvo aktualu, įdomu, o kas – mažiau sudomino. Įvertinkite atskiras seminaro dalis pasirinkdami įvertinimą nuo 1 iki 5, kur: **1 - blogai, 2 - patenkinamai, 3 - gerai, 4 – labai gerai, 5 – puikiai.**

Bendras išpūdis apie renginį / renginio vertinimas

1 2 3 4 5

Informacijos suteikimas prieš renginį

1 2 3 4 5

Renginio programa

1 2 3 4 5

Verslo situacijos aprašymas

1 2 3 4 5

Verslo idėjų aptarimas

1 2 3 4 5

Darbas komandose, prezentacijų rengimas

1 2 3 4 5

Komandų pristatymai

1 2 3 4 5

Renginio formatas

1 2 3 4 5

Renginio organizavimas

1 2 3 4 5

Renginio erdvė

1 2 3 4 5

Maitinimas

1 2 3 4 5

Jūsų pasiūlymai ir / ar pasiūlymai

.....

.....

.....

.....

Dėkojame!



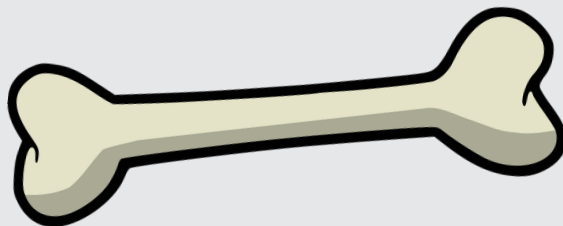
Finansuojama
Europos Sąjungos



SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

ŠUNŲ PAVEDŽIOJIMAS

Teikiate šunų pavidžiojimo paslaugą. Paprastai vienu metu vedžiojate ne daugiau kaip 3 šunis. Deja, pavidžiojimo metu vienas iš šunų pabėga.



KĄ DARYSITE?

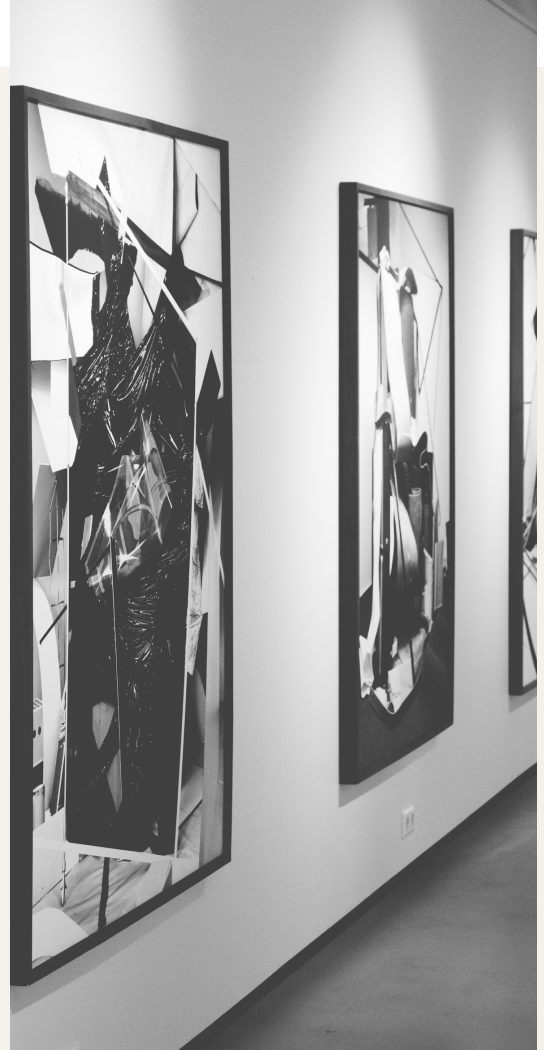


Finansuojama
Europos Sąjungos

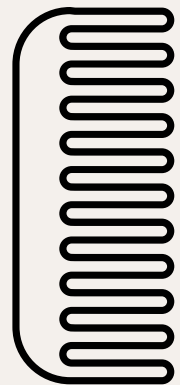
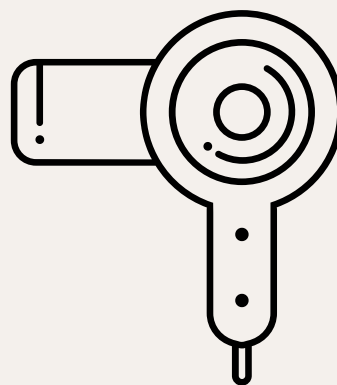
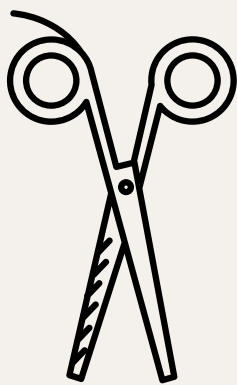
SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

KIRPYKLA

Miesto centre esančio pastato antrame aukšte turite kirpyklą. Pirmajame pastato aukšte veikia keramikos dirbinių ir dailės galerija. Ryte, sužinojote, jog dėl kirpykloje trūkusio vamzdžio buvo užlietos galerijos patalpos ir sugadinta keletas eksponatų. Dėl įvykio prarastų eksponatų autoriai yra visoje šalyje gerai žinomi menininkai.



KĄ DARYSITE?





Finansuojama
Europos Sąjungos

SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

GĖLIŲ KOMPOZICIJOS

Esate gėlių parduotuvės savininkas. Parduodate ne tik skintų gėlių kompozicijas, bet ir augalus vazonuose, teikiate interjero ir aplinkos dekoravimo, floristikos paslaugas įmonėms ir organizacijoms bei asmeninams užsakymams. Gavote didelį užsakymą papuošti bažnyčią vestuvių ceremonijai. Ryte atvykus į gėlių saloną, pamatėte, jog visos paruoštos kompozicijos ir gėlės - nuvytę. Dėl įvykusio kondicionieriaus gedimo, Jūsų gėlių salono patalpos buvo ne vėsinamos, bet šildomos.



KĄ DARYSITE?



SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

SODYBOS NUOMA

VERSLO APRAŠYMAS

Sigita (57) ir Kęstas - (59) turi 2 ha sodybą šalia vieno didžiausių Lietuvos miestų. Abu sutuoktiniai turi darbus mieste - Kęstas yra šaltkalvis, o Sigita - mokytoja.

Verslininkai iš pradžių gyveno mieste, 3 kambarių bute. Vėliau nusprendė, jog norėtų gyventi arčiau gamtos ir sodyba galėtų tapti puikiu papildomų pajamų šaltiniu. Vėliau, sulaukus pensinio amžiaus, sodybos nuoma galėtų tapti pagrindine veikla.

Taigi, Sigita ir Kęstas pardavė savo butą ir visas gautas lėšas investavo į sodybą. Nuo jos iki artimiausio miesto ir VIA BALTICA magistralės - 7 km. Valdose yra didelis 240 kv.m. namas, pirtis su baseinu ir terasa, taip pat - nebaigtas įrengti 2 aukštų pastatas su prijungtu angaru. Statinio bendras plotas yra 260 kv.m. Pirmame šio pastato aukšte (jame ir gyvena sutuoktiniai)

yra erdvė su židiniu, koridorius, tualetas, antrame aukšte, kuris dar neįrengtas - apie 80 kv.m. patalpa. 1 km atstumu nuo sodybos - upė su švaria maudykla, už 700 m - miškas, kuriame gausu uogų ir grybų.

Sodybos aplinka yra tvarkinga, apželdinta dekoratyviais augalais, uogakrūmiai, yra ažuolų, graikinių riešutmedžių ir lazdynų alėjos. Įrengta didelė, apie 25 arus užimanti automobilių stovėjimo aikštelė.





Poilsio zonoje yra graži pavėsinė su patogiais minkštais baldais ir židiniu. Čia įrengta vaikų pramogų ir poilsio aikštelė su dideliu batutu, laipiojimo sienele, sūpynėmis, žaidimų nameliu, čiuožykla ir hamaku. Įrengta erdvė lauko kinui (projektorius, lauko gultai). Sigita ir Kęstas didelį gyvenamąjį namą (240m²) išnuomojo šeimoms ramiam poilsiui karantino metu. Pirmieji klientai buvo kolegos suaugusių vaikų šeima, vėliau – jų draugai ir kaimynai.

Šiuo metu registracija vykdoma per [booking.com](https://www.booking.com) ir [airbnb.com](https://www.airbnb.com) svetaines, visi klientai - šių svetainių naudotojai. Šiuo metu sodyba nuolat yra užimta ir negali suteikti nakvynės visiems norintiems joje pailsėti (sodyba išnuomojama vienai šeimai). Be to, vis daugėja užklausų dėl sodybos nuomos asmeninėms šventėms ir verslo renginiams bei angarų nuomos sandėliavimo veiklai.

Mėnesio pajamos	Mėnesio išlaidos
3000 eurų	450 eurų mokesčiai
	150 eurų (elektra, malkos, kt.)
	700 atlygis sodybą prižiūrinčiam ir tvarkančiam žmogui
Viso: 3000 eurų	Viso: 1300 eurų



**Kiekviena problema yra
dovana - be problemų
mes neaugtume.**

Anthony Robbins

SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

Verslo plėtra

Sigita ir Kęstas susidūrė su sparčiai augančia paklausa – žmonės nori apsistoti jų sodyboje. Daugybė žmonių naudojami galimybe iš anksto rezervuoti norimą viešnagės laiką, bet to nepakanka valdant lankytojų srautus – visi norintys netelpa. Trūksta patalpų. Šiuo metu sutuoktiniai šeimoms nuomoja ne visą 2 ha plotą, o tik teritoriją aplink namą, vaikų pramogų ir poilsio erdves, sauną ir sodą. Organizacijos taip pat domisi galimybe išsinuomoti sodybą, bet pagrindinis reikalavimas yra atskiros patalpos konferencijoms ir seminarams. Fotografai taip pat norėtų atlikti fotosesijas sodyboje – aplink ją gausu skirtingų medžių, todėl vienos fotosesijos metu galima padaryti daug nuotraukų, kurios atrodo lyg įamžintos skirtingose erdvėse.

Sutuoktiniai turi nuspręsti, kurį plėtros kelią rinktis: įrengti dar vienas patalpas šeimų poilsiui ar pritaikyti jas įmonių ir organizacijų poreikiams. Šeima turi 17000 eurų santaupų. Abiem atvejais jiems tektų imti paskolą iš banko patalpų įrengimui bei nedidelio namo, kuriame gyventų patys, statybai. Kaštai pateikiami lentelėje:

	Plėtros pobūdis	Viso išlaidų	Planuojamas mėnesinis pelnas	Statybų ir įrengimo proceso trukmė	Reikalingos paskolos dydis
a	Patalpų įrengimas kitos šeimos apgyvendinimui	15000 eurų	1700 eurų	4 mėnesiai	10000 eurų
	Namo, kuriame gyvens patys, statybos (72 m ²)	60000 eurų	-	9 mėnesiai	48000 eurų
b	Patalpų organizacijų renginiams įrengimas	10000 eurų	4000 eurų	2,5 mėnesiai	5000 eurų
	Namo, kuriame gyvens patys, statybos (72 m ²)	60000 eurų	-	9 mėnesiai	48000 eurų
c	Jūsų sugalvotas plėtros variantas				



Finansuojama
Europos Sąjungos

*Kad valgytumėte gerą
maistą, jums nereikia
sidabrinės šakutės.*

Paul Prudhomme

SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

Sprendimai maitinimui

Sigitai ir Kęstui nuo pat sodybos nuomos verslo pradžios niekada neteko spręsti klausimų, susijusių su maitinimo paslauga jų sodyboje. Karantino dėl Covid-19 laikotarpiu (kai prasidėjo sutuoktinių verslas), visos šeimos, nuomojančios sodybą, pačios gaminosi maistą ir vengė nebūtinų kontaktų.

Paklausai išaugus net keletą kartų, klientai pradėjo teirautis apie galimybę už papildomą mokestį užsisakyti maitinimo paslaugas.

Sodybos savininkai galėtų sudaryti sutartis su keletu skirtingų restoranų ir maitinimo teikėjų, tačiau dėl to, jog sodyba yra nutolusi nuo miesto apie 7 kilometrus, pabrangsta patiekalai – vidutinė vieno užsakymo pristatymo kaina yra 7 eurai.

Sigita ir Kęstas vertino galimybes užsakyti maistą iš arčiausiai esančių restoranų, užsakyti patiekalų krepšelius su produktais ir pusgaminiais (sudėti reikalingi patiekalui ingredientai, gamintis tenka pačiam) bei galimybę samdyti virėją.

Užsakant nuolatinį maisto tiekimą iš restoranų būtina sąlyga – maistą restoranas sutinka atvežti visuomet tuo pačiu metu kasdien. Maisto pristatymo tvarkaraštis – nekeičiamas. Patiekalų krepšeliai gali būti užsakomi tik nuo pirmadienio (savaitei arba ilgesniam laikotarpiui), nėra galimybės svečiams užsisakyti krepšelių, pavyzdžiui, nuo penktadienio. Samdant virėją, atlyginimas turi būti mokamas kas mėnesį, nepriklausomai nuo to, ar buvo užsakymų, ar ne. Jei virėjas dirba ir gamina patiekalus, viena jo darbo valanda įkainojama 20 eurų, nesant užsakymų, mokamas 600 eurų atlyginimas per mėnesį. Žemiau pateikiamas kiekvieno varianto finansinis aspektas.

	Pusryčiai, pietūs ir vakarienė iš restorano, patiekalus pristato restoranas	Patiekalų krepšeliai produktai ir receptai 3/4/5 dienų patiekalams, pristatoma kartą per savaitę.	Virėjo įdarbinimas
Vidutinė užsakymo vertė 2 asmenims	100 eurų	49/69/79 eurai	Atlyginimas - 20 eurų/val. + produktų kaina bei kiti kaštai arba 600 eurų per mėn.

Koks yra Jūsų sprendimas?





Netikėtumas yra didžiausia dovana, kurią mums gali duoti gyvenimas

Boris Pasternak

SIMULIACINIS VERSLO ŽAIDIMAS

Problemos dėl elektros

Gavote užklausą su pasiūlymu iš šalies fotografų asociacijos – Jūsų sodyboje jie norėtų organizuoti fotografijos festivalį. Planuojama, jog 10 šalies fotografų įamžintų regiono šeimas, iš anksto užsiregistravusias dalyvavimui, o vėliau nuotraukos būtų eksponuojamos visoje šalyje (keliaujančios fotografijų parodos formatu). Visus aksesuarus, reikalingus fotosesijoms, suteiktų asociacija.

Pasiūlymo esmė – barteriniai mainai. Už 2 paras sodybos nuomos Jūs neimtumėte užmokesčio, mainais Jūsų sodyba būtų pažymėta visose nuotraukose, skelbiamose socialiniuose tinkluose, taip pat ir keliaujančios parodos apraše. Tai būtų didelė sodybos reklama. Deja, kaip tik planuojamo fotografijos festivalio laikotarpiu yra numatytas planinis elektros patikrinimas ir minėtu laikotarpiu elektros sodyboje veikiausiai nebus (sodyboje elektra dingsta ypatingai retais atvejais). Jūs galėtumėte:

a) Išsinuomoti elektros generatorius (vieno generatoriaus nuomos kaina parai yra 100 eurų, Jums reikėtų 3 generatorių. Bendra trijų generatorių nuomos kaina – 600 eurų. Kiekvienam generatoriui reikalingas kuras, bendros išlaidos kurui 3 generatoriams dviems paroms siektų 200 eurų).

b) Įsigyti elektros generatorius (vidutiniškai vienas generatorius kainuoja apie 700 eurų. Nusprendę įsigyti, išleistumėte 2100eurų generatoriams ir apie 200 eurų degalams (3 generatoriams dviems paroms))

c) Atmesti užklausą su pasiūlymu.

d) Kita.



Koks Jūsų sprendimas?





„Rankdarbiai – kelias į sėkmę“

Verslo aprašymas

Svetlana, Inga ir Laura susitiko Rygoje vykusiame paskutinėje didelėje amatų mugėje prieš pandemiją. Jos visos pardavinėjo rankų darbo gaminius, ir nei vienai nedingtelėjo, jog įprastas gyvenimas gali greit pasikeisti. Diena buvo saulėta, o klientai, iš kurių dauguma buvo turistai – puikiai nusiteikę. Prekyba klestėjo! Svetlana ant prekystalio išdėliojo tradiciniais ornamentais puoštas kojines ir kumštines pirštines, Inga siūlė originalius gintaro papuošalus, o Laura – karpiniais dekoruotus atvirukus ir albumus. Pažintį damos nusprendė užtvirtinti nuėjusios į kavinę, kur šnekučiavosi tris valandas.

Vėliau sekė ilgi apribojimų, izoliacijos ir pinigų stygiaus mėnesiai. Galiausiai, užsikrėtimo Covid-19 atvejų skaičius pradėjo mažėti. Lauko mugės pamažu ėmė atgyti, tačiau buvusios atmosferos nebeliko. Turistų srautai neatsigavo, o vietiniai neskubėjo atverti pinigines. Prie tokių išvadų priėjo neseniai draugystę pradėjusios moterys. Situacija ypač nuliūdino Laurą.

Svetlana ir Inga, nepaisant nerimo, buvo pasirengusios veikti. Nesvarbu, ar ruošiatės išeiti į pensiją! Niekada nevēlu pakeisti savo likimą! Be to, visada laukiamos papildomos pajamos.

Likusi namuose Svetlana pasinaudojo dukros patarimu ir išklusė internetinius rinkodaros bei pardavimų internete kursus. Ji labai džiaugėsi šia nauja galimybe, nors pardavimų srityje jautėsi užtikrintai. O Inga atnešė gerų žinių: pačiame miesto centre atsilaisvino patalpa, kurioje buvo galima eksponuoti savo gaminius, vesti meistriškumo kursus. Kaina pasirodė daugiau nei priimtina, be to, nebereikėtų priklausyti nuo mugių organizatorių. Laura užsikrėtė optimizmu, kurį spinduliavo būsimosios verslo partnerės ir įregistravo bendrą įmonę.

Veikti dviem kryptimis – internetinėje ir tradicinėje prekyboje – nebuvo galima. Kiekviena iš kryptių turėjo argumentus „už“ ir „prieš“. Po karštų diskusijų buvo nuspręsta plėtoti abi.

Atsakomybės pasiskirstė taip: Svetlana atsakinga už pardavimų internete organizavimą ir plėtrą, Inga atlieka parduotuvės valdymo užduotis, Laura kuruoja meistriškumo kursų rengimą ir vedimą, taip pat užsiima reklama. Buhalteriją tvarko užsakovų paslaugų įmonė. Pradiniame etape moterys susitarė nesamdyti pardavėjų, o paeiliui budėti parduotuvėje. Jos iš savo santaupų skyrė po 2000 eurų, kad įrengtų patalpas, įsigytų reikiamus baldus ir įrangą, taip pat dalis lėšų buvo skirta veiklos pradžios reklamai. Pradėkime!

Praėjus devyniems mėnesiams, verslininkės susirinko pas Ingą aptarti gautų pajamų ir patirtų išlaidų. Inga buvo iškepusi savo garsųj obuolių pyragą. Buhalterė pateikė paskutinių trijų mėnesių rodiklius.



Pajamos:

Pavadinimas	Viso, EUR
Internetinės parduotuvės pajamos	2 600
Fizinės parduotuvės pajamos	8 100
Pajamos iš meistriškumo kursų	1 400
Iš viso:	12 100

Išlaidos:

Pavadinimas	Viso, EUR
Išlaidos priemonėms	1 800
Atlyginimai ir mokesčiai	7 200
Nuoma	900
Komunalinių paslaugų kaštai	360
Buhalterinės paslaugos	300
Ilgalaikio turto (baldų ir įrangos) nusidėvėjimas	100
Išlaidos reklamai	400
Administracinės išlaidos	160
Iš viso:	11 220

Pelnas: 880 EUR



Sezoniškumas

Sėdėdamos prie virtuvės stalo, ponios susipažino su pateiktais rodikliais. Nuomonės buvo skirtingos. Svetlana džiaugėsi per mėnesį „į rankas“ uždirbusi daugiau nei 1000 eurų, tačiau Laura buvo nusiteikusi skeptiškai. Ji atkreipė draugių dėmesį į tai, kad dauguma jų klientų yra turistai, o pasibaigus „karštam“ sezonui pajamos smarkiai sumažės. Tai reiškia, kad joms teks mažinti atlyginimus.


Kokį sprendimą pasiūlytumėte šioje situacijoje?

1. Didinti pardavimus vietos gyventojams. Tačiau kaip tai padaryti, jei tradiciniai motyvai ir gaminiai iš gintaro jau visiems pabodę? Kokius gaminius būtų galima pasiūlyti?
2. Išplėsti prekių asortimentą, pritraukiant kitus amatininkus. Tai labai padidins pirkimo tikimybę, taip pat pravers mažiau turistiniu laikotarpiu. Kas ypač patiktų miesto svečiams?
3. Sutelkti dėmesį į interneto pardavimus: jie nėra tokie sezoniški. Kokiais ištekliais/platformomis naudotumėte savo produktus?
4. Plėsti meistriškumo kursų pasiūlą. Šaltu ir lietingu oru jie tikrai bus paklausūs! Kokias temas rinktumėtės?
5. Jūsų pasiūlymas.




POKYČIAI

Po metų versle Inga jautėsi neįprastai pavargusi ir vangi. Apsilankius pas šeimos gydytoją, jis pasiteiravo apie Ingos gyvenimo būdą. Ir ji tik tada suprato, kad diena iš dienos sukasi kaip voverė rate. Ji turi prižiūrėti parduotuvę ir dirbti pardavėja, pirkti medžiagas, kurti produktus. Ingai situaciją aptarus su draugėmis, paaiškėjo, kad jos turi tą pačią problemą. Sprendimas būtinas: reikia kažką keisti, kitaip perdegimo išvengti nepavyks. Bet ką keisti konkrečiai? Ką patartumėte daryti šioje situacijoje?



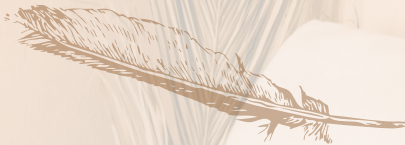
1. Pasamdykite du pardavėjus, nepaisant to, kad išlaidos jų darbo užmokesčiui yra 2200 EUR. Kaip kompensuosite šias išlaidas, kad verslas liktų pelningu?

2. Įdarbinkite direktorių, kuris prisiimtų kai kurias kiekvienos verslininkės pareigas. Ingai nebereikėtų valdyti parduotuvės, Laurai – užsiimti reklama, o Svetlanai – atlikti administracines užduotis, susijusias su prekyba internetu. Kaip rasite tinkamą žmogų?



3. Sumažinkite savos produkcijos dalį parduotuvės asortimente ir daugiausia pirkite gatavą produkciją iš kitų meistrų. Kaip užtikrinsite prekių kokybę ir pristatymo reguliarumą?

4. Sutrumpinkite parduotuvės darbo laiką. Parduotuvė turi gerą reputaciją, o tikrai susidomėję pirkėjai tikrai ras galimybę joje apsilankyti. Kokiu grafiku planuojate dirbti?



5. Jūsų pasiūlymas.



Konkurentai

Kaip įprasta ryte, Svetlana entuziastingai ėjo į darbą, niūnuodama linksmą melodiją. Jos dėmesį patraukė ryškūs balionai, puošiantys įėjimą į naujai atidarytą parduotuvę. Svetlana užlipo laiptais ir įėjo į vidų. „O Dieve!“ – pamanė ji. Už poros kvartalų nuo jų parduotuvės įsikūrė konkurentai, taip pat prekiaujančios suvenyrais turistams. Prekių asortimentas daugeliu atžvilgių sutapo su jų pasiūla, o kainos atrodė patrauklesnės. Svetlana skubiai pakvietė drauges į susitikimą. Kaip manote, ką reikėtų daryti tokioje situacijoje?

1. Sumažinti kainas. Tuomet konkurentai neturės pranašumo. Ką darysite, jei jie mainais padarys tą patį?
2. Stiprinti reklamą. Nė vienas turistas istorinėje miesto dalyje neturėtų išvykti be skrajutės! Kokius kitus reklamos kanalus planuojate naudoti?
3. Pritraukti klientus ne tik prekėmis, bet ir papildomomis paslaugomis. Pavyzdžiui, nedidelis viduramžių spektaklis prie įėjimo į parduotuvę tikrai pritrauks turistus! Ką dar galima padaryti?
4. Derėtis dėl išskirtinių teisių parduoti populiariausius produktus su jų gamintojais. Kokiais argumentais juos įtikinsite?
5. Jūsų pasiūlymas.



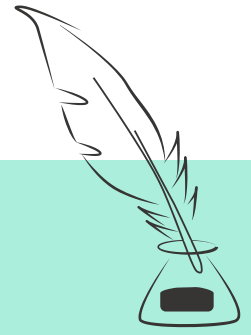
DRABUŽIAI ŠUNIMS

Jau keletą metų Latvijoje gaminate ir parduodate drabužius šunims. Atėjo laikas užkariauti Estijos rinką! Visų pirma, jūs nusprendžiate patalpinti skelbimą „Facebook“ ir patikite šią užduotį stažuotojui, dirbančiam pas jus. Tačiau jis padaro klaidą ir kaip tikslinį regioną nurodo Šveicariją. Kitą dieną gaunate daugybę el. laiškų vokiečių kalba iš potencialių klientų, besidominčių aksesuarais buldogais ir korgiams. Tai visai ne tai, ko tikėjotės.

Ką darysite?



Finansuojama
Europos Sąjungos



UŽRAŠŲ KNYGELĖS

Turite parduotuvę, pilną stilingų kanceliarinių prekių žmonėms, mėgstantiems, kad darbo ir studijų procesas būtų tikrai gražus. Jau kurį laiką bendradarbiaujate su Ispanijos įmone, kuri jums tiekia nuostabias užrašų knygeles. Prieš pat kitą užsakymą sužinote, kad gamintojas bankrutavo. Prekės greitai dingsta iš lentynų. Klientai užduoda klausimus.

Ką darysite trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu?





Finansuojama
Europos Sąjungos



FOTOGRAFIJA

Vedate paskaitas apie fotografijos istoriją suaugusiems. Jūsų klientai džiaugiasi su jumis praleistu laiku. Tačiau šiandien vienas iš klausytojų elgiasi nemandagiai: teigė, kad jūsų informacija yra klaidinanti, pažėrė sarkastiškų pastabų ir grubiai jus pertraukė. Akivaizdu, kad tai daro įtaką grupės mikroklimatui.



Ką darysite?





Finansuojama
Europos Sąjungos

VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

RANKDARBIAI

Savo dirbtuvėse gaminate suvenyrus iš muilo, kurie yra vaisių, gėlių ir naminių augintinių formų. Daugiausia gaminių parduodate mugėse ir parodose. Praeitais metais šios technikos išmokėte 2 žmones. Jie tapo amatininkais, dabar yra pagrindiniai Jūsų konkurentai, o Jūsų pardavimai sumažėjo per pusę. Be to, dėl pandemijos gerokai sumenko galimybės dalyvauti mugėse ir parodose.



Kaip spręsite šią situaciją?





Finansuojama
Europos Sąjungos

VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

SIUVIMO ATELJĖ

Jau daug metų taisote drabužius ir siuvate pagal individualius užsakymus. Mylite savo darbą ir atliekate jį kokybiškai. Paslaugų kainos – prieinamos. Pas Jus dirba trys darbuotojai, turite nuolatinių klientų. Tačiau šiemet užsakymų sumažėjo 3 kartus, o mokesčiai už nuomą ir komunalinius patarnavimus - išaugo.

Kaip spręsite šią situaciją?





Finansuojama
Europos Sąjungos

VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

KAČIŲ VEISIMAS

Parduodate Škotijos nulėpausių veislės kačiukus. Jūsų bute vienu metu gali būti iki 4 suaugusių kačių ir 12 kačiukų. Į gretimą butą persikėlė šeima, kuri nėra patenkinta tokia kaimynyste. Jie baiminasi paūmėsiančiomis alergijomis ir jaudinasi dėl nepakankamos garso izoliacijos.

Kaip spręsite šią situaciją?





VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

LAISVALAIKIO CENTRO VERSLO APRAŠYMAS

„Turiu gerą draugą, laisvalaikį leisime kartu“

Elena (57 m.) ilgus metus dirbo rusų kalbos ir literatūros mokytoja kaimo mokykloje, o jos vyras Aleksandras (62 m.) šioje mokykloje vedė darbų ir kūno kultūros pamokas. Prieš išeidama į pensiją pora nusprendė pabandyti organizuoti savo verslą ir atidaryti vaikų ir jaunimo laisvalaikio centrą. Tam jie išsinuomojo 80 m² patalpas daugiabučio namo cokoliniame aukšte, jas sutvarkė ir paruošė užsiėmimams. Nuomojamas patalpas sudaro du kambariai: 60 m² ir 20 m². Didelė patalpa paruošta šokiams ir sportui, joje yra sporto inventorių (kilimėliai, kamuoliai, šokdynės, fitneso stovai ir kt.). Prie vienos sienos pritvirtinti veidrodžiai, kitoje – sportinės kopėčios ir virvės. Mažesnėje patalpoje yra 6 stalai, 12 kėdžių, 4 nešiojamieji kompiuteriai, spausdintuvas ir lenta.

Nuomojamos patalpos yra nedidelio kaimo centre, šalia veikia mokykla, vaikų darželis, maisto prekių parduotuvė, kavinė, vaistinė, ne maisto prekių parduotuvė, kirpykla, drabužių ir avalynės remonto dirbtuvės. Pėsčiomis nueisite iki priemiesčio viešojo transporto stotelės, kurioje sustoja autobusai, vykstantys kryptimi Minskas – Minsko nacionalinis oro uostas.





Pora nusprendė, kad pagrindines pajamas gaus iš sporto būrelių: aerobikos, fitneso, jogos ir karatė, tuo galės užsiimti ir patys. Jie taip pat planavo organizuoti programavimo užsiėmimus moksleiviams. Po reklaminės kampanijos centre sportuoti pradėjo 5 grupės po 10 žmonių, o tris kartus per savaitę programuoti mokosi dvi grupės po 5 žmones.

Mėnesio pajamos buvo 1300 eurų, įskaitant: 1000 eurų iš sporto klubų (20 eurų x 10 žm. x 5 grupės) ir 300 eurų iš programavimo pamokų (30 eurų x 5 žm. x 2 grupės).

Mėnesio išlaidos siekė 380 eurų, iš jų: nuoma - 120 eurų, komunaliniai mokesčiai - 80 eurų, eksploatacijos išlaidos - 40 eurų, veiklos mokesčiai - 60 eurų, vizituojančio programavimo mokytojo atlyginimas - 80 eurų.

Planuojamos pajamos ir išlaidos ateinantiems 10 kalendorinių mėnesių pateikiamos žemiau esančioje lentelėje.



Pajamos	Suma (eurais)	Išlaidos	Suma (eurais)
Pajamos iš sporto būrelių	10000	Nuomos mokesčiai ir komunaliniai mokesčiai (elektra, šildymas, vanduo ir kt.)	2000
Pajamos iš programavimo būrelio	3000	Eksploatacijos išlaidos (bendrųjų patalpų valymas ir remontas, aplinkinių patalpų valymas ir kt.)	400
		Veiklos mokesčiai	600
		Atlyginimas programavimo mokytojui	800
Bendros pajamos:	13000	Bendros išlaidos:	3800



VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

PAKLAUSOS IŠAUGIMAS

Centras išpopuliarėjo tarp gyventojų, užsiėmimus nori lankyti ne tik moksleiviai, bet ir suaugusieji, tarp jų ir senjorai. Norinčiųjų lankyti užsiėmimus skaičius padvigubėjo. Norint patenkinti augančią paklausą, reikia priimti naujus sprendimus.

Galite:

1. Išsinuomoti papildomą 80 m² patalpą ir įrengti ją užsiėmimams. Papildomos išlaidos patalpos remontui ir įrangos įsigijimui siektų 3000 eurų.
2. Pritraukti samdomus darbuotojus vesti užsiėmimams. Vieno darbuotojo atlyginimas per mėnesį būtų 100 eurų už užsiėmimų vedimą 2 grupėse.
3. Pasiūlyti savo draugams atidaryti panašų verslą.
4. Padidinti kainas dvigubai.
5. Jūsų pasiūlymai.





VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

RENGINIŲ ORGANIZAVIMAS

Į centro vadovą kreipėsi du verslininkai, kurie organizuoja kultūrinius renginius, atostogas šeimoms su vaikais, konkursus, viktorinas, festivalius. Jie pasiūlė dirbti kartu organizuojant renginius, taip pat gerai apmokėti patalpų nuomą. Už vieną subnuomos dieną verslininkai siūlė mokėti 60 eurų, tuo tarpu garantuoja, kad renginiai vyks bent 10 dienų per mėnesį.



Galite:

1. Sudaryti sutartį metams ir pernuomoti patalpas verslininkams 10 dienų per mėnesį po 60 eurų per dieną.
2. Sudaryti preliminarią sutartį vienam mėnesiui ir operatyviai derinti renginių datas bei nuomos kainą.
3. Atsisakyti tokio pasiūlymo.
4. Rasti abipusiai naudingo bendradarbiavimo variantus ir rengti bendrus renginius.
5. Kiti pasiūlymai.



Finansuojama
Europos Sąjungos

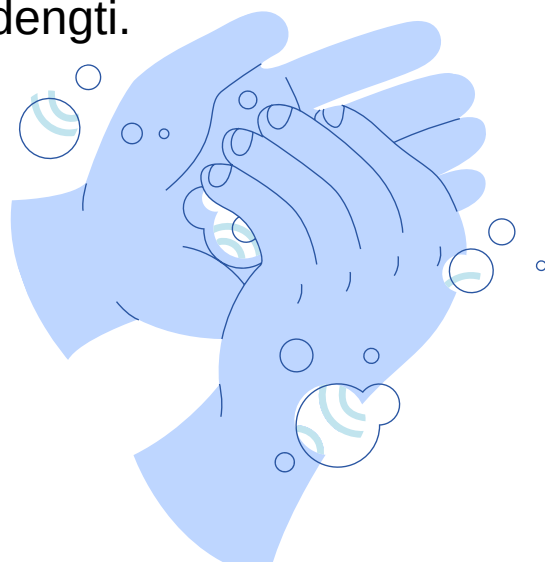
VERSLO SIMULIACINIS ŽAIDIMAS

COVID-19 APRIBOJIMAI

Dėl apribojimų, susijusių su Covid-19 pandemija, daugelis klientų nustojo lankytis centre ir pajamos sumažėjo 5 kartus, o išlaidos nepakito. Centro lankytojai labai apgailestavo dėl šios situacijos ir siūlė įvairius variantus, kaip tęsti sportinę veiklą ir tuo pačiu laikytis sveikatos priežiūros organizacijų rekomendacijų.

Galite:

1. Atsisakyti 60 m² patalpos ir pereiti prie nuotolinio pamokų vedimo internetu.
2. Sumažinant dalyvių skaičių grupėje, dalyvaujant užsiėmime tiesioginiu būdu, kad padidėtų atstumas – likę dalyviai galėtų nuotoliniu būdu dalyvauti užsiėmime per Zoom platformą.
3. Prašyti Vyriausybės finansinės paramos.
4. Paimti banko paskolą lėšų trūkumams padengti.
5. Jūsų pasiūlymai.



Apie Europos Sąjungą

Europos Sąjungos valstybės narės nusprendė sujungti savo žinias, išteklius ir ateitį. Kartu jos sukūrė stabilumo, demokratijos ir tvaraus vystymosi zoną, išsaugodamos kultūrinę įvairovę, toleranciją ir gerbdamos asmeninę laisvę. Europos Sąjunga įsipareigoja pasidalyti savo pasiekimais ir vertybėmis su šalimis ir tautomis už jos ribų.

Apie projektą

Latvijos, Lietuvos, Baltarusijos švietimo organizacijos įgyvendino projektą „Metas imtis verslo“. Projektu siekta sukurti inovatyvių paramos verslumui skatinimo sprendimų ir įrankių rinkinį, skirtą tvaraus verslo vystymui minėtų šalių pasienio regione. Projektas skatino vyresnio amžiaus žmonių verslumą, inspiravo tvaraus verslo vystymą. Projekto veiklose dalyvavo daugiau nei šimtas asmenų, vyresnių nei penkiasdešimt metų. Kadangi pradedant verslą kyla daug klausimų iš skirtingų sričių, elektroninėje mokymosi platformoje projekto dalyviai galėjo užduoti klausimus skirtingų sričių specialistams – mentoriams.

Savo patirtimis, sunkumais ir iššūkiais kuriant verslą dalinosi 30 skirtingų sričių verslo atstovų iš visų projekte dalyvaujančių valstybių, pradėjusių verslą arba keitusių veiklą sulaukus penkiasdešimties ir vėliau. Užrašytos istorijos buvo publikuotos „Verslo knygoje“. Projekto dalyviai stiprino įgūdžius praktiniuose seminaruose. Įdomiausios patirtys, akimirkos ir įspūdžiai virto video filmu. Projekto metu parengtos gairės praktinių seminarų vedimui pravers ir kitų miestų bei valstybių suaugusiųjų švietimo įstaigoms ir mokymų organizatoriams.

Projekto numeris: ENI-LLB-2-334

Projekto įgyvendinimo laikotarpis nuo 2020-05-27 iki 2022-05-26.

Europos Sąjunga projektui skiria 187 209,67 eurų finansavimą.

Projekto biudžetas: 208 010,74 eurų.