



Co-funded by
the European Union



Mokymo vadovas

DECO - ENTER4FUTURE

**Developing need-based entrepreneurial competences and
showing opportunities in entrepreneurship**

**Activating potentials for sustainable economic
development in rural regions**

Projekto trukmė: 01/10/2024 - 31/12/2025

Projekto numeris: 2024-1-DE02-KA210-VET-000255581



Turinys

1 Įvadas	1
1.1 Aktualumas ir tikslas	1
1.2 Kontekstas	3
1.3 Kaip naudotis šiuo mokymo vadovu?	4
1.4 Tikslinė auditorija	6
1.5 Mokymosi rezultatai	6
2 Lėtas verslumas	7
2.1 Lėto verslumo koncepcija.....	7
2.2 Lėto verslumo aktualumas profesinio mokymo sektoriuje.....	9
2.3 Gerosios praktikos ir pavyzdžiai lėto verslumo srityje.....	10
2.4 Praktinės veiklos lėto verslumo mokymui	14
2.4.1 Verslo kūrimas kartu	14
2.4.2 Dalyvio verslo idėjų dekonstravimas	17
3 Verslo plano kūrimas	19
3.1 Verslo plano kūrimo įgūdžio aktualumas	19
3.2 Praktinė veikla verslo plano kūrimo mokymui	20
3.2.1 Verslo plano kūrimas.....	20

4 Finansinis raštingumas	24
4.1 Finansinio raštingumo aktualumas	24
4.2 Praktinės veiklos finansinio raštingumo mokymui.....	26
4.2.1 Verslo biudžeto sudarymas	26
4.2.2 Kainodaros veikla.....	29
5 Komunikaciniai įgūdžiai	31
5.1 Kokunkacinių įgūdžių aktualumas	32
5.2 Tarpkultūrinė komunikacija	32
5.3 Viešasis kalbėjimas.....	33
5.4 Praktinės veiklos komunikacijos įgūdžiams lavinti	34
5.4.1 Pristatyk savo aistrą	34
5.4.2 Žinutės perteikimas	35
6 Išvados.....	37
Literatūra	38

1

Įvadas

Šį mokymo vadovą parengė MMT Academics, remdamasi projekto partnerių atsiliepimais, projektui DECO – ENTER4FUTURE – Poreikiais pagrįstų verslumo kompetencijų ugdymas ir verslumo galimybių rodymas. Tvaraus ekonominio vystymosi potencialo aktyvinimas kaimo regionuose, 2024-1-DE02-KA210-VET-000255581, kurį bendrai finansavo Europos Sąjungos programa „Erasmus+“.

Konsorciumo nariai:

MMT Academics iš Vokietijos – projekto koordinatorius

Absentia APS iš Italijos

ASSOCIACAO CHECK-IN - COOPERACAO EDESENVOLVIMENTO iš Portugalijos

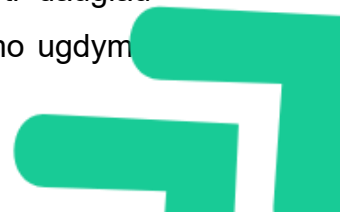
Mano Europa iš Lietuvos

1.1

Aktualumas ir tikslas

Šis mokymo vadovas pateikia įgūdžių katalogą ir lanksčią konkrečių kompetencijų sistemą, skirtą verslumo ugdymui stiprinti ir verslumo mąstysenai skatinti. Šioje gairėje surinktos temos ir susiję įgūdžiai buvo nustatyti projekte DECO – ENTER4FUTURE kaip labai svarbūs profesinio mokymo ir lavinimo (VET) dalyviams, siekiant stiprinti jų kompetencijas, ugdyti pasitikėjimą verslumu ir pripažinti jį kaip karjeros kelią

Šio mokymo vadovo tikslas – stiprinti besimokančiųjų įgūdžius ir iniciatyvumą bei ugdyti jų pasitikėjimą savimi, ypač tarp tų, kurie yra nepakankamai atstovaujami verslumo srityje, pavyzdžiui, besimokantieji iš socialiai remtinų šeimų ar moterys. Verslumo kompetencijos gali atverti naujas karjeros galimybes ir įkvėpti daugiau mokinių verslumą laikyti perspektyvia karjeros kryptimi. Įtraukaus verslumo ugdym



skatinimas ne tik remia nepakankamai atstovaujamas verslumo srityje grupes, bet ir prisideda prie lyčių lygybės šioje srityje. Tuo pačiu metu jis skatina kurti įvairesnes ir atsparesnes verslumo ekosistemas. Šiame mokymo vadove pateikti įgūdžiai ir kompetencijos yra svarbūs ne tik verslumo srityje, bet ir prisideda prie mokinių asmeninio gyvenimo valdymo.

Be to, verslumas vis labiau pripažįstamas kaip pagrindinis kaimo plėtros variklis. Skatindamas verslų mąstymą ir tikslingą įgūdžių ugdymą, vadovas padeda atskleisti vietos potencialą ir remia kaimo regionų išsaugojimą ir augimą, ypač tuos, kurie priklauso nuo vietos veikėjų, siekiančių išlaikyti infrastruktūrą ir užtikrinti ilgalaikę, tvarią plėtrą.

Atsižvelgiant į šią aktualiją ir tikslą, šis mokymo vadovas atitinka įgūdžių sąjungos ir atnaujintos ES profesinio švietimo ir mokymo politikos gaires, kuriose didelis dėmesys skiriamas verslumo, tarpdisciplininiais ir tvarumu grindžiamiems įgūdžiams, kurie išlieka aktualūs kintančiose darbo rinkose. Verslumas apibrėžiamas kaip tarpdisciplininė kompetencija, o mokymosi veikla skirta stiprinti iniciatyvumą, finansinį sprendimų priėmimą, bendravimą ir vietos problemų sprendimą – visa tai aiškiai pabrėžiama dabartinėje ES įgūdžių ir mokymosi visą gyvenimą politikoje. Dėmesys lėtai verslumui atspindi ES prioritetą teritoriniu pagrindu sukurtoms įgūdžių ekosistemoms, kuriose profesinis mokymas ir lavinimas remia vietos ekonomikos atsparumą, o ne trumpalaikį mobilumą ar augimu grindžiamus modelius. Verslo planavimo, finansinio raštingumo ir bendravimo moduliai yra integruoti į kaimo ir periferinius kontekstus, taip konkrečiai atsakant į ES tikslus, nustatytus Tarybos rekomendacijoje dėl profesinio mokymo (2020 m.) ir neseniai atnaujintose įgūdžių politikos gairėse¹².

1.2

Kontekstas

¹ https://commission.europa.eu/education/skills/union-skills_en

² <https://education.ec.europa.eu/education-levels/vocational-education-and-training>

Nors didelė dalis jaunų žmonių Europoje siekia profesinio išsilavinimo ir mokymo, tai neatspindi verslininkų, turinčių profesinio mokymo ir lavinimo patirtį, skaičių. Šis neatitikimas paskatino organizacijas ištirti verslumo spragą tarp profesinio mokymo įstaigų absolventų ir išnagrinėti kliūtis, kurias mokiniai mato savo kelyje į savarankišką darbą ar verslo kūrimą. Dėmesys buvo skirtas lyčių nelygybei, nes jaunos moterys verslo karjeroje yra dar mažiau atstovaujamos.

Šis mokymo vadovas parengtas remiantis pagrindiniais mūsų dokumentų tyrimo ir interviu rezultatais, taip pat kiekvieno projekto partnerio patirtimi konkrečiose srityse. Atliktas pagal projekto 1 veiklą, mūsų tyrimas patvirtino, kad profesinio mokymo mokiniai Vokietijoje, Italijoje, Portugalijoje ir Lietuvoje susiduria su struktūrinėmis ir patirtinėmis verslumo kliūtimis. Vadovo keturios pagrindinės sritys skirtos tiesiogiai reaguoti į šiuos iššūkius, padėti mokiniams ugdyti būtinas kompetencijas ir skatinti įtraukią ir tvarią verslumą jų bendruomenėse.

Šiame mokymo vadove pateiktos pagrindinės kompetencijos gali būti pirmasis žingsnis verslumo ugdymo įvedimui ir mokinių žinių spragų mažinimui. Įtraukus tikslinius modulius apie finansinį raštingumą ir verslo planavimą, šios spragos yra tiesiogiai sprendžiamos, o mokiniai aprūpinami praktiniais įrankiais, padedančiais pereiti nuo idėjų prie įgyvendinimo.

Kitas svarbus atradimas susijęs su konkrečiais iššūkiais, su kuriais susiduria moterys mokinės ir verslininkės, kurios nurodė ribotą atstovavimą, ribotą prieigą prie paramos tinklų ir nuolatinį lyčių šališkumą – problemas, dažnai pasitaikančias kaimo vietovėse. Atsakant į tai, mokymo vadove pabrėžiama komunikacijos įgūdžių ugdymo svarba ne tik siekiant stiprinti pasitikėjimą savimi ir viešojo kalbėjimo įgūdžius, bet ir padidinti prieigą prie profesinių tinklų bei pagerinti matomumą vyrams dominuojančiuose sektoriuose.

Nors profesinio mokymo studentai rodo didelį susidomėjimą verslumu, tyrimai rodo, kad verslumas profesiniame mokyme vis dar retai struktūrizuojamas ar skatinamas. Lėto verslumo įtraukimas į gairių pagrindinę koncepciją siūlo alternatyvų modelį, kuris atitinka kaimo vietovių studentų realijas, vertindamas tvarų vystymąsi, bendruomenines iniciatyvas ir ilgalaikį atsparumą, o ne greitą augimą ar konkurenciją.

1.3 Kaip naudotis šiuo mokymo vadovu?

Šis vadovas yra sudarytas modulinio būdu, todėl profesinio mokymo teikėjai, pedagogai ar mokytojai gali pasirinkti atskiras temas ir jas toliau plėtoti. Vietoj to, kad būtų sutelktas dėmesys į abstrakčius teorinius modelius, rengiant šį mokymo vadovą buvo akcentuojamos praktinės veiklos, kurias profesinio mokymo teikėjai gali naudoti ir ne tik tradiciniame verslo mokyme, bet ir, pavyzdžiui, klasės projektuose. Kiekvienas įgūdis ar sąvoka apima pagrindinę informaciją ir praktines veiklas su aiškiais instrukcijomis ir gairėmis, todėl mokymo sesijas lengva planuoti ir įgyvendinti. Nurodydami reikalingą laiką ir medžiagas, mokytojai gali geriau įvertinti būtinus išteklius.

Ypatingas dėmesys buvo skirtas šio mokymo vadovo dizainui, siekiant užtikrinti, kad: 1) jis sukeltų susidomėjimą verslumu; 2) remtų atitinkamų kompetencijų ugdymą; ir 3) būtų praktiškai naudingas mokinių kasdieniame gyvenime, net ir už verslumo konteksto ribų. Šis požiūris buvo pasirinktas siekiant užtikrinti, kad mokymas suteiktų pridėtinės vertės ir tiems mokiniams, kurie galbūt neketina steigti savo verslo³.

Lyčių lygybės skatinimas ir verslumo ugdymo prieinamumo didinimas padidina šio vadovo aktualumą visiems besimokantiesiems, užtikrinant, kad jame aptariamai įgūdžiai būtų prieinami, įgalinantys ir aktualūs įvairioms grupėms. Šio vadovo naudojimas ne tik skatina verslumo mąstymo ugdymą, bet ir padeda besimokantiesiems įgyti

³The idea of managing one's own life like a business has found its place in many areas of entrepreneurship education. This concept represents a synthesis of management theory, coaching, entrepreneurship, and personal development. Its goal is to encourage individuals to shape their lives with greater self-responsibility, strategic thinking, and entrepreneurial action also outside of business. In German sociology, Ulrich Bröckling has notably explored this phenomenon, especially in relation to governmental techniques, subjectivation, and neoliberal self-concepts. In his work "The Entrepreneurial Self: Fabricating a New Type of Subject" (in GER "*Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*") (2007), he illustrates how individuals are increasingly encouraged to conduct themselves as if they were enterprises, through goal setting (e.g., career planning), self-monitoring (e.g., efficiency improvement, optimization), risk management (e.g., self-presentation, job applications), marketing strategies (e.g., personal branding), and continuous self-improvement. He embeds these assumptions within the neoliberal paradigm, in which the individual becomes an entrepreneurial entity, and highlights the growing significance of self-regulation and personal responsibility in everyday life management.

pagrindinių kompetencijų, kurias galima pritaikyti kasdieniame gyvenime ir būsimoje karjere.

Šis mokymo vadovas grindžiamas keturiais ramsčiais, kurių kiekvienas skirtas konkretiems įgūdžiams ugdyti. Jis prasideda nuo lėto verslumo koncepcijos pristatymo, kad mokiniai suprastų, jog yra būdų verslumui užsiimti mažesne rizika. Antrasis šio mokymo vadovo ramstis – verslo plano rengimas, kuris yra glaudžiai susijęs su pirmuoju ramsčiu ir grindžiamas jo pagrindiniais principais. Trečiasis mokymo vadovo ramstis yra finansinis raštingumas, kuris buvo pripažintas kaip labai svarbus mokiniams ne tik asmeniniu požiūriu, siekiant didinti asmenų finansinę kompetenciją ir optimizuoti verslo finansus, bet ir siekiant mažinti riziką per patikimą finansinių išteklių rizikos valdymą. Be to, jis prisideda prie verslo tvarumo ir augimo. Tyrimai rodo, kad moterys verslininkės susiduria su ypatingais sunkumais, kai reikia gauti finansinių išteklių. Todėl informuotumo apie šiuos iššūkius didinimas ir mokymas finansinio raštingumo srityje, kartu su kitais šiame vadove aptariamais įgūdžiais, sudaro visapusišką ir įgalinančią mokymosi galimybę. Ketvirtasis mokymo vadovo ramstis yra bendravimo įgūdžiai, kurie yra būtini profesinio mokymo ir lavinimo besimokantiejiems. Efektyvus bendravimas yra ne tik pagrindinė kompetencija beveik visose profesijose, leidžianti besimokantiejiems užtikrintai bendrauti su klientais, kolegomis, vadovais ir užsakovais, bet ir svarbus privalumas siekiantiems tapti verslininkais.

1.4

Tikslinė auditorija

Verslininkų, turinčių profesinio mokymo patirties, nepakankamas atstovavimas gali rodyti, kad dabartinės profesinio mokymo programos nepakankamai integruoja verslumo ugdymą arba tinkamai neatsižvelgia į konkrečias kliūtis, su kuriomis susiduria mokiniai. Dėl to daugelis profesinio mokymo mokinių praranda galimybes ugdyti verslumo įgūdžius, kurie galėtų pagerinti jų karjeros perspektyvas ir prisidėti prie jų

regiono ekonominės plėtros. Šios spragos pašalinimas yra labai svarbus siekiant skatinti įtraukią verslumą, ypač kuriant pritaikytus mokymus, kuriuose atsižvelgiama į profesinio mokymo mokinių unikalius poreikius ir skatinamas jų dalyvavimas verslumo veikloje.

Šis mokymo vadovas skirtas mokyti besimokančiuosius, kurie nėra įtraukti į verslui orientuotas programas. Jo tikslas – palengvinti prieigą prie verslumo koncepcijų ir kompetencijų taikant lengvai prieinamus, praktika orientuotus metodus. Integruodamas praktines veiklas, vadovas leidžia lanksčiai jį taikyti įvairiuose sektoriuose, jis tinka tiek projektiniam, tiek klasiniam mokymuisi.

Ji yra priemonė profesinio mokymo teikėjams ir mokytojams, dirbantiems profesinio mokymo srityje, gilinti savo žinias, remti mokymą ir įkvėpti naujus metodus. Profesinio mokymo teikėjai ir mokytojai raginami pritaikyti turinį prie savo konkrečių sąlygų ir tikslinės grupės, su kuria dirba.

1.5

Mokymosi rezultatai

Šio mokymo vadovo bendrieji mokymosi rezultatai – suteikti mokiniams verslumo įgūdžių, kad jie galėtų drąsiai imtis verslumo veiklos.

Įgyvendinant šį mokymo vadovą, mokiniai yra remiami kuriant tvarius ir atsakingus projektus, kurie suderina ekonominę sėkmę su socialine ir aplinkosaugos atsakomybe. Mokiniai įgis finansinio raštingumo įgūdžių, kurie padės valdyti išteklius, sudaryti realistiškus biudžetus ir planuoti finansines rizikas bei galimybes. Mokiniai bus pasiruošę kurti verslo planus, kurie integruoja rinkos įžvalgas ir finansines prognozes su etišku sprendimų priėmimu, pagrįstu lėto verslumo principais. Be to, jie ugdys tarpkultūrinės komunikacijos kompetencijas, kad galėtų pagarbiai ir veiksmingai bendrauti su klientais ir įvairiais suinteresuotaisiais subjektais, pritaikydami strategijas prie įvairių kultūrinių kontekstų ir skatindami įtraukiasias verslo santykius.

Kiekviena praktinė užduotis šiame mokymo vadove yra sukurta siekiant aiškių mokymosi rezultatų, apibrėžiant, ką mokiniai turėtų žinoti, sugebėti daryti ar pritaikyti

užduoties pabaigoje. Šis požiūris padeda tiek mokytojams, tiek mokiniams siekti aiškių tikslų. Aiškiai apibrėžti mokymosi rezultatai leidžia objektyviai įvertinti mokinių pasiekimus, palengvina kokybės užtikrinimą ir konstruktyvią grįžtamąją informaciją.

2 Lėtas verslumas

2.1 Lėto verslumo koncepcija

Kas yra lėtas verslumas?

Norint tinkamai naudotis šiuo vadovu, svarbu suprasti jo pagrindinę koncepciją. Lėtas verslumas apima įvairias vertybes, kurios sąmoningai akcentuoja verslo kūrimą ir valdymą, nesutelkiant dėmesio į greitą augimą, nuolatinę inovaciją ir mastelio keitimą. Ji siekia būti tvari, persvarstydama, kas yra reikšminga visuomenei tiek socialiniu, tiek ekonominiu požiūriu. Klasikinė įmonė ar bendrovė orientuojasi į greitą plėtrą ir didelę finansinę grąžą, o „lėtas verslininkas“ verslą grindžia modeliu, kuris vertinamas pagal ilgalaikės investicijas ir poveikį, aktualumą vietos kontekstui bei kolektyvinę ir asmeninę gerovę.

Jo tikslas nėra pasiekti sėkmę vien tik darbo tempu, bet labiau apgalvoti, ką reiškia būti tvariu ir suteikti prasmę ekonominei veiklai. Todėl jo koncepcija yra paremta „lėto judėjimo“ idėja, įkvėpta „Slow Food“ judėjimo, kuris akcentuoja pagarbą vietos tradicijoms, aplinkos tvarumą ir skiria laiko viską atlikti tinkamai.

Verslo kontekste tai reiškia įsipareigojimą kokybei, pasitikėjimo su klientais ir partneriais puoselėjimą bei verslo ritmą, leidžiantį apmąstyti, prisitaikyti ir rūpintis. Šia logika besivadovaujantys verslininkai dažnai renkasi kurti atsižvelgdami į esamus bendruomenės poreikius, kultūrinį paveldą ar ekologinius apribojimus, o ne bandydami juos keisti. Jų projektai paprastai auga kukliai, lieka įsitvirtinę savo teritorijose ir vystosi atsižvelgiant į žmones ir vietas, kurioms jie tarnauja.

„Slowpreneur“ siūlo sprendimą, kuris įgalina jaunus žmones kurti tvarias, novatoriškas įmones ir tuo pačiu skatina jų gerovę, remdamasis „sulėtėjimo“ koncepcija. Ši koncepcija skatina jaunus verslininkus sulėtinti tempą, apmąstyti ir taikyti tvarias praktikas, kurios prisideda prie jų asmeninio tobulėjimo ir jų bendruomenių atsparumo. Skirtingai nuo tradicinių verslumo programų, „Slowpreneur“ pristato sulėtinimą kaip pagrindinį principą, padedantį jauniems žmonėms išvengti greito augimo ir pelno siekimo spaudimo, o vietoj to skatinant kūrybiškumą, atsparumą ir gerovę.

Praktikoje lėtas verslumas gali įgauti įvairias formas. Tai gali būti kaimo vietovėje įsikūrusi mikroįmonė, glaudžiai bendradarbiaujanti su vietos gamintojais, siekdama išsaugoti tradicines žinias. Tai gali būti kooperatyvas, kuris pelną reinvestuoja į bendruomenės iniciatyvas, o ne į plėtrą. Tai taip pat gali būti individualus verslas, kuris riboja savo klientų ratą, siekdamas išvengti pernelyg didelio darbo krūvio ar išsekimo, suderindamas verslo modelį su asmeninio gyvenimo pasirinkimais. Šias praktikas sieja ne jų dydis ar sektorius, o sąmoningi pastangos suderinti verslo sprendimus su etiniais įsipareigojimais, socialine atsakomybe ir aplinkosaugos sąmoningumu. Šis požiūris ypač rezonuoja periferiniuose ir kaimo regionuose, kur tradicinės verslumo formos gali būti nepraktiškos ar nepageidaujamos. Jis siūlo alternatyvą išteklių gavybos modeliams, dažnai labiau suderintą su teritorijos poreikiais ir aplinkos ribomis.

Visoje Europoje tylus judėjimas keičia verslo sampratą. Tolydžiai nuo sparčiai besikeičiančio startuolių ir rizikos kapitalo pasaulio, smulkūs verslininkai kuria lėtai augančias, vietos mastu veikiančias įmones, kurios kaimo ir atokiose vietovėse teikia pirmenybę gilumai, o ne mastui. Šios įmonės nesiekia užkariauti pasaulinių rinkų, bet reaguoja į savo bendruomenių poreikius ir tvarumo vertybes.

2.2 Lėto verslumo aktualumas profesinio mokymo sektoriuje

Kadangi lėto verslumo koncepcija yra nauja, jos aktualumas profesinio mokymo srityje dar turi būti įrodytas. Tačiau ji atitinka besikeičiančius mokinių poreikius iš Europos

regionų, kurie susiduria su gyventojų mažėjimo, nedarbo ar demografinių pokyčių problemomis. Lėtėjimas ir lėtas verslas yra alternatyvus tvaraus ekonominės veiklos modelis, kuris yra orientuotas į bendruomenę ir ateitį. Dėl šių vertybių jis ypač tinka profesinio mokymo besimokantiesiems, kurie dėl studijų dažnai yra įsitvirtinę savo vietos kontekste ir turi mažiau galimybių judėti nei aukštojo mokslo studentai.

Profesinio mokymo dalyviai akcentuoja įgūdžių mokymąsi, vertindami amatų meistriškumą, priežiūros darbą, kultūrinę žinias, agroekologiją ir visas sritis, glaudžiai susijusias su profesinėmis disciplinomis. Tai leidžia mokiniams vertinti savo techninius ir rankų darbo įgūdžius ne tik kaip darbo rinkos įrankius, bet ir kaip pagrindą kuriant atsparius, tikslingus verslus. Be to, daugelis profesinio mokymo dalyvių yra kilę iš kaimo, priemiesčių ir (arba) ekonomiškai nepalankių vietovių, kur tradicinės užimtumo galimybės gali būti ribotos. Lėtas verslumas suteikia galimybę tiesiogiai paveikti jų pragyvenimo šaltinius, atitinkančius vietos poreikius, nesvarbu, ar tai būtų maisto gamyba, svetingumas, amatai ar paslaugos.

Taip pat svarbus socialinis ir ekologinis atsakingumas, ugdant ir puoselėjant tvarumo ir etikos mąstyseną, kuri vis labiau reikalinga įvairiose pramonės šakose, kuriose taikoma ESG politika. Šių principų integravimas į profesinio mokymo programas gali padėti mokiniams ugdyti ne tik pasirengimą darbui, bet ir verslumo gebėjimus, grindžiamus aplinkos apsauga ir bendruomenės įtraukimu.

2.3 Gerosios praktikos ir pavyzdžiai lėto verslumo srityje

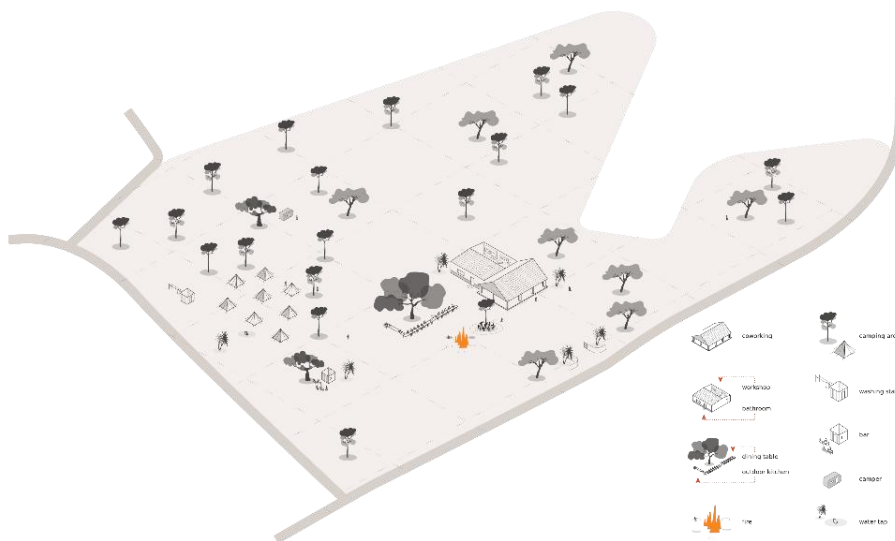
Ši koncepcija, nors ir nauja praktikoje bei sunkiai įgyvendinama naujiems verslams, dažniausiai taikoma toli nuo miestų centrų, kur finansavimas ir galimybės yra ribotos, palyginti su miestų verslais. Toliau pateikiami keli sėkmingi pavyzdžiai, iliustruojantys, kas yra lėtas verslumas.

1. Sende Portugal – bendras gyvenimas Portugalijos kaime

Atokiose Šiaurės Portugalijos kalnuose Sende įsitvirtino kaip įtikinamas lėto verslumo pavyzdys, kur pirmenybė teikiama giliai patirčiai, bendruomenei ir ryšiui su vietove, o ne sparčiam augimui ar rinkos sąlygomis grindžiamai plėtrai. Remdamiesi savo kilmės vieta kaimo Galicijoje, įkūrėjai nusprendė neplėstis per kopijavimą ar frančizę, bet likti ištikimi apleistų kaimų atkūrimui ir erdvės, kurioje žmonės gali mąstyti, dirbti ir gyventi kitoku tempu, kūrimui. Taip jie pavertė užmirštas kaimo vietas gyvybingais kūrybiškumo, mokymosi ir tarptautinių mainų mikrocentrais.

Iš esmės Sende yra daugiau nei bendro gyvenimo ir bendradarbiavimo projektas. Jis naudoja šias priemones, kad surengtų ir palengvintų kelių dienų renginius, skirtus žmogiškiesiems santykiams ir bendram tikslui. Kiekvienas susibūrimas prasideda nuo grupės formavimo ir neformalaus ryšio užmezgimo – tai esminis žingsnis, leidžiantis susiformuoti pasitikėjimui prieš gilinantis į turinį. Renginiai apima įvairias temas – nuo inovacijų ir verslumo iki konfliktų sprendimo ir švietimo dizaino. Jie dažnai rengiami bendradarbiaujant su NVO, švietėjais ar įmonėmis, ieškančiomis ramios aplinkos, kurioje galėtų atsiriboti nuo kasdienio triukšmo. Komandos atvyksta į „Sende“ ne dėl greičio ar efektyvumo, bet norėdamos išeiti iš savo struktūrų ir ramiai, susikaupus spręsti problemas.

Sende sėkmę lemia tai, kad ji nesileidžia į kompromisus dėl savo vertybių. Ji sąmoningai išliko nedidelė, savo dydį panaudodama kaip privalumą, kad išsaugotų intymumą ir autentiškumą. Jos erdvės yra žmogaus dydžio, jos ritmas – sezoninis, o darbo stilius – labiau bendradarbiavimu, o ne sandoriais pagrįstas. Sparta ir mastas dominuojančiame kontekste Sende rodo, kad tvarus verslumas gali augti lėtai, rūpestingai, atsižvelgiant į žemę, žmones ir kaimo gyvenimo ateitį.



The map of Sende Portugal by Ena

2. NoceFresca – Menininkų rezidencija Sardinijoje

NoceFresca⁴ - tai rezidencija, įsikūrusi ramioje Sardinijos kaimo vietovėje, kuri yra tvari tarptautinių menininkų svetingumo tinklas. Ji siūlo kūrėjams iš viso pasaulio laiką, erdvę ir aplinką, kurioje jie gali mėstyti, kurti ir mėgautis lėtesniu gyvenimo ritmu.



Dėl stiprių ryšių su žeme ir žmonėmis Nocefresca įkūnija lėto verslumo principus: ji teikia pirmenybę procesui, o ne našumui, ryšiams, vartojimui, gilumai, mastui.

Šis projektas laikomas gerąja lėto verslumo praktika, nes jis vykdomas neturistinėje vietovėje, yra įsišaknijęs vietos bendruomenėje ir skatina Sardinijos kultūrą per žmonių

⁴ <https://www.nocefresca.it/>

mainus ir kaimo vietovių atgaivinimą. Šeimininkas akcentuoja kokybiškus potyrius, skatina glaudų menininkų bendruomenės ryšį ir reikšmingus mainus, o ne masinį dalyvavimą. Priima menininkus, kurie domisi vietos tradicijomis ir kraštovaizdžiu, padeda išsaugoti Sardinijos paveldą ir skatina supratimą apie salos unikalią kultūrinę tapatybę. Rezidencija menininkams suteikia palankią aplinką eksperimentuoti ir kurti savo darbus be spaudimo siekti greito komercinio sėkmės, laikantis lėto verslumo principų, kurie vertina procesą labiau nei produktą.

Nocefresca kiekvienam rezidentui siūlo ramų, visiškai įrengtą darbo kambarį, esantį istoriniame Sardinijos kaimų centre. Šios erdvės yra daugiau nei studijos – tai įėjimas į salos ritmą, architektūrą ir gyvą paveldą. Nocefresca išskirtinumas – stiprus ryšys su vietos bendruomene. Menininkai gyvena ir dirba kartu su kaimų gyventojais, kur gamta, amatai ir tradicijos tebėra kasdienio gyvenimo dalis. Šis įsitraukimas skatina nuoširdų praktikos, vertybių ir perspektyvų mainus, nepažeidžiant vietos kultūros. Vietoj rezultatų, rezidencija skatina dialogą ir abipusį praturtinimą, stiprindama idėją, kad kūrybiškumas gali būti bendro gyvenimo forma.

3. Mannos – Sardinijos atgaivinimas per vietinę kultūrą, maistą ir amatų tradicijas

Mannos⁵ yra Sardinijoje vykdoma iniciatyva, kuri iš naujo apibrėžia žmonių santykį su maistu, žeme ir vietos tradicijomis. Įkūrėja Maria Giovanna Mereu, po daugelio metų užsienyje grįžusi į savo salos šaknis, „Mannos“ nėra įprasta ferma ar parduotuvė, tai gyvas vietos gamintojų, amatininkų ir smulkių ūkininkų tinklas, įsipareigojęs išsaugoti Sardinijos kultūrinį ir žemės ūkio identitetą taikant tvarias, nedidelio masto praktikas.

⁵ <https://www.mannos.it/>



Projekto pagrindą sudaro išskirtinis „adopcijos modelis“. Asmenys ir įmonės gali adoptuoti alyvmedžius, avilius, vynuogynus ar mažus ūkius ir gauti autentiškus sezoninius produktus, pagamintus Sardinijos gamintojų tradiciniais metodais. Šis tiesioginis ryšys tarp gamintojų ir adoptuotojų yra daugiau nei komercinis. Jis kuria emocinį ryšį ir pasitikėjimą, priartina miesto vartotojus prie kaimo gamybos ritmų ir skatina ilgalaikę paramą vietos ekosistemoms ir amatams.

Kiekvienas įvaikinimas yra susijęs su istorijomis, naujienomis ir siuntiniais, ne tik produktais, bet ir dalimi Sardinijos gyvenimo. Įmonėms „Mannos“ siūlo pritaikytas patirtis, kuriose etiškos dovanos derinamos su socialiniu ir aplinkosauginiu poveikiu. Įmonės gali įvaikinti darbuotojų ar klientų vardu, organizuoti vizitus ir integruoti Sardinijos vertybes, tokias kaip rūpestis, lėtas gyvenimo tempas, atsakomybė, į savo įmonės kultūrą. Užuoat pasirinkusi greitas, neasmenines prekės ženklo strategijas, „Mannos“ kviečia įmones investuoti į tvirtas, lėtas ir nuoširdžias santykius. „Mannos“ klesti ne dėl augimo rodiklių ar tarptautinio masto, bet dėl savo gebėjimo vėl sujungti žmones su vieta. Ji sujungia žemės ūkį, pasakojimus ir tapatybę į modelį, kuris skatina tęstinumą, amatų meistriškumą ir vietos ekonomiką.

2.4

Praktinės veiklos lėto verslumo mokymui

2.4.1

Verslo kūrimas kartu

Trukmė	3 hours
Tikslai	➤ Padėkite dalyviams iširti ir apibrėžti verslo idėją, atitinkančią lėto verslumo principus. ➤ Padėkite mokiniams savo idėjas pateikti naudingų formatu, kuris galėtų tapti interneto svetainės, plakato ar nedidelės kampanijos pagrindu. ➤ Pristatykite pagrindines priemones, padedančias suprasti vartotojų poreikius, rinkos kontekstą ir vertės kūrimą. ➤ Skatinkite vizualinį mąstymą, bendradarbiavimą ir gebėjimą greitai ir apgalvotai kartoti. ➤ Sustiprinkite idėją, kad geri verslai auga iš aiškių, vietos sąlygomis pagrįstų ir kruopščiai apgalvotų idėjų.
Mokymosi rezultatai	➤ A clearly formulated business idea built around real needs, not abstract ambitions. ➤ A simple visual prototype that communicates the core message and feel of the business. ➤ Greater awareness of the tools and steps involved in planning a small venture. ➤ Improved confidence in articulating slow, sustainable, and locally rooted ideas.
Grupės sudėtis	Sukurta mažoms ir vidutinio dydžio grupėms (20–25 dalyviai), siekiant skatinti turiningas diskusijas, tarpusavio paramą ir praktinį bendradarbiavimą.
Reikalingos medžiagos	➤ Lenta ir žymekliai ➤ Lipniosios užrašų kortelės ir rašikliai ➤ Kompiuteriai arba planšetiniai kompiuteriai su interneto prieiga (pagrindiniams rinkos tyrimams) ➤ Prototipų kūrimo įrankiai: popierius, žymekliai, žirklės, lipni juosta arba kūrybinės medžiagos, pvz., „Lego“ kaladėlės ➤ Pasirinktinai: „Canva“, „Figma“ arba paprasti eskizų šablonai skaitmeniniams prototipams kurti

Patarimai mokytojui	➤ Nustatykite atvirą toną ir užtikrinkite mokinius, kad tai yra kūrybinis eksperimentas, o ne pristatymų konkursas. ➤ Pabrėžkite, kad mes neieškome „kito startuolio“, o prasmingų, žmogaus mastu idėjų. ➤ Padėkite dalyviams apmąstyti savo idėjos tempą, tikslą ir asmeninę reikšmę.
----------------------------	--

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Ši praktinė sesija supažindina dalyvius su mažos verslo idėjos ankstyvuoju projektavimo etapu. Dirbdami vieni arba poromis, mokiniai sukurs koncepciją, atlikdami keturis pagrindinius žingsnius:

1. Realaus pasaulio problemos identifikavimas
2. Sprendimo pasiūlymas
3. Tikslinės auditorijos apibrėžimas
4. Unikali vertės pasiūlymo formulavimas (*ang. unique value proposition (USP)*)

Mokiniai atliks greitą rinkos ir konkurentų tyrimą, tada sukurs paprastą prototipą, vizualizuodami, kaip jų idėja galėtų atrodyti kaip pradinis puslapis ar pristatymas. Šis procesas skatina iteracinį mąstymą, eksperimentavimą ir stiprų ryšį tarp tikslo ir auditorijos. Svarbu, kad mokiniams būtų priminta, jog tai yra darbo hipotezė, o ne galutinis produktas. Tikslas yra pereiti visą procesą, o ne pasiekti „teisingą“ rezultatą.

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Verslo idėjos generavimas	1 valanda	Mokiniai nustato nedidelę jiems rūpimą problemą, pasiūlo apgalvotą sprendimą ir apibrėžia savo tikslinę auditoriją. ➤ Klausimas: „Kas aplink jus neveikia gerai, bet galėtų veikti, jei šiek tiek pasistengtumėte?“ ➤ Skatinkite greitas ir paprastas idėjas. Nesvarstykite per daug. ➤ Nubrėžkite keturis pagrindinius elementus: problemą, sprendimą, tikslinę auditoriją ir unikalios vertės pasiūlymus (unikalus jūsų produkto aspektas arba unikalūs pardavimo aspektas).

2	Rinkos tyrimas ir konkurentų analizė	30 minučių	Dalyviai nagrinėja: ➤ Ar šis produktas ar paslauga jau egzistuoja? ➤ Kaip ji siūloma ir kam ➤ Ką kiti daro gerai ar blogai šioje srityje? ➤ Kas daro mano idėją lėtai įgyvendinamą, išskirtinę ir aktualią vietos mastu? Patarimas mokytojui: padėkite jiems sutelkti dėmesį į tikrąją formą, o ne įsivaizduojamą mastelį. Jei kažkas jau egzistuoja, puiku! Dabar tai patobulinkite arba pritaikykite.
3	Vizualus prototipų kūrimas	1 valanda 30 minučių	Naudodami popierių, žymeklius ar skaitmenines priemones, mokiniai sukuria pagrindinį savo pradinio puslapio, produkto plakato ar vizualaus pristatymo maketą. ➤ Siūlome naudoti A4 formato popieriaus „blokus“ kiekvienam skyriui (antraštė, vaizdas, pasiūlymas, atsiliepimas ir kt.) ➤ Jei jie teikia pirmenybę skaitmeniniams sprendimams: paprasti maketai Canva programoje arba ranka piešti maketai puikiai tinka. ➤ Jei tai fizinis produktas, jie gali nupiešti pakuotę arba sukonstruoti ją iš daiktų. Šis procesas padeda įtvirtinti jų idėją kažkuo apčiuopiamu, tuo pačiu atskleidžiant jų mąstymo aiškumą arba painiavą.
4	Apibendrinimas		Šis paskutinis žingsnis padeda dalyviams apmąstyti, ką jie sukūrė ir kaip jautėsi tai darydami. Moderatoriaus klausimai: ➤ Kaip vyko smegenų šturmas? Ar kas nors jus nustebino? ➤ Kur susidūrėte su sunkumais ir kodėl? ➤ Ar jautėte ryšį su savo idėja? Ar ji atrodė realistiška? ➤ Kaip rinkos tyrimas paveikė tai, ką pakeitėte ar palikote? ➤ Ką prototipų kūrimas jums išmokė apie savo idėjos komunikavimą? ➤ Koks būtų jūsų kitas žingsnis, jei turėtumėte daugiau laiko?

2.4.2

Dalyvio verslo idėjų dekonstravimas

Trukmė	Apie 3/4 valandas
Tikslai	➤ Motyvuokite mokinius taikyti lėto verslumo principus, priemones ir strategijas realioms projektų idėjomis. ➤ Remkite kritišką verslo koncepcijų vertinimą, atliekant nuoseklią analizę. ➤ Pabrėžkite, kaip svarbu skirti laiko, kad giliai suprastumėte kiekvieną verslo komponentą: auditoriją, poveikį, ryšius su bendruomene ir tvarumą. ➤ Sukurti erdvę bendram mokymuisi ir bendradarbiavimui tobulėti. ➤ Skatinti dalyvius permąstyti sėkmę ne kaip mastą ar greitį, bet kaip ilgalaikę vertę ir atsparumą.
Mokymosi rezultatai	➤ Gilesnis supratimas, kaip lėto verslumo principai taikomi praktikoje. ➤ Geresnis gebėjimas analizuoti ir pritaikyti verslo idėjas per grupės refleksiją. ➤ Didesnis pasitikėjimas planuojant verslą, sutelkiant dėmesį į ilgalaikę vertę, ekologinį sąmoningumą ir vietos aktualumą. ➤ Turtingesnių, atsparesnių projektų koncepcijų, pagrįstų asmenine ir kolektyvine įžvalga, kūrimas.
Grupės sudėtis	Idealiai tinka mažoms ir vidutinio dydžio grupėms (15–20 dalyvių), siekiant užtikrinti tikslingą analizę, prasmingą keitimąsi informacija ir bendradarbiavimu grindžiamą mokymąsi.
Reikalingos medžiagos	➤ Balta lenta ir žymekliai arba skaitmeninė prezentacijos priemonė ➤ Bloknotai, rašikliai arba nešiojamieji kompiuteriai, kad dalyviai galėtų daryti užrašus
Patarimai mokytojui	➤ Pasirinkite dalyvio idėją, kuri atspindi lėto verslumo vertybes, rūpinimąsi bendruomene, tvarumą, įsišaknijimą vietos kontekste ir ilgalaikę viziją, o ne greitą pelną. ➤ Vadovaukite dekonstrukcijos procesui, kad būtų apgalvotai išnagrinėti visi svarbiausi elementai. ➤ Skatinkite atvirą dialogą ir aktyvų dalyvavimą; vertinkite apmąstytą indėlį, o ne greitį. ➤ Teikite konstruktyvius atsiliepimus realiuoju laiku, pabrėždami prasmingą tobulėjimą, o ne tobulumą.

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Šioje sesijoje mokiniai kviečiami kartu išanalizuoti pasirinktą verslo idėją, sutelkdami dėmesį į jos pagrindinius elementus. Tikslas – sustiprinti lėto verslumo teorijos taikymą praktikoje. Idealiu atveju pasirinktą idėją reikėtų nagrinėti ankstesniame užsiėmime.

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Pasirengimas ir idėjų atranka	15 minučių	Mokytojas pasirenka verslo idėją, kuri iliustruoja lėto augimo vertybes: įsitvirtinusi vietoje, tarnaujanti realiai bendruomenei ir nepriklausoma nuo greito augimo. Mokiniai suskirstomi į mažas diskusijų grupes. Vizualinės priemonės parengiamos iš anksto, kad padėtų dekonstrukcijos procese.
2	Verslo idėjos pristatymas	30 minučių	Atrinktas dalyvis (arba grupė) pristato idėją, pabrėždamas jos rinką, auditoriją, problemos apibūdinimą ir siūlomą sprendimą. Grupė skatinama užduoti klausimus, ginčyti prielaidas ir siūlyti 1 % patobulinimus – nedidelius, bet reikšmingus patobulinimo pasiūlymus.
3	Dekonstrukcijos procesas	1 valanda	Grupė kartu išnagrinėja verslo idėją: ➤ Kas yra tikslinė auditorija ir kokie yra jos realūs poreikiai? ➤ Į kokią problemą reaguoja idėja ir kodėl tai svarbu? ➤ Kokia yra vertės pasiūlymo esmė ir kuo jis yra unikalus ar aktualus lėto konteksto sąlygomis? ➤ Kaip idėja pozicionuojasi palyginti su panašiomis vietinėmis ar tradicinėmis alternatyvomis? Šiame etape naudojami tokie įrankiai kaip grupės žemėlapiai, SWOT analizė ir teminiai klausimai, padedantys orientuotis.
4	Teorinių žinių taikymas	1 valanda	Idealiu atveju dalyviai gali susieti kiekvieną idėjos elementą su sistemomis (pvz., empatijos žemėlapiais, klientų profiliavimu, tvarių verslo modelių kūrimu). Jei taip nėra, dėmesys gali būti skiriamas „lėtai verslumui“ ir tam, kaip „lėtumą“ galima integruoti į dizaino sprendimus.
5	Grupinė diskusija ir idėjų tobulinimas	1 valanda	Palengvintas grupinis darbas padeda patobulinti pradinę koncepciją. Dalyviai bendradarbiauja siekdami patobulinti idėją, kad ji taptų lankstesnė, labiau pritaikyta kontekstui ir suderinta su lėto verslumo vertybėmis.
6	Apibendrinimas ir uždarymas	15 minučių	Grupė peržiūri padarytus pakeitimus ir išskiria svarbiausius sesijos metu įgytus įgūdžius. Patobulinta idėja užrašoma ateities reikmėms ir dalijamasi su grupe.

			Ši refleksijos erdvė leidžia dalyviams susieti patirtį su savo asmeniniais projektais ir platesne verslumo kelione. Siūlomi orientaciniai klausimai: ➤ Kas pasikeitė jūsų supratime apie verslo planavimą po šio užsiėmimo? ➤ Kuri dekonstrukcijos proceso dalis labiausiai iššaukė jūsų mąstymą? ➤ Kaip tai, ką išmokote šiandien, galite pritaikyti savo projektui ar idėjai? ➤ Ką jums dabar reiškia „vertė“, atsižvelgiant į lėtumą, tvarumą ir poveikį?
--	--	--	--

3

Verslo plano kūrimas

3.1

Verslo plano kūrimo įgūdžio aktualumas

Verslo plano kūrimo įgūdžiai yra svarbūs verslumo požiūriu, nes jie yra tiek gairės, tiek strateginė priemonė, padedanti naują verslo idėją nukreipti link galimo sėkmės. Gera suplanuotas verslo planas apibrėžia verslo viziją, misiją, tikslus, tikslinę rinką, konkurenciją, rinkodaros strategijas, finansines prognozes ir veiklos struktūrą. Tai leidžia būsimiems verslininkams aiškiau ir tikslingiau įgyvendinti savo idėjas.

Gebėjimas parengti tinkamą verslo planą padeda verslininkui kritiškai įvertinti savo koncepcijos idėjos įgyvendinamumą, nustatyti galimus iššūkius ir efektyviai planuoti išteklių paskirstymą.

Be to, verslo planas yra būtinas norint užsitikrinti potencialų finansavimą, nes investuotojai ir finansų įstaigos juo remiasi vertindami verslo idėjos perspektyvumą ir pelningumą. Be išorės suinteresuotųjų šalių, verslo plano rengimo procesas stiprina verslininko sprendimų priėmimo įgūdžius ir skatina ilgalaikį mąstymą. Tai padeda verslininkui numatyti būsimus rizikos veiksnius, įvertinti pažangą ir pritaikyti strategijas,

kai verslas auga ir rinkos sąlygos keičiasi. Iš esmės, gebėjimas parengti tvirtą verslo planą paverčia idėją struktūrizuotu, įgyvendinamu ir tvariu verslu.

3.2 Praktinė veikla verslo plano kūrimo mokymui

3.2.1 Verslo plano kūrimas

Trukmė	Apie 2-4 valandas (gali būti koreguojama)
Tikslai	Suteikti profesinio mokymo studentams praktinių žinių ir praktinės patirties, kad jie galėtų parengti pagrindinį verslo planą, naudodami interaktyvias veiklas.
Mokymosi rezultatai	➤ Dalyviai supranta pagrindinius verslo plano komponentus (pvz., rinkos analizę, finansavimą, rinkodarą, tikslinės grupės). ➤ Dalyviai geba taikyti verslo modelio kanvą verslo idėjai struktūrizuoti. ➤ Dalyviai gali plėtoti savo verslo idėją naudodami verslo modelio kanvą. ➤ Dalyviai geba parengti pagrindinį verslo planą (pvz., santrauką, finansinį planą, tikslinės auditorijos aprašymą). ➤ Jie supranta, kaip išlaidos, pajamos ir ištekliai dera su verslo modeliu. ➤ Dalyviai gali aiškiai ir įtikinamai pristatyti savo verslo idėją (pvz., pristatymo forma). ➤ Seminaras skatina verslumo mąstymą, problemų sprendimo įgūdžius ir komandinį darbą. ➤ Jis ugdo atsakomybės jausmą už savo verslo idėjos ekonominį ir socialinį poveikį.

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Įžanga	15 minučių	Verslo planavimo svarba – moderatorius gali naudoti aukščiau pateiktą tekstą, kad profesinio mokymo dalyviams paaiškintų, kodėl verslo plano sudarymo įgūdžiai yra svarbūs.

			Verslo plano sudedamųjų dalių apžvalga: SWOT analizės ir verslo modelio kanvos šablonų pristatymas
2	Verslo idėjų generavimas	30 minučių	Dalyviai individualiai arba grupėse generuoja paprastas verslo idėjas. Trumpas verslo idėjos pristatymas individualiai/komandai.
3	SWOT analizė	45 minutės	Kiekviena komanda atlieka savo idėjos SWOT analizę. Prieš kiekvienai komandai atliekant savo idėjos SWOT analizę, moderatorius turėtų trumpai paaiškinti kiekvieną SWOT dalį ir pateikti 1–2 pavyzdžius profesinio mokymo studentams. SWOT analizė padeda studentams mąstyti kritiškai ir skatina atvirą diskusiją.
4	Verslo modelio kanvas	60 minučių	Kai dalyviai baigs SWOT analizę, galite jiems pristatyti verslo modelio kanvą: https://canvanizer.com/new/business-model-canvas
5	Pristatymai ir grįžtamasis ryšys	45 minutės	Kiekviena grupė turi pristatyti savo SWOT analizę ir verslo modelio kanvą. Svarbu pabrėžti, kad šie įrankiai yra paprastas bet kokios verslo idėjos planas, kurio tikslas – patikrinti ir patobulinti jūsų verslo idėją.

Šablono pavyzdys:



Business Model Canvas Demo				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Verslo modelio kanvos pavyzdinis šablonas - canvanizer.com

Verslo modelio kanvas sistemingai atspindi verslo modelį, todėl dalyviai gali sutelkti dėmesį į savo verslo modelio segmentus po vieną. Tai taip pat reiškia, kad galite pradėti nuo idėjų išskrovimo, užpildydami segmentus, kurie pirmiausia ateina į galvą, ir tada dirbdami su tuščiais segmentais, kad užpildytumėte spragas. Toliau pateiktas klausimų sąrašas padės dalyviams surengti smegenų šturmo sesiją ir palyginti keletą variantų bei idėjų jūsų kitam verslo modelio naujovėms.

1) Pagrindiniai partneriai

- i. Kas yra jūsų pagrindiniai partneriai/tiekėjai?
- ii. Kokie yra partnerystės motyvai?

2) Pagrindinės veiklos

- i. Kokios pagrindinės veiklos reikalauja jūsų vertės pasiūlymas?
- ii. Kokios veiklos yra svarbiausios platinimo kanalų, santykių su klientais, pajamų srauto atžvilgiu?

3) Vertės pasiūlymas

- i. Kokią pagrindinę vertę teikiate klientui?
- ii. Kokius kliento poreikius tenkinate?

4) Santykiai su klientais

- i. Kokių santykių tikisi tiksliniai klientai?
- ii. Kaip galite tai integruoti į savo verslą, atsižvelgdami į sąnaudas ir formatą?

5) Klientų segmentas

- i. Kokioms klasėms kuriate vertę?
- ii. Kas yra jūsų svarbiausias klientas?

6) Pagrindiniai ištekliai

- i. Kokių pagrindinių išteklių reikia jūsų vertės pasiūlymui?
- ii. Kokie ištekliai yra svarbiausi platinimo kanalams, santykiams su klientais, pajamų srautui...?

7) Platinimo kanalai

- i. Per kokius kanalus jūsų klientai nori būti pasiekiami?
- ii. Kokie kanalai veikia geriausiai? Kiek jie kainuoja? Kaip juos galima integruoti į jūsų ir jūsų klientų kasdienybę?

8) Sąnaudų struktūra

- i. Kokios yra didžiausios jūsų verslo sąnaudos?
- ii. Kokie pagrindiniai ištekliai/veiklos yra brangiausi?

9) Pajamų srautas

- i. Už kokią vertę jūsų klientai yra pasirengę mokėti?
- ii. Už ką ir kaip jie moka pastaruoju metu? Kaip jie norėtų mokėti?
- iii. Kiek kiekvienas pajamų srautas prisideda prie bendrų pajamų?

Finansinis raštingumas profesinio mokymo ir lavinimo (VET) mokiniams gali būti sudėtingas, nes dažnai apima abstrakčias sąvokas, pavyzdžiui, biudžeto planavimą, mokesčius ar investicijas. Šios temos gali atrodyti teorinės ir nesusijusios su mokinių kasdienne patirtimi. Svarbu padidinti finansinio raštingumo mokymo aktualumą, nes kitaip, jei mokiniai nematys, kaip finansiniai įgūdžiai tiesiogiai taikomi jų asmeniniame gyvenime ar karjeros tiksluose, jie gali prarasti motyvą. Siekiant išvengti finansinės terminologijos sudėtingumo, reikalingi aiškūs paaiškinimai ir praktiniai pavyzdžiai. Be to, kai kurie mokiniai gali būti mažai susipažinę su finansiniu švietimu arba gali jį sieti su stresu ar nesėkmėmis. Tradiciniai paskaitų metodai be praktinių užsiėmimų ar realaus gyvenimo konteksto gali padaryti šią temą neįdomią ir nesusijusią su realybe. Norint įveikti šias kliūtis, finansinio raštingumo mokymas turėtų būti interaktyvus, suprantamas ir pritaikytas prie mokinių patirties ir tikslų. Praktinių pavyzdžių, pasakojimų ir realaus gyvenimo taikymų įtraukimas gali žymiai padidinti mokinių įsitraukimą ir supratimą.

4.1 Finansinio raštingumo aktualumas

Finansinio raštingumo mokymo poreikis buvo plačiai pripažintas kaip pagrindinė kompetencija, padedanti įveikti kliūtis verslo ar laisvai samdomų darbuotojų karjeros keliuose. Tai ypač svarbu profesinio mokymo ir lavinimo (VET) besimokantiems, ypač moterims kaimo vietovėse. Dažnai ribotas prieinamumas prie tinklų kūrimo galimybių, teigiamų pavyzdžių, finansinių žinių ir vietos išteklių apsunkina verslo kūrimą ir išlaikymą. Finansinio raštingumo stiprinimas suteikia mokiniams būtinų įgūdžių, pvz., biudžeto sudarymo, planavimo, investavimo ir rizikos valdymo, kurie yra labai svarbūs kuriant perspektyvias verslo idėjas ir sėkmingai valdant savarankišką veiklą. Moterims, gyvenančioms kaimo vietovėse, šie įgūdžiai ne tik skatina ekonominę nepriklausomybę, bet ir aktyvų dalyvavimą vietos plėtroje. Be to, geresnis finansinis raštingumas didina galimybes gauti tinkamą ir tvarų finansavimą, kuris yra labai svarbus kaimo bendruomenių ilgalaikiam augimui.

Finansinis raštingumas atlieka pagrindinį vaidmenį veiksmingame rizikos valdyme, nes suteikia besimokantiejiems priemones, leidžiančias atpažinti, įvertinti ir tinkamai reaguoti į finansinį neapibrėžtumą versle, taip suteikiant jiems galimybę aktyviai vertinti ir mažinti riziką. Tvirtai suprasdami biudžeto sudarymą, pinigų srautų stebėjimą, taupymo strategijas ir draudimo galimybes, verslininkai gali numatyti galimas rizikas, pavyzdžiui, rinkos svyravimus, netikėtas išlaidas ar klientų paklausos pokyčius. Šios žinios leidžia jiems kurti nepaprastųjų situacijų planus, priimti pagrįstus investicinius sprendimus ir atsargiai paskirstyti išteklius, kad būtų sumažinti finansiniai nuostoliai. Skatindami aktyvų ir pagrįstą požiūrį į rizikos valdymą, finansinis raštingumas didina verslo atsparumą ir remia ilgalaikį tvarumą.

Mažos įmonės savininkas gali padidinti savo verslo tvarumą ir sumažinti galimas rizikas, aktyviai planuodamas finansus. Kai atsiranda netikėtų išlaidų, pavyzdžiui, įrangos remontas ar vėluojantys klientų mokėjimai, jis gali greitai nustatyti galimus trūkumus. Be to, supratimas apie draudimo galimybes leidžia jam pasirinkti tinkamą draudimą, sumažinant nenumatytų įvykių, pavyzdžiui, stichinių nelaimių ar vagysčių, finansinį poveikį. Toks aktyvus finansų planavimas padeda įmonei įveikti iššūkius ir toliau tvariai augti.

4.2 Praktinės veiklos finansinio raštingumo mokymui

4.2.1

Verslo biudžeto sudarymas

Ši praktinė užduotis apie verslo biudžeto sudarymą buvo sukurta profesinio mokymo ir lavinimo (VET) studentams arba pradedančiųjų verslininkų mokymams. Ji akcentuoja praktinį aktualumą, interaktyvų mokymąsi ir prieinamumą, ypač jauniems arba nepakankamai aptarnaujamiems studentams.

Trukmė	90–120 minučių (gali būti koreguojama)
Tikslai	Supažindinti mokinius su verslo biudžeto sudarymo pagrindais, įskaitant pajamų įvertinimą, išlaidų nustatymą ir pinigų srautų valdymą laikui bėgant.
Mokymosi rezultatai	Baigę šią veiklą, mokiniai gebės: ➤ Suprasti pagrindinio verslo biudžeto sudedamąsias dalis. ➤ Skirti fiksuotas ir kintamas išlaidas. ➤ Vertinti ir prognozuoti pajamas ir išlaidas. ➤ Nustatyti galimas finansines rizikas ir trūkumus. ➤ Koreguoti planus, kad biudžetas būtų subalansuotas.
Grupės sudėtis	Veiklos veiksmingumą galima padidinti apgalvotai sudarant grupę (žr. toliau).
Reikalingos medžiagos	➤ Biudžeto šablonas (popierinis arba skaitmeninis skaičiuoklės lapas) ➤ Skaičiuotuvas arba kompiuteriai su skaičiuoklės programine įranga ➤ Didelis baltas popierius arba balta lenta ➤ Pavyzdiniai verslo scenarijai (atspausdinti arba projektuojami) ➤ Rašikliai, žymekliai, lipniosios užrašų kortelės ➤ (Pasirinktinai) Netikros valiutos arba biudžeto kortelės taktiliniams mokiniams
Patarimai mokytojui	➤ Naudokite realias kainas ir vietos išlaidų pavyzdžius, jei įmanoma. ➤ Skatinkite tarpusavio mokymąsi, sudarant komandas iš skirtingų įgūdžių turinčių atstovų. ➤ Padarykite tai įdomu! Įtraukite žaidybinius elementus, pvz., „biudžeto taškus“ ar „finansinio atsparumo ženklelį“.

Skirtingų įgūdžių grupės

Sudėtis: Sudarykite grupes iš skirtingų stipriųjų pusių turinčių mokinių, vieniems labiau sekasi matematika ar technologijos, kitiems – komunikacija ar kūrybiškumas.

Kodėl:

- Skatina tarpusavio mokymąsi.
- Padeda kiekvienam prisidėti pagal savo stipriąsias puses.
- Atspindi realaus verslo komandinio darbo ypatumus.

Idealiai tinka: bendrosios profesinio mokymo programos klasėms, mišraus lygio grupėms.

Tarpusavio paramos poros

Sudėtis: Sudarykite poras iš labiau patyrusių ar pasitikinčių savimi mokinių ir tų, kuriems reikia papildomos paramos (pvz., kalbų besimokančiųjų, matematikos baime turinčių mokinių).

Kodėl:

- Sukuria pasitikėjimą mažiau patyrusiais mokiniais.
- Skatina lyderystę ir empatiją.

Idealiai tinka: Įtraukioms klasėms, žemo slenksčio profesinio mokymo aplinkoms.

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Įžanga	15 minučių	Mokytojas klausia: ➤ Kam, jūsų nuomone, verslui reikalingi pinigai? ➤ Kas atsitinka, jei verslas išleidžia daugiau, nei uždirba? Tada pristatomos pagrindinės sąvokos: ➤ Pajamos, išlaidos, pelnas, pinigų srautas. ➤ Fiksuotos išlaidos (pvz., nuoma) ir kintamos išlaidos (pvz., medžiagos).

2	Pasirinkite verslo scenarijų	10 minučių	Kiekviena grupė arba mokinys pasirenka (arba gauna) nedidelio verslo idėją, pavyzdžiui: ➤ Maisto sunkvežimis ➤ Rankų darbo dirbinių parduotuvė ➤ Vietos valymo paslaugos ➤ Korepetitorių verslas Šie scenarijai pateikiami su konteksto informacija (pvz., tikslinė rinka, verslo pradžios tikslai).
3	Sukurkite biudžetą	40 minutes	Using the Business Budget Worksheet, learners estimate: ➤ Monthly or quarterly income (number of sales × price per unit/service) ➤ Fixed expenses (e.g., rent, licenses, salaries) ➤ Variable expenses (e.g., raw materials, packaging, fuel) ➤ Unexpected costs (repairs, slow season) ➤ Set a savings or reinvestment goal (e.g., 10% of income) Optionally, learners use spreadsheets for automatic calculations and visualization.
4	Problemų kortelės – rizika ir prisitaikymas	15–20 minučių	Treneris kiekvienai grupei išdalina „Staigmenos biudžeto iššūkio“ korteles, pvz.: ➤ „Jūsų tiekėjas padidino kainas 15 %“ ➤ „Šį mėnesį turėjote mažiau klientų“ ➤ „Jūsų pristatymo transporto priemonė sugedo“ Grupės atitinkamai pakoreguoja savo biudžetus ir aptaria, kaip gali kompensuoti nuostolius (sumažinti išlaidas, padidinti kainas, atidėti investicijas ir pan.)
5	Dalijimasis ir refleksija	20–25 minutės	Kiekviena grupė trumpai pristato savo biudžetą: • Ką laikėte prioritetu išlaidų atžvilgiu? • Ar turėjote pakankamai pelno? • Kaip valdėte rizikas? Mokytojas veda refleksiją: • Kodėl biudžeto sudarymas yra svarbus prieš pradedant verslą? • Kaip biudžeto sudarymas padeda siekti ilgalaikės sėkmės?

6	Pasirenkamas pratešimas	Pasirinktinai	Paprašykite mokinių palyginti savo biudžetą su realiu verslo atveju arba pakvieskite vietos verslininką, kad jis pateiktų atsiliepimus apie biudžeto sprendimus.
---	-------------------------	---------------	--

4.2.2

Kainodaros veikla

Trukmė	90–120 minučių (gali būti koreguojama)
Tikslai	Mokiniai apskaičiuos tinkamą produkto kainą, parengs trumpą pardavimo pristatymą ir jį pristatys savo bendramoksliams, kad praktiškai pritaikytų kainodaros sprendimus ir įtikinamą komunikaciją.
Mokymosi rezultatai	Baigę šią veiklą, mokiniai gebės: ➤ Apskaičiuoti pagrindines su produktu ar paslauga susijusias išlaidas. ➤ Nustatyti pradinę kainą, remdamiesi išlaidomis, rinkos tyrimais ir suvokiamąja verte. ➤ Aiškiai išdėstyti vertės pasiūlymą. ➤ Pateikti trumpą, įtikinamą pristatymą kolegai ar komisijai. ➤ Apsvarstyti kainodaros sprendimus ir patobulinti pristatymą, remdamiesi gautais atsiliepimais.
Grupės sudėtis	Idealiai tinka mažoms grupėms (3–4 mokiniai)
Reikalingos medžiagos	➤ Produktų aprašymo kortelės (gali būti realūs arba fiktyvūs produktai/paslaugos) ➤ Išlaidų paskirstymo lentelės (medžiagos, darbo jėga, pridėtinės išlaidos ir kt.) ➤ Skaičiuoklė arba popierius skaičiavimams ➤ Popierius arba skaitmeninis įrenginys pristatymų rengimui
Patarimai mokytojui	➤ Pritaikykite sudėtingumą pagal mokinių žinias (supaprastinti matematiką pradiniam lygiui). ➤ Skatinkite kūrybiškumą, tai didina įsitraukimą, ypač mišrių gebėjimų grupėse. ➤ Kvieskite vietos verslininkus, kad jie pateiktų realaus laiko atsiliepimus arba, jei įmanoma, veiktų kaip vertinimo komisija..

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Ižanga	15 minučių	Mokytojas paaiškina pagrindinius dalykus: ➤ Sąnaudų struktūrą (fiksuotos ir kintamos sąnaudos). ➤ Kainodaros modelius (pagal sąnaudas, pagal vertę, pagal konkurentus). ➤ Kas daro įtikinamą pristatymą (problemos sprendimas, unikalumas, raginimas veikti).
2	Produkto kūrimo simuliacija	15 minučių	Mažose komandose arba individualiai mokiniai sukuria fiktyvią produkto ar paslaugos idėją. Ji gali būti pagrįsta vietos poreikiais arba kažkuo kūrybingu ir įdomiu (pvz., ekologiškos pietų dėžutės, rankų darbo dirbiniai, šunų vedžiojimo paslaugos).
3	Sąnaudų skaičiavimas ir kainos nustatymas	20–30 minučių	Mokiniai užpildo supaprastintą sąnaudų struktūros lentelę, įskaitant: ➤ Medžiagų sąnaudas ➤ Darbo jėgos/laiko sąnaudas ➤ Bendrąsias sąnaudas arba įrangos sąnaudas ➤ Pelno maržą Tada jie nustato kainą ir ją pagrindžia, naudodami vieną iš kainodaros strategijų.
4	Pristatymo paruošimas	20 minučių	Mokiniai parašo 1–2 minučių trukmės pristatymą, kuriame nurodo: ➤ Produkto idėją ir tikslinę rinką. ➤ Kokią problemą jis sprendžia. ➤ Kodėl jis vertas savo kainos. ➤ (Neprivaloma) Reklaminį šūkį.
5	Pristatymas	20–30 minučių	Kiekvienas mokinys ar komanda pristato savo pristatymą grupei ar imituojamai žiuri (treneriui ar bendramoksliams). Skatinkite plojimus ir pateikite trumpą atsiliepimą, remdamiesi aiškumu, įtikinamumu ir kainodaros logika.
6	Atsiliepimai ir grįžtamasis ryšys	15 minučių	Grupė aptaria: ➤ Kas lėmė tam tikrų pasiūlymų veiksmingumą? ➤ Kaip kainodara paveikė vertės suvokimą? ➤ Ar ateityje jie keistų kainą ar pristatymą?

5

Komunikaciniai įgūdžiai

Stipri komunikacija yra verslo sėkmės pagrindas. Nuo verslo idėjos pristatymo iki santykių su klientais, partneriais ir suinteresuotosiomis šalimis kūrimo, verslininkai turi sugebėti aiškiai, įtikinamai ir autentiškai perteikti savo žinią. Ypač kaimo vietovėse, kur pasitikėjimas ir bendruomenės įsitraukimas vaidina lemiamą vaidmenį, veiksminga komunikacija tampa ne tik įgūdžiu, bet ir strategine priemone tvariam verslo vystymui. Šiame skyriuje nagrinėjami įvairūs verslininkams aktualūs komunikacijos aspektai ir pateikiami praktiniai metodai, kaip juos tobulinti.

5.1

Komunikacinių įgūdžių aktualumas

Kiek esate įsitikinęs savo gebėjimu pritaikyti savo žinią skirtingoms auditorijoms?

Kaip šiuo metu praktikuojate aktyvų klausymąsi savo verslo santykiuose?

Komunikacija – tai ne tik gebėjimas gerai kalbėti. Verslininkams tai apima aktyvų klausymąsi, empatiją, tarpkultūrinį jautrumą, įtikinamą žinios perdavimą, derybas ir gebėjimą pritaikyti žinią auditorijai. Aiški ir nuosekli komunikacija padeda kurti patikimumą, pasitikėjimą ir lojalumą – visus svarbius komponentus, kuriant ilgalaikius santykius su klientais ir tinklus.

Kaimo ir vietos versle komunikacija taip pat remia bendruomenės integraciją ir palengvina bendradarbiavimą su institucijomis, tiekėjais ir klientais. Verslininkai dažnai tampa pavyzdžiais ar lyderiais savo bendruomenėje, o stiprių komunikacijos įgūdžių ugdymas padeda jiems veiksmingiau atlikti šį vaidmenį. Be to, verslininkai, kurie sugeba perteikti savo viziją, turi daugiau galimybių pritraukti partnerius, gauti finansavimą ir skatinti savo vertybes.

5.2

Tarpkultūrinė komunikacija

Ar kada nors susidūrėte su komunikacijos sunkumais, susijusiais su kultūriniais skirtumais?

Kaip galite pritaikyti savo komunikacijos stilių, kad jis būtų labiau pritaikytas skirtingoms kultūroms?

Dėl globalizacijos, migracijos ir turizmo augimo net kaimo verslininkams vis dažniau tenka bendrauti su žmonėmis iš skirtingų kultūrinių aplinkų. Tarpkultūrinė komunikacija – tai gebėjimas suprasti, gerbti ir prisitaikyti prie kultūrinių skirtumų bendraujant su kitais. Tai apima ne tik kalbą, bet ir kūno kalbą, toną, vertybes, laiko suvokimą, hierarchiją ir socialines normas.

Verslininkai, dirbantys viešbučių, turizmo ar bet kurioje su klientais susijusioje srityje, turi ypač gerai suprasti šiuos niuansus. Dėl kultūrinių skirtumų kylantys nesusipratimai gali sukelti konfliktus, prarastas galimybes ar prastą klientų patirtį. Kita vertus, kultūrinis jautrumas gali tapti stipriu konkurenciniu pranašumu ir priemone, padedančia sukurti įtraukią, svetingą aplinką.

Pavyzdžiui, supratimas, kaip sveikintis su užsienio svečiais, gerbti mitybos įpročius ar pritaikyti rinkodaros pranešimus skirtingoms kultūrinėms grupėms, didina verslo patrauklumą ir patikimumą.

Norint pagerinti tarpkultūrinės komunikacijos veiksmingumą, verta prisiminti keletą praktinių patarimų.

Stebėkite ir klausinėkite: atidžiai stebėkite neverbalinius signalus ir mandagiai užduokite klausimus, jei nesate tikri dėl kultūrinių lūkesčių ar preferencijų. Tai rodo pagarbą ir padeda išvengti nesusipratimų.

Būkite kantrūs ir atviri: supraskite, kad kultūriniai skirtumai gali turėti įtakos komunikacijos tempui, stiliui ir sprendimų priėmimui. Kantriai prisitaikydami prie šių skirtumų, kuriate stipresnius, pasitikėjimu grindžiamus santykius.

5.3

Viešasis kalbėjimas

Viešas kalbėjimas yra vienas iš svarbiausių ir labiausiai baimę keliančių bendravimo įgūdžių. Verslininkams viešas kalbėjimas gali reikšti pristatymą investuotojams, projekto pristatymą vietos susirinkime, dalyvavimą mugėje ar seminarų vedimą. Pasitikėjimo savimi ir aiškumo viešai kalbant ugdymas leidžia verslininkams įtakingamai perteikti savo idėjas ir įkvėpti auditoriją. Veiksmingo viešojo kalbėjimo pagrindiniai elementai:

- Auditorijos pažinimas ir pranešimo pritaikymas
- Turinio logiškas struktūrizavimas (pvz., įvadas, problema, sprendimas, raginimas imtis veiksmų)
- Pasakojimo naudojimas emociniam ryšiui sukurti
- Balso, kūno kalbos ir akių kontakto valdymas
- Ramumas atsakant į klausimus ir susidūrus su netikėtomis situacijomis

Kaimo verslumo srityje viešasis kalbėjimas taip pat yra priemonė, padedanti didinti matomumą ir patikimumą bendruomenėje. Verslininkai dažnai yra tvarumo, inovacijų ar vietos tapatybės šalininkai, o jų gebėjimas pasitikint kalbėti padeda įgyvendinti šias misijas. Norint padėti ugdyti šį gebėjimą, keletas praktinių patarimų gali padėti verslininkams tapti įtakingesniais ir įdomesniais viešaisiais kalbėtojais:

- Praktikuokitės garsiai: repetuokite prieš veidrodį arba įrašykite save, tai padės patobulinti jūsų pranešimą ir jo pateikimą.
- Įtraukite auditoriją: užduokite klausimus arba pakvieskite trumpai pabendrauti, kad išlaikytumėte susidomėjimą.
- Kvėpuokite ir darykite pauzes: naudokite natūralias pauzes, kad reguliuotumėte savo kalbos tempą ir sumažintumėte nerimą.

5.4 Praktinės veiklos komunikacijos įgūdžiams lavinti

5.4.1 Pristatyk savo aistrą

Kiekvienas dalyvis kviečiamas įsivaizduoti, kad pristato savo verslo idėją vietos renginio auditorijai, potencialiam investuotojui ar partneriui. Jie turi patraukti dėmesį ir aiškiai perteikti vertę per 2 minutes.

Trukmė	90–120 minučių
Tikslai	➤ Stiprinti viešojo kalbėjimo ir įtikinamo bendravimo įgūdžius, praktikuojant glaustus verslo pristatymus. ➤ Stiprinti pasitikėjimą pristatant idėjas.
Mokymosi rezultatai	➤ Didesnis pasitikėjimas savimi kalbant viešai. ➤ Gebėjimas aiškiai struktūrizuoti ir perteikti žinią. ➤ Įgūdžiai teikti ir priimti konstruktyvią grįžtamąją informaciją.
Grupės sudėtis	4–12 dalyvių ir siekiantys tapti verslininkais, turintys mažai arba visai neturintys viešojo kalbėjimo patirties.
Reikalingos medžiagos	➤ A4 popierius arba sąsiuviniai ➤ Rašikliai arba pieštukai ➤ Laikmatis arba išmanusis telefonas ➤ Kėdės, išdėstytos ratu arba pusračiu ➤ Baltas lapas arba baltoji lenta (pasirinktinai)

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Įžanga	10 minučių	Moderatorius pristato pristatymo idėją ir pateikia pagrindinę struktūrą: ➤ Kas jūs esate ir kokia yra jūsų idėja? ➤ Kokią problemą ji sprendžia? ➤ Koks yra jūsų sprendimas?

			➤ Kas jį daro ypatingą ar vertingą? ➤ Raginimas imtis veiksmų (ko norite iš savo auditorijos?)
2	Pristatymo rašymas	15–20 minučių	Dalyviai parašo trumpą pristatymą (maksimaliai 2 minutės), naudodami aukščiau pateiktą struktūrą. Moderatorius gali pateikti pavyzdžių arba padėti išaiškinti idėjas.
3	Pirmasis prezentacijų etapas	30–40 minučių	Kiekvienas dalyvis pristato savo pristatymą grupei. Po kiekvieno pristatymo grupė pateikia atsiliepimus, remdamasi trimis pagrindiniais klausimais: ➤ Kas pavyko gerai? ➤ Ką būtų galima patobulinti? ➤ Koks buvo klausytojo įspūdis?
4	Peržiūra ir antrasis etapas	30 minučių	Dalyviai peržiūri savo pristatymą ir pateikia jį dar kartą, atsižvelgdami į gautus atsiliepimus.
5	Aptarimas	10–15 minučių	Galutinė grupės diskusija: ➤ Kas buvo didžiausias iššūkis? ➤ Kas padėjo sumažinti nervingumą? ➤ Ar turite kokių patarimų ar įžvalgų? Moderatorius taip pat gali pasidalinti patarimais apie kvėpavimą, tempą ir auditorijos įtraukimą.

5.4.2

Žinutės perteikimas

Dalyviai dirba poromis arba mažomis grupėmis ir mokosi pritaikyti tą pačią žinią (apie savo verslo idėją ar produktą) įvairioms auditorijoms (pvz., investuotojams, pagyvenusiems klientams, vaikams, savivaldybės pareigūnams). Tai padeda jiems suprasti, kaip pritaikyti toną, turinį ir požiūrį priklausomai nuo konteksto.

Trukmė	90 minučių
Tikslai	Ugdyti aktyvaus klausymosi ir pranešimų pritaikymo įgūdžius, imituojuant realaus gyvenimo verslo komunikacijos scenarijus su skirtingomis auditorijomis ir tikslais.

Mokymosi rezultatai	➤ Didesnis supratimas apie klausytojo perspektyvą. ➤ Didesnis žodinių pranešimų aiškumas ir veiksmingumas. ➤ Pasitikėjimas pritaikant turinį įvairioms realaus gyvenimo situacijoms. ➤ Stipresni aktyvaus klausymosi ir auditorijos skaitymo įgūdžiai.
Grupės sudėtis	6–15 dalyvių
Reikalingos medžiagos	➤ Scenarijų kortelės (pavyzdžiai pateikti žemiau) ➤ Popierius ir rašikliai ➤ Baltas lapas arba baltoji lenta (pasirinktinai) ➤ Laikmatis

Veiklos aprašymas ir sesijos suskirstymas

Dalis	Veikla	Trukmė	Aprašymas
1	Įžanga	10 minučių	Moderatorius pristato auditorijos supratimo ir pranešimo pritaikymo idėją. Trumpai paaiškinkite, kaip verslininkai dažnai turi keisti kalbą, toną ir detales, kai kalba su skirtingais žmonėmis (pvz., klientais, partneriais, institucijomis).
2	Scenarijus	10 minučių	Kiekvienas dalyvis ištraukia scenarijaus kortelę, kurioje yra: ➤ Trumpas savo vaidmens (verslininko) aprašymas. ➤ Tikslinė auditorija (pvz., „įtikinti vietos ūkininką išbandyti jūsų naują įrankį“ arba „paaiškinti savo idėją mokyklos grupei“). ➤ Komunikacijos tikslas (pvz., informuoti, įtikinti, paprašyti paramos).
3	Pasirengimas	15 minučių	Dalyviai parengia trumpą 2–3 minučių trukmės pranešimą, kurį pateiks remdamiesi jiems paskirtu scenarijumi. Skatinkite juos pagalvoti apie: ➤ Koks tonas ar kalba būtų tinkamiausi? ➤ Kiek detalių reikėtų pateikti? ➤ Kas klausytojui yra svarbu?
4	Pristatymas ir atsiliepimai	40 minučių	Dalyviai paeiliui pristato savo žinią grupei (arba „imitacinei auditorijai“, sudarytai iš bendraamžių, atliekančių vaidmenis). Po kiekvieno pristatymo grupė aptaria: ➤ Ar žinutė buvo tinkama tikslinei auditorijai? ➤ Kas pavyko gerai?

			➤ Kaip ją būtų galima padaryti aiškesnę ar patrauklesnę?
5	Aptarimas	10–15 minučių	Galutinė grupės diskusija: ➤ Kaip jautėtės pakeitę savo stilių? ➤ Kas jums yra sunkiausia klausantis ar prisitaikant? ➤ Kaip tai galima pritaikyti realiose sąveikose jūsų bendruomenėje ar versle?

Pavyzdinės scenarijų kortelės

- „Jūs pristatote savo ekologiškos maisto pakuotės idėją 12-mečių grupei per mokyklos ekskursiją.“
- „Jūs norite, kad vietos savivaldybės pareigūnas paremtų jūsų kaimo bendradarbiavimo erdvės idėją nedidele dotacija.“
- „Susitinkate su ūkininku, kuris skeptiškai žiūri į skaitmeninių priemonių naudojimą. Norite paaiškinti savo programėlės privalumus.“
- „Esate vietos bendruomenės mugėje ir norite paskleisti žinią apie savo naują kepyklėlę.“

6

Išvados

Šiame mokymo vadove pateiktos pagrindinės kompetencijos gali būti pirmasis žingsnis įvedant verslumo ugdymą ir mažinant mokinių žinių spragas.

Profesinio mokymo ir lavinimo besimokančiųjų, kurie mokosi ne verslo ir ekonomikos orientuotose profesinėse programose, aprūpinimas verslumo kompetencijomis gali duoti daug naudos kaimo regionų tvariam ekonominiam vystymuisi.

Šie besimokantieji gali prisidėti prie vietos vertės kūrimo skatinimo, nes regiono verslininkai investuoja vietoje ir kuria darbo vietas, taip stiprindami regiono ekonomiką.

Jie taip pat gali remti regiono išteklių išsaugojimą ir tvarų naudojimą. Ypač tvarūs verslo modeliai pabrėžia atsargų ir prasmingą gamtos ir kultūros išteklių naudojimą.

Plačiau žiūrint, verslumas prisideda prie ekonomikos diversifikacijos, nes naujos įmonės ir novatoriškos idėjos padeda sukurti įvairesnę ekonominę bazę ir sumažinti priklausomybę nuo vienos pramonės šakos. Ekonomikos augimas lemia infrastruktūros, švietimo ir laisvalaikio galimybių gerėjimą, didina kaimo ir atokių vietovių patrauklumą ir pritraukia daugiau žmonių bei investicijų.

Verslumas taip pat stiprina socialinius tinklus, nes vietos įmonės skatina bendruomeniškumą ir bendradarbiavimą, o tai didina socialinę sanglaudą. Verslumo ugdymo plėtra už verslo ir ekonomikos orientuotų profesinių programų ribų dar labiau skatintų lyčių lygybę. Tikslingas moterų įtraukimas ir rėmimas kaimo ekonomikoje skatintų labiau įtraukią plėtrą, nes suteiktų įvairių perspektyvų, skatintų inovacijas ir padėtų spręsti bendruomenės poreikius, kurie dažnai yra nepastebimi vyrams dominuojančiuose sektoriuose. Stipresnis moterų verslumas gali prisidėti prie atsparesnės ir socialiai subalansuotos kaimo ekonomikos.

Linkime sėkmės ir įkvėpimo taikant ir pritaikant šio mokymo vadove pateiktas žinias ir įgūdžius.

Literatūra

Bröckling, Ulrich (2007): *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.