



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]

ÜBERSETZTE UND WEITERENTWICKELTE UNTERLAGEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1

Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

BOCHUM, 27. OKTOBER 2017



Die Autoren danken den EU-Partnern des Projekts Enterprise+ für die vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit sowie für das große Engagement während der Implementierung und der Realisierung des Projektvorhabens, das die Erwartungen bei weitem übertroffen hat. Insbesondere danken wir für die offene Diskussion im Rahmen der gemeinsam durchgeführten Befragungen und Interviews sowie für die Bereitschaft, umfangreiche zeitliche Ressourcen insgesamt zur Verfügung zu stellen.

Darüber hinaus möchten wir den beiden Forschungsteams, zum einen des Instituts für Arbeitswissenschaft an der Ruhr-Universität Bochum (Kristina Burova, Dr. Monika Küpper, Katharina Selig, Jule Hustiak, Stefanie Schultheis, Vera Schweitzer, Dennis Kröger, Tünde Lovasz, Maria Theodossiou, Hans-Dieter Hiedels, Anna Sheverdina, Vanessa Vaughn) sowie der Universität Duisburg-Essen (Professor Dr. Thomas Retzmann, Anh Dinh und Lena Piotrowski) herzlich für ihre wertvolle Arbeit danken. Auch bei dem Team der Wirtschaftssenioren von "Alt hilft Jung" möchten wir uns ganz herzlich bedanken.

Ein besonderer Dank gilt Frau Kristina Burova, die das Projekt in hervorragender Weise mitgeleitet und koordiniert hat.

Identität des Projektes

Projektbezeichnung:	Enterprise+ Innovative potential meets experience
Projektkennzeichnung:	2014-1-DE02-KA202-001602
Finanzierung:	Europäische Kommission (100%)
Programm:	Programm für Erasmus+
Unterprojekt:	Strategische Partnerschaften in der Berufsbildung
Dauer:	September 2014 bis August 2017
Einsatzländer:	Bulgarien, Ungarn, Griechenland, Spanien, Litauen

Projektleitung

	<p>Ruhr-Universität Bochum Institut für Arbeitswissenschaft</p> <p>Universitätsstraße 150 D - 44780 Bochum www.iaw.rub.de</p> <p>Projektleiter: Dr. Martin Kröll Tel.: +49 (0) 234 32-23293 Email: martin.kroell@rub.de</p>
---	---

Partner des Projektes in Deutschland

	<p>Lehrstuhl für Wirtschafts- wissenschaften und Didaktik der Wirtschaftslehre Universität Duisburg-Essen</p> <p>Universitätsstraße 2, D - 45141 Essen</p> <p>www.wida.wiwi.uni-due.de</p>
---	---

	<p>ALT HILFT JUNG NRW e.V. Die Wirtschaftssenioren NRW.AHJ Existenzgründerzentrum</p> <p>Rudolf-Diesel-Straße 3 D - 40822 Mettmann</p> <p>www.iaw.rub.de</p>
--	---

Europäische Partner des Projektes

<p>STEP-C Science & Technology Park of Crete, Griechenland [Wissenschafts- & Technologiepark, Heraklion Kreta – Griechenland]</p>
<p>Габровска тървско-пронишлена палата [Industrie- & Handelskammer Gabrovo, Gabrovo – Bulgarien]</p>
<p>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia [Europäisches Business- & Innovationszentrum, Murcia – Spanien]</p>
<p>eniochos.CONSULTING [Unternehmensberatung, Heraklion Kreta – Griechenland]</p>
<p>Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara [Industrie- & Handelskammer Pécs, Baranya – Ungarn]</p>
<p>AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen Vilnius – Litauen]</p>



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]

ÜBERSETZTE UND WEITERENTWICKELTE UNTERLAGEN INTELLEKTUELLER OUTPUT 1

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

(CC-BY-SA-4.0 Int.) Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Einige Rechte vorbehalten.

Diese Publikation ist, soweit nicht anders angegeben, lizenziert unter einer Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen – 4.0 International.



Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.

Projekt-Website: www.enterpriseplusproject.eu



Dieses Projekt wurde finanziert durch die Unterstützung der Europäischen Kommission. Für die vorliegende Veröffentlichung zeichnet verantwortlich allein ihr Redakteur; die Kommission trägt keine Verantwortung für evtl. Gebrauch von darin enthaltenen Informationen.

Inhaltsverzeichnis

0. Zusammenfassung	5
1. IO 1 „Übersetzte und weiterentwickelte Unterlagen“	6
1.1. Ziel	6
1.2. Zielgruppe	6
1.3. Inhalte	6
1.4. Zeitplan	8
1.5. Arbeitsphasen und Aktivitäten	8
1.6. Anwendbarkeit und Nutzbarkeit	8
1.7. Outcome	9
2. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialen zum „Losleger“	10
2.1. Trainingskonzept für Talentscouts	10
2.2. Handreichung „Potenzialanalyse“	11
3. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialen zum „Gründerworkshop“	12
3.1. Trainingskonzept für Mentoren	12
3.2. Handlungsanweisung und Aufgabenheft für Jugendliche	15
4. Weitere projektrelevante Unterlagen	16
5. APPENDIX: Verzeichnis der erstellten Dokumente [IO-1]	17

VORWORT

Introduction to the European Project *Enterprise+* – Innovative Potential Meets Experience

The project *Enterprise+* is three years Erasmus+ funded program that was launched in fall 2014. Erasmus+ belongs to the EU Program with the purpose to foster the fields of education, training, youth and sports for the period 2014-2020¹. Education, training, youth and sports can make a major contribution to tackle socio-economic changes, the key challenges that Europe will be facing until the end of the decade, and to support the implementation of the European policy agenda for growth, jobs, equity and social inclusion. The Erasmus+ programs are designed to support program countries' efforts to efficiently use the potential of Europe's talent and social assets in a lifelong learning perspective, linking support to formal, non-formal and informal learning throughout the education, training and youth fields. The program also enhances the opportunities for cooperation and mobility with Partner Countries, notably in the fields of higher education and youth.

This investment in knowledge, skills and competences will benefit individuals, institutions, organizations and society as a whole by contributing to growth and ensuring equity, prosperity and social inclusion in Europe and beyond.

The specific objectives pursued by the Erasmus+ program in the field of education and training are to:

- improve the level of key competences and skills, with particular regard to their relevance for the labor market and their contribution to a cohesive society, in particular through increased opportunities for learning mobility and through strengthened cooperation between the world of education and training and the world of work;
- foster quality improvements, innovation excellence and internationalization at the level of education and training institutions, in particular through enhanced transnational cooperation between education and training providers and other stakeholders;
- promote the emergence and raise awareness of a European lifelong learning area designed to complement policy reforms at national level and to support the modernization of education and training systems, in particular through enhanced policy cooperation, better use of EU transparency and recognition tools and the dissemination of good practices;
- enhance the international dimension of education and training, in particular through cooperation between program and Partner-Country institutions in the field of VET and in higher education, by increasing the attractiveness of European higher education institutions and supporting the EU's external action, including its development objectives, through the promotion of mobility and cooperation between program and Partner-Country higher education institutions and targeted capacity building in Partner Countries;
- promote the teaching and learning of languages and promote the EU's broad linguistic diversity and intercultural awareness.

One of the main impacts of the Erasmus+ actions aiming at cooperation for innovation and the exchange of good practices is intended to be improved provision and assessment of basic and transversal skills, particularly: entrepreneurship, social, civic, intercultural and language competences, critical thinking, digital

¹ 1 REGULATION (EU) No 1288/2013 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 11 December 2013 establishing 'Erasmus+' the Union program for education, training, youth and sport (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0050:0073:EN:PDF>)

skills and media literacy, which are in the focus of this project. As a field-specific priority in the youth field, the promotion of entrepreneurship education and social entrepreneurship among young people is highlighted. In vocational education and training the promotion of work-based learning in all its forms, with special attention to apprenticeship-type training, by involving social partners, companies and VET providers, as well as stimulating innovation and entrepreneurship, plays a main role.

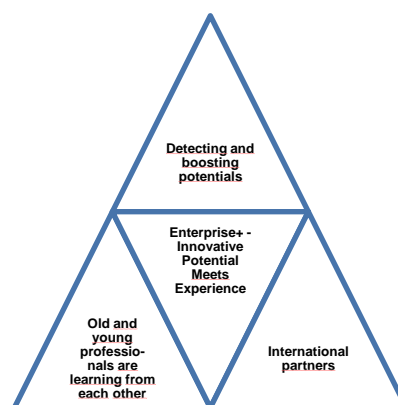
In line with the Erasmus+ objectives the project Enterprise+ had been developed to support young professionals detecting their own potential as well as to provide assistance for entrepreneurial minds that want to start their own business. Business ventures do not only create new jobs for their founders, but potentially also for other people in the same age bracket. Striving to make a contribution to the reduction of youth unemployment and the brain-drain afflicted countries in Europe, work scientists at Ruhr-University Bochum and economy educationalists at University Duisburg-Essen support this strategy. In cooperation with experienced executives from the organization Alt hilft Jung e.V., the project aims to nurture the entrepreneurial spirit of young professionals in Greece, Spain, Lithuania, Hungary, and Bulgaria. The joint project “Enterprise+ – Innovative Potential Meets Experience” is supported with 450,000 Euro by the European Commission as Erasmus+ Program. The three main assets of the project are the detection and boost of innovative potentials, the exchange of knowledge between experiencing and young professionals, and its internationality through the five country partners.

Detecting and boosting innovative potentials

The project targets young people between 15 and 25 years of age. The scientists cooperate with schools, universities, career and job centers from all five participating countries. Encouraging young professionals’ entrepreneurial competences requires feedback discussions at an early stage and this had been considered throughout the project. For the purpose of the potential analysis, a tool from the *losleger* project, which enables to detect the young professionals’ strengths and render them visible, was applied. In addition, the young managers will receive a certificate that documents their results. A potential company founder can then submit that certificate to, for example, banks, venture-capital funds or public funding institutions to apply for start-up capital.

Experienced executives and young professionals are learning from each other

Experienced executives are at hand to provide help and advice to the young participants of *Enterprise+*. The executives are in general older than 55 years and with this bring a long time of experience into the project; some of them are still working, others are retired managers from large corporations. They share their experience and professional knowledge with the young professionals, thus helping them to recognize and develop their own entrepreneurial strengths. The exchange between experienced executives and young professionals will bring beneficial learning effects on both sides. Our objective is that the partners in the participating countries initiate projects which will perpetuate that exchange. Based on the experiences gained during the project, self-learning modules were developed in the individual countries.



International partners

The project *Enterprise+* was a joint European program with six countries: Germany, Greece, Spain, Lithuania, Hungary, and Bulgaria. In Germany, the Chair of Economics and Economic Education at University Duisburg-Essen contributed their expertise by providing and developing a diagnostic tool, called potential analysis, to detect entrepreneurial talents. The Chair of Institute for Work Science created in collaboration with the organization *Alt hilft Jung NRW e.V.* a concept for a founder workshop, where experienced managers and young entrepreneurs can exchange their knowledge, skills and experience. The two methodological tools, potential analysis and founder workshop, were transferred to, implemented in and evaluated by the five partner countries but accompanied by the German partners.

The Greek partners included the technology park of Crete, which is part of FORTH, the biggest research center in Greece, and the consulting company „eniochos.CONSULTING“. In Spain, the European company center for innovation and entrepreneurship supported the project. In both Hungary and Bulgaria, the respective Chamber of Industry and Commerce were aboard and in Lithuania it was the German Chamber of Commerce Abroad (AHK Baltische Staaten). The inclusion of the participating countries as well as local development and realization of measures were key success factors within the project.

0. Zusammenfassung

Für die Arbeit und die Verbreitung in den fünf beteiligten Projektländern wurden Lehr-, Lern- und Schulungsmaterialien, Informationsbroschüren und weitere Arbeitsmaterialien in den Landessprachen erstellt. Sie stellen die Grundlage für die Qualifizierung allerinvolvierten Multiplikatoren dar und können einen Beitrag dazu leisten, weitere nationale, europäische und außereuropäische Multiplikatoren für die Förderung von unternehmerischen Kompetenzen bei Jugendlichen zu begeistern und sie mit übersetzten länder- und erfahrungsspezifisch adaptierten Entrepreneurship Education-Materialien auszustatten.

Die Schulungsmaterialien sowie weitere in die Landessprachen übersetzte, projektrelevante Unterlagen, wie die Argumentationslisten und Evaluationsmaterialien können in künftigen Projekten die Gewinnung von Multiplikatoren erleichtern, die Verbreitung der Projektideen unterstützen sowie die Qualität der Projektarbeit im Prozess sicherstellen.

1. IO 1 „Übersetzte und weiterentwickelte Unterlagen“

1.1. Ziel

Alle Lehr-, Lern- und Schulungsmaterialien sowie die weiteren projektrelevanten Unterlagen, die im Intellektuellen Output „Übersetzte und weiterentwickelte Unterlagen“ gesammelt sind, dienen dazu die Konzepte der „Potenzialanalyse“ und des „Gründerworkshops“ erfolgreich in den fünf europäischen Ländern – Bulgarien, Griechenland, Litauen, Spanien und Ungarn – zu implementieren und für eine nachhaltige Anwendung der Konzepte in diesen Ländern zu sorgen. Sie stellen die Grundlage für eine gelungene Qualifizierung aller involvierten Multiplikatoren dar und können einen Beitrag dazu leisten, weitere nationale, europäische und außereuropäische Multiplikatoren für die Förderung von unternehmerischen Kompetenzen bei Jugendlichen zu begeistern und sie mit entwickelten, länder- und erfahrungsspezifisch adaptierten Entrepreneurship Education-, Lehr-, Lern- und Schulungsmaterialien auszustatten.

Die Schulungsmaterialien sowie weitere in die Landessprachen übersetzte, projektrelevante Unterlagen, wie die Argumentationslisten und Evaluationsmaterialien, sollen die Gewinnung von Multiplikatoren erleichtern, die Verbreitung der Projektideen unterstützen sowie die Qualität der Projektarbeit im Prozess und der Intellektuellen Outputs sicherstellen.

1.2. Zielgruppe

Eine Zielgruppe sind zum einen die bereits beteiligten Multiplikatoren aus den fünf Ländern im Projekt Enterprise+, die als Talentscouts, Mentoren, Moderatoren, Organisatoren etc. fungierten. Die weiterentwickelten Lehr-/ Lernmaterialien sollen allen teilnehmenden Personen und Organisationen zur Verfügung gestellt werden. Viele Lehrerinnen und Lehrer, die bei der Potenzialanalyse als Talentscouts teilgenommen haben, äußerten ihr Interesse an einer eigenen Durchführung und Anwendung der Potenzialanalyse an ihrer Schule. Auch die Vertreter der Karriere-Zentren und Jugendorganisationen bekundeten Interesse daran, das Mentoringkonzept samt „Gründerworkshop“ in ihrer Arbeit mit den Jugendlichen zu integrieren. Diese möchte das Projekt durch die Ausarbeitung der „Potenzialanalyse“ und des „Gründerworkshops“ unterstützen, so dass jeder Zugang zu den Materialien findet.

Zum anderen wird eine weitere Zielgruppe von Multiplikatoren angesprochen, die noch nicht an dem Projekt aktiv teilgenommen hat, die aber durch die breite Öffentlichkeitsarbeit, die durchgeführten Multiplikatorenveranstaltungen, weitere Projektaktivitäten und Netzwerkarbeit dem Projekt begegnet sind. Darüber hinaus sollen diese Produkte allen potenziellen Anwendern des Konzepts der Potenzialanalyse und des Mentorentrainings zur Verfügung gestellt werden, um die Unternehmenskultur in Europa zu stärken.

1.3. Inhalte

Enterprise+ verfolgt zunächst die Diagnose und Förderung von unternehmerischen Talenten. Für den diagnostischen Teil des Projektes existiert bereits ein entwickeltes Diagnosetool im deutschen Sprachraum.

Hierbei wurde die konzipierte Potenzialanalyse, die im Rahmen des Projekts losleger entstanden ist, für die fünf Partnerländer zur Verfügung gestellt. Diese setzt sich aus einem Trainingskonzept für Talentscouts (Beobachter) und der eigentlichen Potenzialanalyse zusammen. Im Rahmen von Enterprise+ wurde ein Schulungskonzept für Multiplikatoren (Organisatoren, Talentscouts, (Co-)Moderatoren) entwickelt. Neben dem Schulungskonzept gibt es für die Potenzialanalyse ein Handbuch, das alle Lehr-/ Lernmaterialien, die für die Durchführung notwendig sind, beinhaltet, sowie zusätzliche Informationen zum Thema Entrepreneurship Education bietet. Beide Konzepte, das Trainingskonzept und die Potenzialanalyse, die im Handbuch losleger integriert sind, wurden in den fünf Ländern in die Landessprache (bulgarisch, litauisch, griechisch, ungarisch und spanisch) übersetzt und adaptiert, um die Potenzialanalyse durchzuführen. Diese Lehr-/ Lernmaterialien sind Bestandteil des Intellektuellen Outputs „Übersetzte und Weiterentwickelte Unterlagen“.

Ein weiteres Element der Entdeckung und Förderung unternehmerischer Talente bei den Jugendlichen ist ihre Begleitung durch erfahrene Mentoren (Mentorenkonzept) im Rahmen von s. g. „Gründerworkshops“. Die Maßnahmen zur Kompetenzentwicklung werden ergänzt durch die Vermittlung (ehemaliger) Führungskräfte, die den Jugendlichen mit ihrem Erfahrungswissen zur Seite stehen. Die methodisch-didaktisch besondere Form der Qualifizierung durch die Zusammenarbeit von Jüngeren und Älteren unterstützt die Nutzung der Potenziale der Jüngeren. Die Synergieeffekte, die durch die unterschiedlichen Hintergründe entstehen, tragen zur Potenzialentfaltung bei.

Im Rahmen des Projektes wurde eine Vielzahl an Lehr-, Lern-, und Schulungsmaterialien entwickelt, die die Grundlage für ein „Schulungskonzept für Mentoren“ bieten. Diese wurden eingesetzt, um die Mentoren im Hinblick auf ihre Arbeit mit den Jugendlichen vorzubereiten. In der jeweiligen Landessprache werden nach dem Train-the-Trainer Konzept wichtige Kompetenzen und Informationen mittels eines „Aufgabenheftes zum Gründerowkrshop“ und eines Mentoren-Koffers (inklusive Tagesplanung und Methoden für Gruppenarbeiten) weitergegeben. Weitere Lehr- und Lernmaterialien in diesem Zusammenhang sind bspw. das Rollenprofil des Mentors, die Liste potenzieller Mentoren, der Moderationsplan für die Durchführung einer Mentorenschulungen, diverse Präsentationen (u.a. „Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte“ und „Gründerworkshop“) und Evaluationsbögen für Teilnehmer der Mentorenschulung sowie für die Jugendlichen.

Die im Rahmen des Projektes konzipierten, englisch- und deutschsprachigen Selbstlernmodule (IO2) bieten zusätzlich zu den hier erstellten Lehr-/ Lernmaterialien Möglichkeiten zur Kompetenzentwicklung der Multiplikatoren.

Das Intellektuelle Output „Übersetzte und Weiterentwickelte Unterlagen“ ist in englischer, bulgarischer, griechischer, litauischer, spanischer und ungarischer Sprache verfügbar.

1.4. Zeitplan

Das Projekt Enterprise+ erstreckt sich über einen Zeitraum von September 2014 bis August 2017. Innerhalb dieser drei Jahre wurden die Lehr-/Lernmaterialien zur „Potenzialanalyse“ und zum „Gründerworkshop“ in mehreren Etappen übersetzt, angepasst, erprobt und weiterentwickelt.

1.5. Arbeitsphasen und Aktivitäten

Bei der Weiterentwicklung der Konzepte zur Potenzialanalyse und zum Gründerworkshop konnte zwischen (a) inhaltlicher, (b) methodisch-didaktischer (c) zielgruppenspezifischer und (d) kultureller Weiterentwicklung unterschieden werden. Vor der Übersetzung der beiden Konzepte „Potenzialanalyse“ und „Gründerworkshop“ in die einzelnen Landessprachen wurde eine inhaltliche Weiterentwicklung in Deutschland durchgeführt. Anschließend wurden die jeweiligen Lehr-/ Lern-/ Schulungsmaterialien an die EU-Partnerländer zur Übersetzung frei gegeben. Diese, in die Landessprachen übersetzten Dokumente wurden im Rahmen der Multiplikatoren-Veranstaltungen vorgestellt und auf diese Weise die potenziellen Multiplikatoren informiert. Die erfolgten Rückmeldungen wurden anschließend dazu verwendet, die beiden Konzepte methodisch-didaktisch sowie vor dem kulturellen Hintergrund der Länder weiterzuentwickeln. Die Weiterentwicklung und Übersetzung aller Materialien wurde von den EU-Partnerorganisationen geleistet, die über exzellente Projektmitarbeiter mit sehr guten sprachlichen Kompetenzen in Deutsch und Englisch verfügen. Um die Qualität der Lehr-/ Lernmaterialien zu verbessern, wurden Evaluationsbögen eingesetzt, dessen Ergebnisse in die weitere Anpassung eingeflossen sind. Die Qualität der übersetzten Unterlagen wurde zusätzlich von Muttersprachlern in Deutschland überprüft und angepasst.

1.6. Anwendbarkeit und Nutzbarkeit

Die Potenzialanalyse und das inkludierte Trainingskonzept der Talentscouts richteten sich ursprünglich an Schülerinnen und Schüler aus der Sekundarstufe II mit wirtschaftswissenschaftlichem Bildungshintergrund. Für das Projekt Enterprise+ wurde hier die Anwendergruppe erweitert. Bei der Durchführung wurden sowohl Schülerinnen und Schüler, Studierende als auch junge Arbeitssuchende auch ohne wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund zur Teilnahme zugelassen. Somit können sowohl die Potenzialanalyse als auch das Mentoringkonzept auf mehrere Gruppen angewendet werden.

Für die Schulung von Mentoren sind diverse Unterlagen, bspw. Präsentationen, Rollenbeschreibung oder das Aufgabenheft für den Gründungsworkshop in die Landessprachen übersetzt und mit Blick auf kulturelle Anpassungsbedarfe überarbeitet worden. Auf Basis der Unterlagen sowie der Selbstlernmaterialien (vgl. IO5) können sich künftige Anwender mit dem Gesamtkonzept der Mentorenschulung vertraut machen.

1.7. Outcome

Der Outcome des Projekts Enterprise+ wird in zwei Gruppen kategorisiert. Zum einen wird ein direkter Outcome erwartet, den wir durch die tatsächliche Anzahl der Anwendungen von Konzeptelementen, wie bspw. die Potenzialanalyse, oder des vollständigen Gründerworkshop Konzeptes in den nächsten Jahren messen. Die entwickelten und übersetzten Unterlagen sowie die Selbstlernmodule tragen zur Verbreitung bei. Es wird erwartet, dass die ehemaligen Teilnehmenden, die innerhalb des Projektes Gründungsideen entwickelt haben, diese in die Tat umsetzen.

Zum anderen werden indirekte Wirkungen erwartet, die die Förderung einer entrepreneurialen Kultur in Europa betreffen. Hier liegt es dem Projektkoordinator sowie allen nationalen und internationalen Projektpartnern nahe, Aufklärungsarbeit zum Thema „Berufsoption Selbstständigkeit“ zu leisten, entrepreneuriales Mindset in jungen Menschen zu entfachen und grundsätzlich durch unternehmerisches Denken und Handeln den Intrapreneur, d. h. den Unternehmer in eigener Sache im Arbeitskontext, in jedem Teilnehmer hervorzurufen. Das Informations- und Schulungsmaterial kann von den Projektpartnern, insbesondere den Industrie- und Handelskammern, und in lokalen/regionalen Netzwerken auf virtuellen Plattformen bereitgestellt werden.

2. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialien zum „Losleger“

2.1. Trainingskonzept für Talentscouts

Die entwickelte Potenzialanalyse nutzt das Simulationsverfahren des Assessment Centers, um unternehmerische Potenziale zu erfassen und zu fördern. Ein solches Verfahren inkludiert die Teilnahme von Assessoren (Beobachter), im Rahmen des Projekts „Talentscouts“ genannt, im Prozess der Potenzialanalyse. Daraus resultiert, dass eine Beobachterschulung im Rahmen der Potenzialanalyse erforderlich ist. Diese Beobachterschulung verfolgt zum einen das Ziel, die Talentscouts für die Rolle des Beobachters bestmöglich vorzubereiten und somit die Teilnehmenden zur selbstständigen Durchführung der Potenzialanalyse zu qualifizieren. Im Rahmen des Projektes wurde die Beobachterschulung genutzt, um mit Blick auf die Durchführung der Potenzialanalyse Erfahrungen zur kulturellen Adaption zu gewinnen. Im Intellektuellen Output 4.1 wird die methodisch-didaktische Entwicklung des Trainingskonzepts für Multiplikatoren und Talentscouts sowie die Erprobung in den fünf Ländern ausführlich erläutert.

Das entwickelte Trainingskonzept wurde im Rahmen der Multiplikatorenveranstaltung zur Verbreitung des Schulungskonzepts für Talentscouts/Beobachter vorgestellt, bestimmte Übungseinheiten ausprobiert, diese vor dem Hintergrund der länderspezifischen Gegebenheiten reflektiert und Anpassungsvorschläge gesammelt. Des Weiteren wurden die Schulungsunterlagen zur Vorbereitung der „Talentscouts“ für die Durchführung der Potenzialanalyse in den fünf beteiligten Partnerländern eingesetzt. Das Schulungskonzept für Talentscouts besteht aus einer Checkliste bzw. To-Do-Liste für die Implementierung des Trainings, einem Tagesprogramm der Schulung, einer Liste mit potenziellen Talentscouts und den Präsentationsunterlagen für die Durchführung der Schulung.

Organisation	Sprache	Art des Produktes
Lehrstuhl Wirtschaftsdidaktik	deutsch	Agenda Checkliste/To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentationen
Pecs Chamber of Commerce and Industry	ungarisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentationen
Gabrovo Chamber of Commerce and Industry	bulgarisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentationen
Deutsch-Baltische Handelskammer	litauisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts

Eniochos Consulting Step-C Science and Technology Park of Crete	griechisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentation
Center for Entrepreneurs with innovative initiatives in Murcia	spanisch	Agenda To-Do-Liste Liste potenzieller Talentscouts Präsentation

Tabelle 1 Anbieter des Trainingskonzepts für Talentscouts

2.2. Handreichung „Potenzialanalyse“

Für die Durchführung der Potenzialanalyse wurde ein Handbuch entwickelt, das Anwender optimal auf die Organisation und Implementierung des Instruments vorbereitet. Dieses Handbuch beinhaltet alle relevanten Informationen zum Thema Entrepreneurship Education, Anleitungen zur Durchführung sowie Lehr-/Lernmaterialien für die Teilnehmer. Dieses Handbuch wurde in fünf Sprachen (Ungarisch, Bulgarisch, Litauisch, Griechisch und Spanisch übersetzt). Im Anhang sowie auf den Webseiten der jeweiligen Institution sind alle übersetzten Handbücher zu finden.

Ferner wurden die übersetzten Handbücher in den fünf Ländern angewendet. Aus diesen Erprobungen wurden Erfahrungen und Verbesserungsempfehlungen für die flexible Handhabung des Konzepts herausgefiltert und schließlich auch umgesetzt. Im Kapitel „Intellektuelles Output 4.2“ sind Berichte zu den Erprobungen aus Europa sowie im Kapitel „IO 4.3“ eine Ideenmatrix zur Neukonzeption, generiert aus den internationalen Erfahrungen, vorzufinden. Diese Ideenvorschläge wurden für die neue Auflage des Handbuchs berücksichtigt. Eine zweite Auflage des Handbuchs wird über die Joachim Herz Stiftung kostenfrei zur Verfügung gestellt (siehe Tabelle 2). Ebenso wurde die zweite Auflage für eine internationale Anwendung ins Englische übersetzt (siehe Tabelle 2).

Organisation	Sprache	Homepage
Joachim Herz Stiftung	Deutsch	https://www.joachim-herz-stiftung.de/
Lehrstuhl Wirtschaftsdidaktik	Englisch	https://www.wida.wiwi.uni-due.de/downloads/

Tabelle 2 Anbieter des Handbuchs Potenzialanalyse

3. Lehr-, Lern-, Schulungsmaterialen zum „Gründerworkshop“

3.1. Trainingskonzept für Mentoren

Die Förderung der unternehmerischen Kompetenzen der Jugendlichen im Rahmen von s. g. „Gründerworkshops“ setzt die Gewinnung, Qualifizierung und aktive Teilnahme von „Mentoren“ voraus. In diesem Zusammenhang wurde ein „Schulungskonzept für Mentoren“ entwickelt, in welchem die langjährigen Erfahrungen der ehemaligen Manager/Führungskräfte von der Organisation „Alt hilft Jung“ aus Deutschland eingeflossen sind. Die Schulung für Mentoren hat das Ziel, die Teilnehmer auf das Mentorat des Gründungsworkshops vorzubereiten. Dabei werden den Teilnehmenden insbesondere die Materialien und das Konzept des Gründungsworkshops vorgestellt. Zentraler Lehr-/Lerninhalt sind das Verständnis und die Anwendung des Aufgabenheftes sowie der Umgang mit gruppendynamischen Prozessen. Durch Wissensvermittlung und Anwendung sollen die künftigen Mentoren befähigt werden, gute bewährte Praktiken anzuwenden und kritische Situationen abzuwenden. Im Intellektuellen Output 5 werden die methodisch-didaktische Entwicklung des Trainingskonzepts für Multiplikatoren und Mentoren und die Erprobungen in den fünf Ländern ausführlich erläutert.

Auch das Trainingskonzept für Mentoren wurde im Rahmen der Multiplikatorenveranstaltung zur Verbreitung des Schulungskonzepts für Mentoren vorgestellt, erprobt und evaluiert. Des Weiteren wurden die Schulungsunterlagen zur Vorbereitung der Mentoren für die Durchführung der „Gründerworkshops“ in den fünf beteiligten Partnerländern eingesetzt. Das Schulungskonzept für Mentoren besteht aus folgenden Lehr/ Lernmaterialien:

Nr.	Art der Lehr/ Lernmaterialien	Zweck
1	Rollenprofil_Mentor	Das Rollenprofil des Mentors erläutert das Wissen, die Fertigkeiten und Fähigkeiten, die ein Mentor mitbringen sollte bzw. muss, sowie seine Aufgaben und mögliche Kandidaten.
2	Liste potenzieller Mentoren	Die Liste potenzieller Mentoren umfasst die Charakteristika potenzieller Mentoren von Bildungsabschluss, Tätigkeitsbereich und Branchenexpertise über Erfahrungen als Mentor sowie in der Arbeit mit Jugendlichen bis hin zu seiner Verfügbarkeit während des Gründerworkshops.

3	To-Do Liste Partner_Mentorenschulung	Die To-Do Liste für die Partner zur Mentorenschulung enthält die in Bezug auf die Mentorenschulung anstehenden Aufgaben seitens der Partner wie Übersetzungsarbeiten und die Gewinnung von Mentoren sowie die inhaltliche Vorbereitung der Mentorenschulung. Diese kann auch für weitere Organisatoren und künftige Multiplikatoren verwendet werden.
4	Moderationsplan_Mentorenschulung	Der Moderationsplan zur Mentorenschulung erläutert den Ablauf Mentorenschulung mit den dazugehörigen Inhalten und Zielen, den einzusetzenden Methoden und Hilfsmitteln sowie die Rollenverteilung der auftretenden Akteure. Dieser kann als Grundlage für künftige Mentorentrainings genutzt werden.
5	Präsentation "Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte"	Die Präsentation „Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte“ dient dazu, das Projekt, den Gründerworkshop und die Mentorenschulung mit den jeweiligen Zielen und Inhalten darzustellen.
6	Präsentation "Aufgaben und Rollen von Mentoren"	Im Rahmen dieser Präsentation werden die Rollen und Aufgaben des Mentors geklärt.
7	Präsentation "Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops"	Die Präsentation „Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops“ stellt den Gründerworkshop als Projekt dar und weist auf die zentralen Elemente des Projektmanagements für den Gründerworkshop hin.
8	Präsentation "Gründerworkshop"	In der Präsentation „Gründerworkshop“ wird das Konzept des Gründerworkshops mit seinen Inhalten und Aufgaben entlang des Ablaufs der einzelnen Tage vorgestellt.
9	Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“	Die Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“ bietet eine methodische Unterstützung der Mentoren und deckt die Bereiche Team Building, Kreativität, Motivation, Konflikte, Feedback und Reflexion ab.

10	Tagesplanung "Gründerworkshop" für Mentoren	Die Tagesplanung „Gründerworkshop“ für Mentoren gibt einen Überblick über alle während des Gründerworkshops durchzuführenden Aufgaben mit den jeweiligen Aufgabengebieten für Mentoren und Schüler, dem dazugehörigen Zeitbedarf und etwaigen Anmerkungen zu den zu verwendenden Hilfsmitteln.
11	Präsentation "Mentoren Werkzeugkoffer"	Die Präsentation „Mentoren Werkzeugkoffer“ enthält Hinweise und Materialien für die Mentoren hinsichtlich der Vorbereitung und Durchführung des Gründungsworkshops.
12	Evaluationsbogen für die Teilnehmer/Mentoren an der "Mentorenschulung"	Der Evaluationsbogen für die Teilnehmer/Mentoren an der „Mentorenschulung“ befasst sich mit Fragen zur Vorbereitung und Durchführung der Mentorenschulung, zur Qualität des Aufgabenhefts, methodisch-didaktischen Aspekten, länderspezifischen Gegebenheiten sowie der allgemeinen Bewertung des Konzepts des Gründerworkshops.
13	Evaluationsbogen für die Jugendlichen (Teil 1)	Anhand des Evaluationsbogens bewerten die Jugendlichen die Wichtigkeit der Charakteristika eines Mentors und inwiefern diese auf ihren Mentor zutreffen.
14	Evaluationsbogen für die Jugendlichen (Teil 2)	
17	Flyer über Enterprise+ (DE)	Der Flyer über das Projekt Enterprise+ berichtet in Kurzform über die Organisation, Motivation, Ziele, Zielgruppen, Methoden und Phasen des Projekts.

3.2. Handlungsanweisung und Aufgabenheft für Jugendliche

In der Vorbereitungsphase für die Durchführung der „Gründerworkshops“ in den EU-Partnerländern wurde zusammen mit „Alt hilft Jung“ ein Aufgabenheft in Anlehnung an das Konzept des „Gründerpreises für Schülerunternehmen“ entwickelt und in die Sprachen der Projektländer übersetzt. Das Aufgabenheft umfasst dabei insgesamt acht Aufgaben und Informationen, die zur Erarbeitung von sieben Elementen eines Business-Plans (Geschäftsidee, Markt/Wettbewerb, Marketing, Produktion/Beschaffung, Management/Rechtsform, Chancen/Risiken, Finanzplanung) notwendig sind und letztlich der Präsentation des Planes dienen. In der Anlage stehen den Benutzern des Aufgabenheftes Zertifikate, Verträge, Versicherungspolizen, AGBs und Patente zur Verfügung.

Im Rahmen jeder Aufgabe wird zunächst der zugehörige Abschnitt des Business-Plans präsentiert. Mit Hilfe von Beispielen, Hintergrundinformationen und Leitfragen werden die Teilnehmer des Gründerworkshops angeregt, ihre eigenen Business-Pläne Schritt für Schritt auszufüllen. Dabei sollen die Teilnehmer ihre Ergebnisse kontinuierlich schriftlich in Form einer Power-Point-Präsentation festhalten, um am letzten Tag der Veranstaltung ihren ausgearbeiteten Business-Plan präsentieren zu können.

Die Mentoren sind dazu aufgerufen, vor der Bearbeitung der einzelnen Aufgaben unter Einbeziehung der Jugendlichen durch Fragen einen kurzen Input über den jeweiligen Abschnitt des Business Plans zu geben. Dabei können die Mentoren auf persönliche Erfahrungen zurückgreifen, um das Thema verständlicher zu machen. Außerdem wird den Mentoren nahegelegt, den Teilnehmern während der Bearbeitung der Aufgaben mit ihrem Wissen und Knowhow zur Verfügung zu stehen.

Das Aufgabenheft unterstützte die Mentoren bei der strukturierten Vermittlung der Themen und Arbeitsaufgaben an die Teilnehmer der „Gründerworkshops“. Es leitete die Schülerinnen und Schüler, Studierenden und jungen Arbeitssuchenden an, anhand von Leitfragen an ihrer Geschäftsidee und dem jeweiligen Baustein des Business Plans zu arbeiten.

Aus den Erfahrungen der Mentoren und Teilnehmer im Rahmen der „Gründerworkshops“ wurden Verbesserungsempfehlungen herausgefiltert, die von den EU-Partnern für die weitere Anpassung und Verbesserung des Aufgabenheftes genutzt werden können. .

Nr.	Art der Lehr/ Lernmaterialien	Zweck
1	Aufgabenheft „Gründungsworkshop“	Das Aufgabenheft „Gründungsworkshop“ bildet alle von den Jugendlichen während des Gründerworkshops zu bearbeitenden Aufgaben ab.
2	Excell_Tabelle „Kostenplanung“	Diese Excel-Tabelle soll den Teilnehmern des Gründerworkshops bei der Kostenplanung helfen und enthält Angaben zur Kapitalbedarfsplanung, Finanzierung, Rentabilitätsrechnung, Liquiditätsrechnung und Privatentnahmen.

4. Weitere projektrelevante Unterlagen

Nr.	Art des Unterlagen	Zweck
1	Enterprise+: Konzept der Schülerunternehmen – Ansatzpunkte zur Qualitätsverbesserung	Das Dokument verortet das Konzept der Schülerunternehmen theoretisch in der Entrepreneurship-Education und diskutiert kritisch, wie die Qualität des Einsatzes des Konzeptes gesichert werden kann und welche Ansatzpunkte es gibt, um die Qualität des Einsatzes zu verbessern.
2	Argumente für die Teilnahme an dem Projekt „Enterprise+ innovative potential meets experience“ als Unternehmen	Die Argumentationsliste stellt die Projektidee dar und erläutert die Motivation, Kosten, Vorteile und Möglichkeiten zur Teilnahme aus Sicht von Unternehmen.
3	Argumente für die Teilnahme an dem Projekt „Enterprise+ innovative potential meets experience“ als Arbeitsagentur	Die Argumentationsliste stellt die Projektidee dar und erläutert die Motivation, Kosten, Vorteile und Möglichkeiten zur Teilnahme aus Sicht von Arbeitsagenturen.
4	Argumente für die Teilnahme an dem Projekt „Enterprise+ innovative potential meets experience“ als (berufsbildende) Schule	Die Argumentationsliste stellt die Projektidee dar und erläutert die Motivation, Kosten, Vorteile und Möglichkeiten zur Teilnahme aus Sicht von berufsbildenden Schulen.
5	Veranstaltungsdokumentationen zum Infoworkshop	Die Dokumentationen zeigen die länderspezifischen Veranstaltungsunterlagen zur Information von Projektpartnern und Multiplikatoren. Die Dokumente stehen auf der Verbreitungsplattform zur Verfügung.
6	Veranstaltungsdokumentationen zum Expertenworkshop	Die Dokumentationen zeigen die länderspezifischen Workshop Unterlagen für den Austausch mit Experten. Die Dokumente stehen auf der Verbreitungsplattform zur Verfügung.

5. APPENDIX: Verzeichnis der erstellten Dokumente [IO-1]

LN	TITEL/BEZEICHNUNG	ART DES DOKUMENTS
[IO-1]_00	Agenda_Schulungskonzept für Beobachter [EPBS-057]	Vorlage
[IO-1]_01	Liste_potenzieller_Talentscouts [EPBS-61]	
[IO-1]_02	Powerpoint_Präsentation_Training_für_Multiplikatoren [EPBS-062]	Vorlage
[IO-1]_03	Handbuch losleger [EPPA-065]	Handbuch/Anweisung
[IO-1]_04	Zuordnungstabelle 18 Kick-starters (xls) [EPPA-070-02]	Vorlage
[IO-1]_05	Auswertungstabelle EPPA 072	Vorlage
[IO-1]_06	Agenda_Durchführung der Potenzialanalyse in Litauen	
[IO-1]_07	Evaluationsbogen für Talentscouts	Vorlage
[IO-1]_08	Moderationsplan_Mentorenschulung	Vorlage
[IO-1]_09	Präsentation "Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte"	Vorlage
[IO-1]_10	Präsentation "Aufgaben und Rollen von Mentoren"	Vorlage
[IO-1]_11	Präsentation "Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops"	Vorlage
[IO-1]_12	Präsentation "Gründerworkshop"	Vorlage
[IO-1]_13	Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“	Vorlage
[IO-1]_14	Tagesplanung "Gründerworkshop" für Mentoren	Vorlage
[IO-1]_15	Aufgabenheft „Gründungsworkshop“	Handbuch/Anweisung
[IO-1]_16	Excell_Tabelle „Kostenplanung“	Vorlage
[IO-1]_17	Evaluationsbogen für Mentoren	Vorlage
[IO-1]_18	Evaluationsbogen für die Jugendlichen	Vorlage
[IO-1]_19	Flyer	Vorlage



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]

ÜBERSETZTE UND WEITERENTWICKELTE UNTERLAGEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

(CC-BY-SA-4.0 Int.) Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Einige Rechte vorbehalten.

Diese Publikation ist, soweit nicht anders angegeben, lizenziert unter einer Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen – 4.0 International.



Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.

www.enterpriseplusproject.eu





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_00

Agenda_Schulungskonzept für Beobachter

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Stebėtojų/talentų ieškotojų mokymai
Projektas Enterprise + inovatyvaus potencialo ir patirties sinergija
2015 10 28-29 d.

2015 10 28

- 09.00 Sveikinimo žodis**
Programos pristatymas ir multiplikatorių mokymų tikslai
- 09.15 Dalyvių susipažinimas**
- 09.30 Projekto *Jaunimo verslumo potencialo nustatymas* koncepcija**
- 10.00 Multiplikatorių vaidmuo ir užduotys atliekant verslumo potencialo analizę**
- 10.30 Pertrauka**
- 11.00 Verslumo potencialo analizės eiga:**
Mokinių užduočių turinio ir metodikos pristatymas
- 11.45 Pasiruošimas ir įgyvendinimas:**
- 12.30 Pietų pertrauka**
- 13.30 Talentų ieškotojų mokymai I:**
Užduoties „Bokštas“ simuliacija
Aptarimas
- 15.00 Pertrauka**
- 15.30 Talentų ieškotojų mokymai II:**
Užduoties „Grupių diskusijos“ simuliacija
Aptarimas
- 17.00 Užbaigimas**

2015 10 29

**Verslumo potencialo įgyvendinimas ir
vertinimas**

09.00 **Talentų ieškotojų mokymai III:**
Stebėjimo rezultatų vertinimas ir
grįžtamasis ryšys

10.30 *Pertrauka*

11.00 **Talentų ieškotojų mokymai IV:**
Pasirodymų stebėjimas ir vertinimas
Ką turėtų daryti ir ko geriau vengti
talentų ieškotojui

12.30 *Pietų pertrauka*

13.30 **Verslumo potencialo analizės
įgyvendinimo planas**

15.00 *Pertrauka*

15.30 **Apibendrinimas ir iškilusių klausimų
aptarimas**

16.30 **Mokymų įvertinimas**

17.00 *Pabaiga*



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_01

Liste_potenzieller_Talentscouts

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_02

Powerpoint_Präsentation_Training_für_Multiplikatoren

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



**Lehrstuhl für Wirtschaftswissenschaften
und Didaktik der Wirtschaftslehre**

Mokymai multiplikatoriams Potencialo analizė - pasiruošimas, vykdymas ir vertinimas

Lena Piotrowski

2015 10 28

- **Dalyvių susipažinimas, programos pristatymas ir multiplikatorių mokymų tikslai**
- **Projekto Jaunimo verslumo potencialo nustatymas koncepcija**
- **Multiplikatorių vaidmuo ir užduotys atliekant verslumo potencialo analizę**
- **Verslumo potencialo analizės eiga: užduočių turinio ir metodikos pristatymas**
- **Pasiruošimas ir įgyvendinimas:**
- **Talentų ieškotojų mokymai I: užduoties „Bokštas“ simuliacija, aptarimas**
- **Talentų ieškotojų mokymai II: užduoties „Grupių diskusijos“ simuliacija, aptarimas**

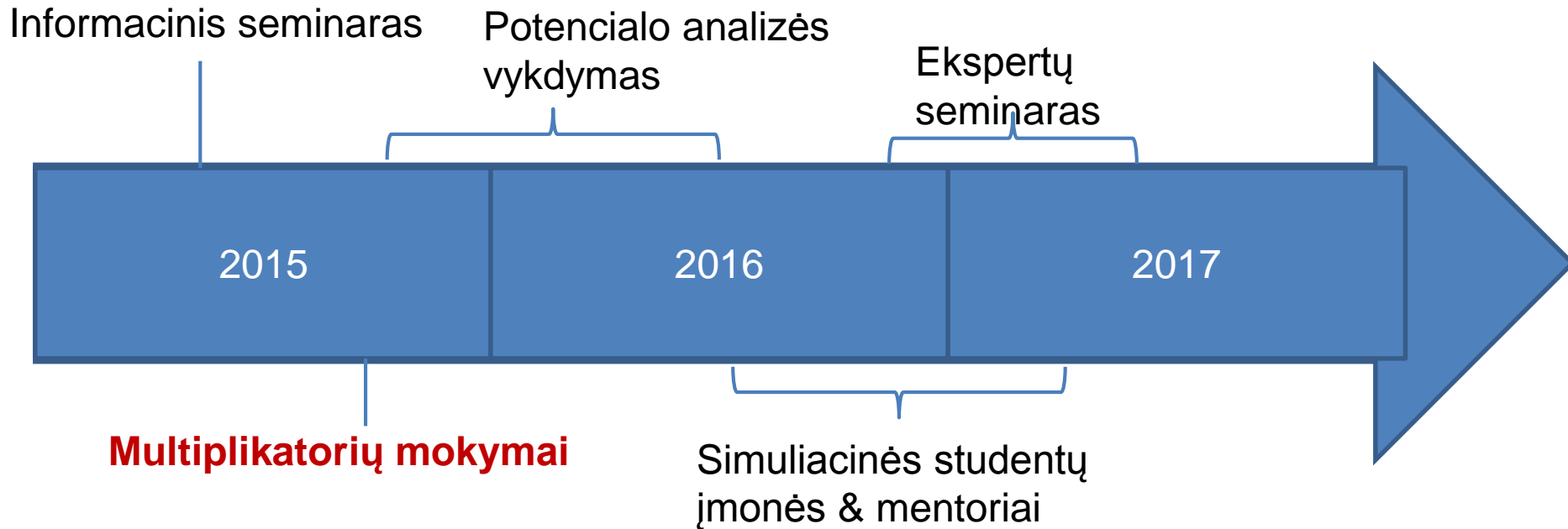
2015 10 29

- **Talentų ieškotojų mokymai III: stebėjimo rezultatų vertinimas ir grįžtamasis ryšys**
- **Talentų ieškotojų mokymai IV: pasirodymų stebėjimas ir vertinimas**
- **Ką turėtų daryti ir ko geriau vengti talentų ieškotojui**
- **Verslumo potencialo analizės įgyvendinimo planas**
- **Apibendrinimas ir iškilusių klausimų aptarimas**
- **Mokymų įvertinimas**

Multiplikatorių mokymų tikslai

- Kvalifikacija savarankiškam potencialo analizės vykdymui.
- Potencialo analizės vykdymo projektas Lietuvoje.

Projekto Enterprise+ etapai



Losleger – verslumo gebėjimų nustatymo analizė

- Potencialo analizė pagal vertinimo centrų formatą
- Įvairios užduotys ir metodai
- Verslumo gebėjimų išmatavimas ir skatinimas



losleger[®]

Der Profilcheck für unternehmerisches Talent

- Verlus mąstymas ir veiksmai tampa vis svarbesni
 - Prielaida: išmokti yra įmanoma!
- Potencialo analizė - tai diagnozavimo ir skatinimo instrumentas

Dalyvius stebi:

- Įvairiose situacijose
- Ilgesnį laiką
- Kompetentingi stebėtojai

Išvados priklauso nuo

- gebėjimų įvertinimo ir
- reikalavimų.

Quelle: vgl. Schäfer, B.: Individuelle Kompetenzstärkung durch Potenzialanalyse und zielgerichtete Förderplanung. In: Retzmann, T. (2011) (Hg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht II. Schwalbach/Ts., Wochenschau-Verlag, S.100

Vertinimų centro skatinimas

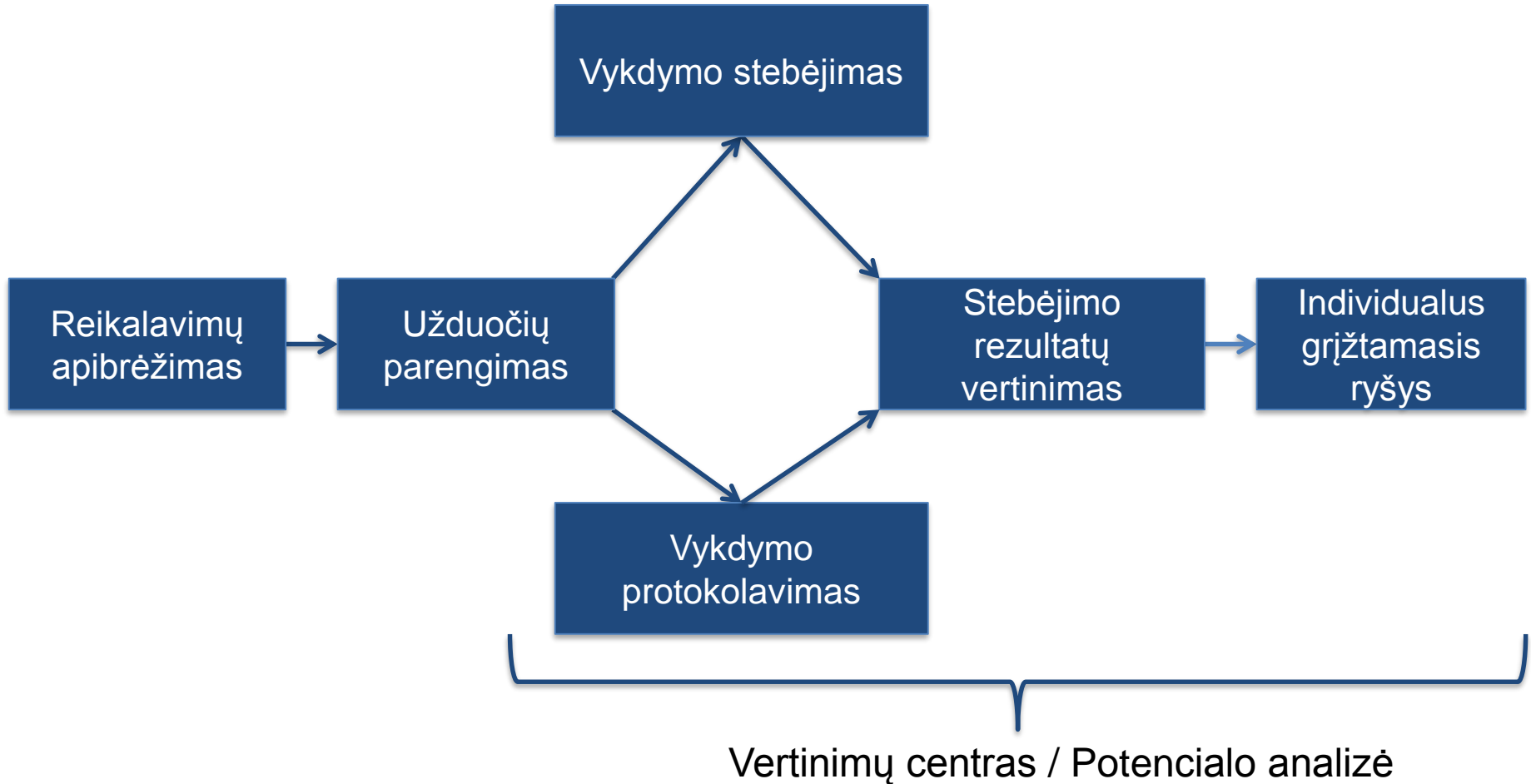
Tikslas

Dalyvius skatinti:

- Atpažinti savo gebėjimus,
- Patiems toliau vystyti savo gebėjimus,
- susikurti individualius skatinimo planus.

Quelle: Schäfer, B.: Individuelle Kompetenzstärkung durch Potenzialanalyse und zielgerichtete Förderplanung. In: Retzmann, T. (2011) (Hg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht II. Schwalbach/Ts., Wochenschau-Verlag, S.101

Vertinimo centro procesų eiga



in Anlehnung an Herzog u.a. 2005 aus: Schäfer 2011

Verlumo potencialas



Vaidmenys potencialo analizės metu

- Organizatorius
- Moderatorius
- Stebėtojai/Talentų ieškotojai
- Atsarginiai
- Dalyviai

Organizatorius

- Organizatorius gali būti ir moderatoriumi
- Potencialo analizės inicijavimas ir planavimas
- Pagalba moderatoriui und talentų ieškotojams
- Reikiamų priemonių pateikimas
- Bendravimas su tėvais ir mokymo įstaigų vadovybe
- Moksleivių/studentų atranka
- ...

Moderatorius

- Moderuoja renginį
- Paaškina užduotis
- Kontaktinis asmuo visiems dalyvaujantiems
- Susipažinęs su visa medžiaga
- Remia mokymosi procesą
- ...



Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: <http://www.joachim-herz-stiftung.de/de/press/news/2014/07/23/losleger-summer-school-2014/>

Stebėtojai/talentų ieškotojai

- Stebi dalyvius užduočių metu
- Užrašo stebėjimus
- Dalyvauja mokymuose prieš potencialo analizę
- Suteikia grįžtamąjį ryšį dalyviams
- Susipažinę su visa medžiaga
- ...



Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: http://joachim-herz-stiftung.de/de/information/projects/economics_domain/losleger_project/news/2014/08/05/summerschool/

- Gali perimti bet kurį vaidmenį
- Pagalba proceso metu
- Gali komoderuoti užduotį „Grupinė diskusija“
- ...

- Stebimi atlieka užduotis
- Gauna asmeninį grįžtamąjį ryšį ir rekomendacijas tobulėjimui

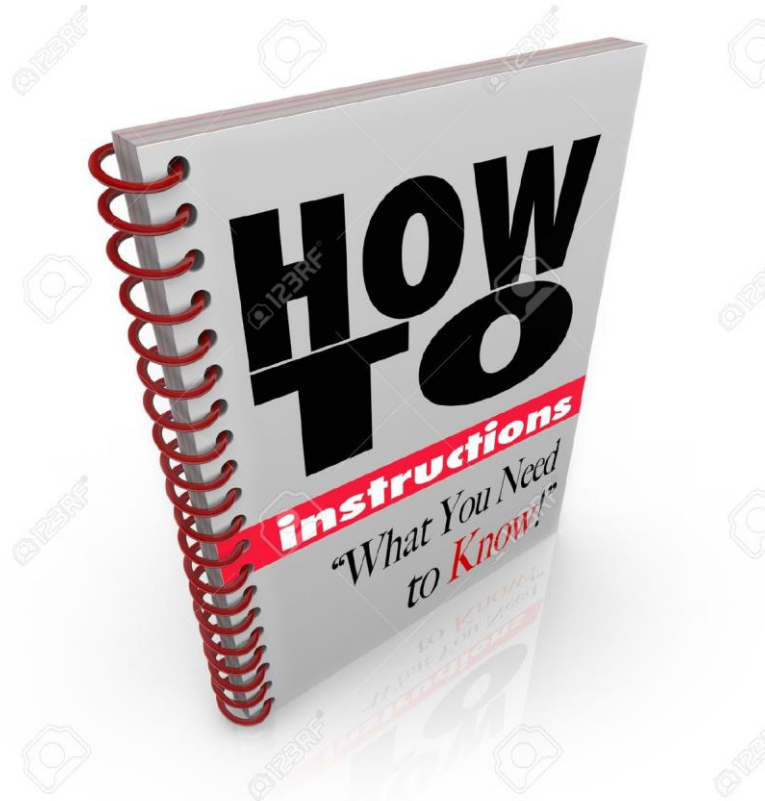


Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: http://joachim-herz-stiftung.de/de/information/projects/economics_domain/losleger_project/news/2014/08/05/summerschool/



Joachim Herz Stiftung, Fotograf: Sebastian Hoffmann: http://joachim-herz-stiftung.de/assets/loslegersummerschool3_download.jpg

Dalomoji medžiaga



<http://previews.123rf.com/images/iqoncept/iqoncept1201/iqoncept12010001/11826635-A-spiral-bound-book-with-the-words-How-To-Instructions-What-You-Need-to-Know-a-manual-offering-guida-Stock-Photo.jpg>

Parodyk savo pardavimo talentą!



<http://www.karriere.at/blog/wp-content/uploads/2014/07/Farbe-Kleidung-Bewerbungsfoto-626x435.jpg>

Potencialo analizės užduočių seka



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



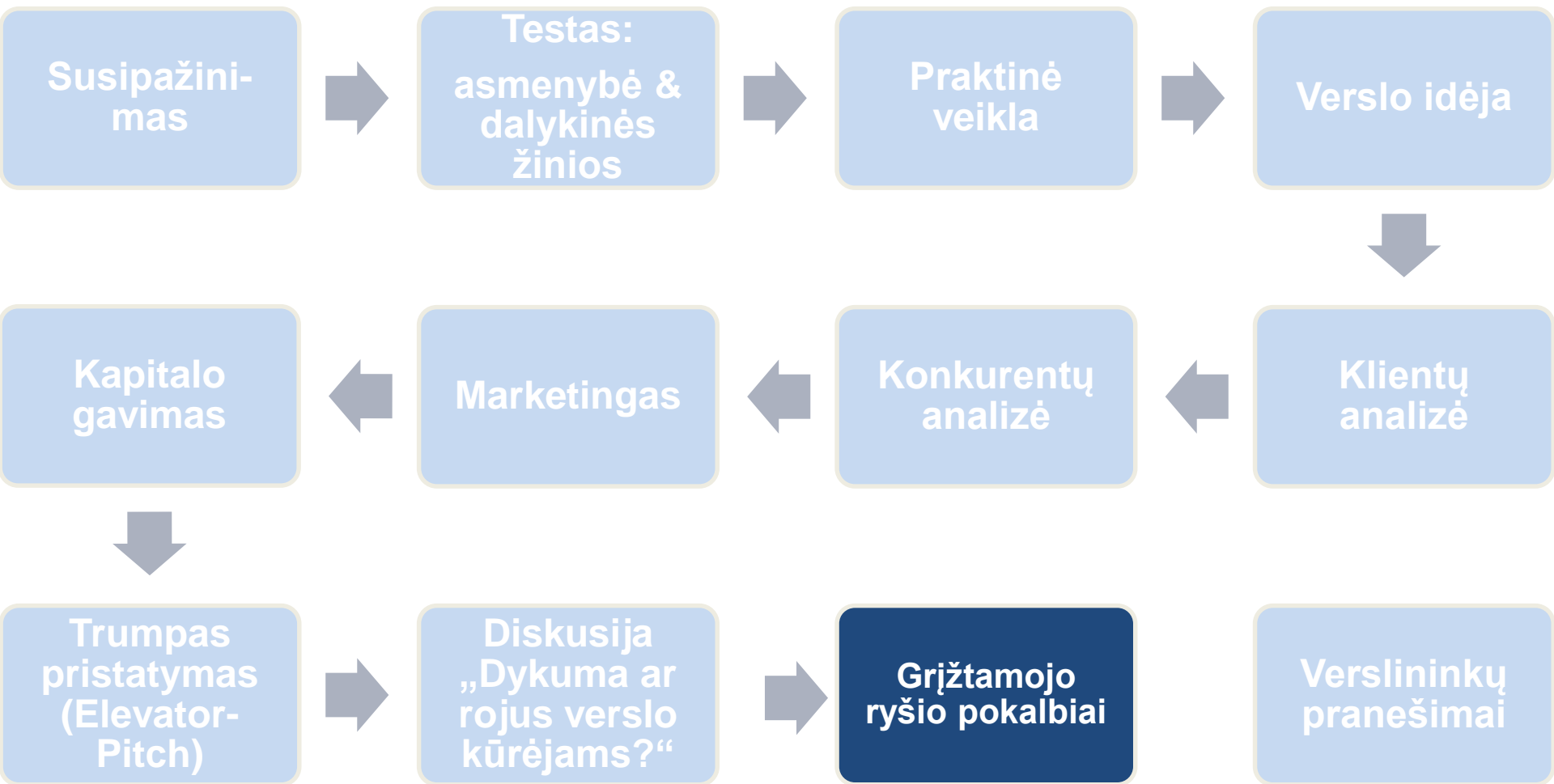
Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Potencialo analizės užduotys



Kas atsitinka, kai aš kažką suvokiu?

Saksofonininkas ar moteris?



http://www.kik-seminare.at/optikbilder/optik_bild_2.htm

„According to a research at Cambridge University, it doesn't matter in what order the letters in a word are, the only important thing is that the first and last letters be at the right place. The rest can be a total mess and you can still read it without problem. This is because the human mind does not read every letter by itself, but the word as a whole.“

<http://www.foxnews.com/story/2009/03/31/if-can-read-this-mess-be-read-ally-smrat/>

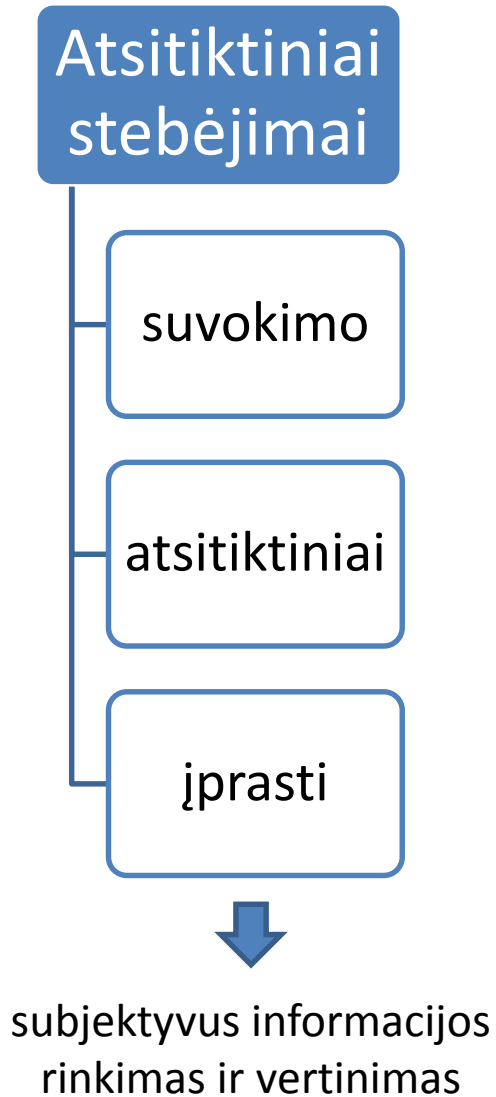
Suvokimo sistema

- atrenka
- papildo
- struktūrizuoja
- interpretuoja

veikiančius dirgiklius.

<https://www.youtube.com/watch?v=ubNF9QNEQLA>

Elgsenos stebėjimas



vgl. Atteslander 2010, S. 73; vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2011, S. 381 ff.

Elgsenos stebėjimas

Atsitiktiniai stebėjimai

suvokimo

atsitiktiniai

įprasti



subjektyvus informacijos rinkimas ir vertinimas

Sistemiški stebėjimai

Orientuoti į tikslą

Orientuoti į reikalavimus

Planingi

Orientuoti į vertinimą

Moksliniai



Objektyvus ir validus informacijos rinkimas ir vertinimas

vgl. Atteslander 2010, S. 73; vgl. Schnell/ Hill/ Esser 2011, S. 381 ff.

„Juk stebėti lengva?!“

Numanomos asmenybės teorijos

„Prielaidos, kurias žmonės daro apie vienos ar kelių asmens savybių ryšį, apie tai, kurios savybės pasireiškia kartu ir kurios išsiskiria.“

(<http://www.klug-md.de/Wissen/Implizitpersth.htm>)

Stereotipai

„Stereotipų vaidmuo vertinime toks, kad vertintojas asmeniui, priklausančiam tam tikrai socialinei grupei (pvz. moterų) yra linkęs priskirti tai grupei būdingus bendrus bruožus (pvz. emocionalumą, jautrumą).

(<http://www.klug-md.de/Wissen/Stereotype.htm>)

Halo efektas

Tendencija vertinti pagal bendrą įspūdį ar ypatingą požymį.

(Vgl. Greve / Wentura, 1997: 61)

Simpatijos efektas

Simpatijos efektas apibūdina tendenciją, kai mielam žmogui priskiriamos teigiamos savybės, nepamatant jo silpnybių.

(http://www.klug-md.de/Wissen/Sympathie_Effekt.htm)

Pirmumo efektas

„Kai pirminė informacija apie asmenį, kurią vertintojas gauna ar suvokia, yra ypatingai gerai įsimenama.

“ (http://www.klug-md.de/Wissen/Primacy_Effekt.htm)

Naujumo efektas

„Kai paskutinė apie asmenį gauta informacija stipriai įtakoja bendrą vaizdą. Paskutiniai įspūdžiai gali susilpninti ar iškreipti anksčiau gautą informaciją.“

(http://www.klug-md.de/Wissen/Recency_Effekt.htm)

Nuotaikos poveikis

- nuovargis,
- motyvacija,
- emocijos,
- motyvai,
- ...

vgl. Greve/ Wentura 1997, S. 64 f.

Vertinimo iškraipymai

- Silpna tendencija
- Stipri tendencija
- Vidutinė tendencija

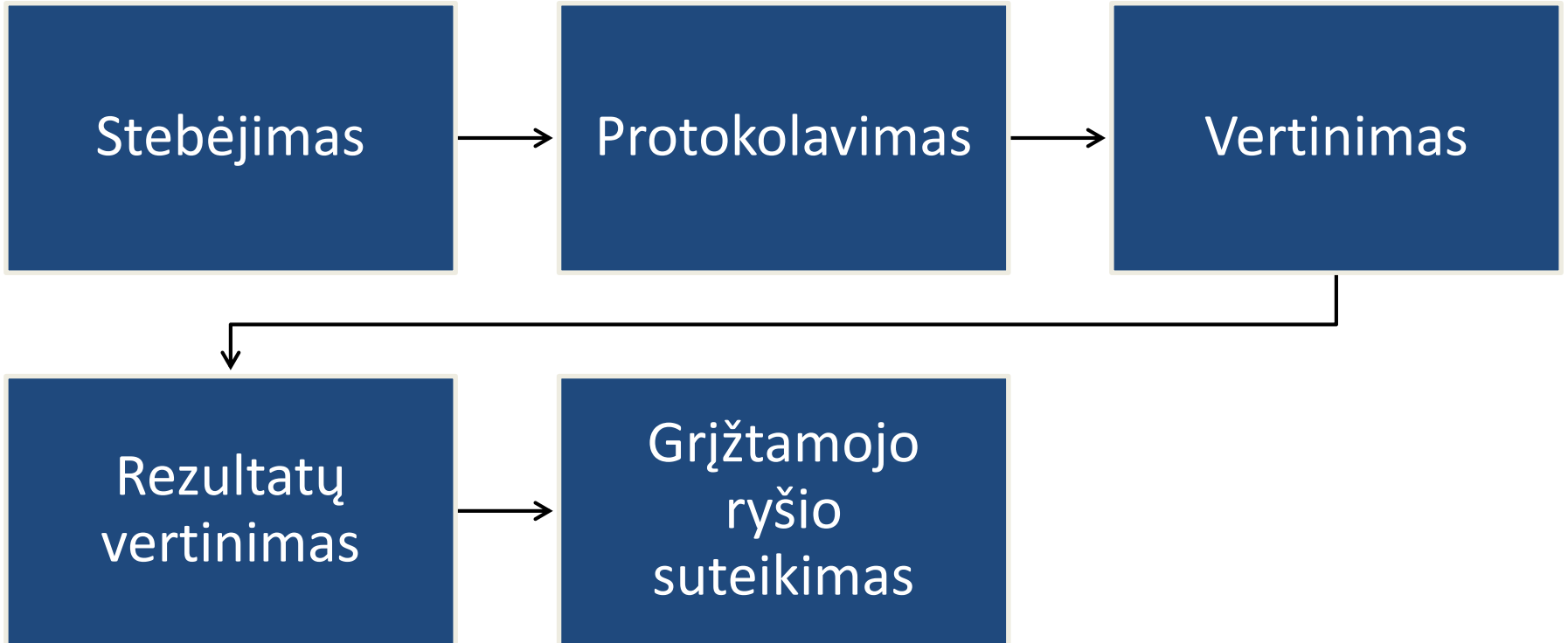
Žmonėms būdinga vertinimo ar reitingavimo skalėse vengti ribinių rodiklių. (vgl. Greve / Wentura, 1997, S. 65)

Protokolavimo principai

- Konkretus, kuo tiksliau suformuluotas elgesio aprašymas
- Cituoti pažodžiui
- Aprašyti, o ne vertinti
- Nepriskirti gebėjimų abstrakčiai
- Neapibendrinti

vgl. Grümer 1974, S. 98; vgl. Martin/ Wawrinowski 2000: S. 56 ff.

Talentų ieškotojų užduotys



Apžvalga: apklausa su kortelėmis

Ką turėtų daryti talentų ieškotojai?
Ko reikėtų vengti?

Pasižymėkite Dos & Dont's (ką daryti ir ko vengti) & siekiamus tikslus potencialo analizės metu!

<i>Laikas:</i>	<i>10 min.</i>
<i>Rezultatų apibendrinimas:</i>	<i>25 min.</i>
<i>Priemonės:</i>	<i>5 kortelės asmeniui, lenta, kitos priemonės</i>

Kaip elgtis su dalyviais, kurie parodė, kad turi mažai potencialo?

Kaip galima sujungti projekto priemones - potencialo analizę ir įmonių steigimo dirbtuves?

Sudarykite konkretų planą potencialo analizės vykdymui Lietuvoje

Darbo laikas: 30 min

Pristatymas: 10 min

Diskusija: 20 min

*Priemonės: Lenta & bloknoras stovams
priemonės pristatymui ir/arba
laptopai & projektorius*

Turinys

- Medžiagos pristatymas ✓
- Stebėjimo vykdymas pagal pateiktus pavyzdžius ✓
- Teorinis įvadas: dėmesio stebėjimas ir vertinimas
- Rezultatų įvertinimas ir jų perdavimas dalyviams ✓
- Do's und Dont's für Talentescouts ✓
- Moderatoriaus vaidmuo ✓



<http://data.motor-talk.de/data/galleries/0/55/347/41244546/fragezeichen-8807216118191879627.jpg>

Grįžtamojo ryšio diskusija



Įvertinimo anketa



Dėkojame uŹ dėmesj!

Kontaktinis asmuo

Lena Piotrowski

El. paštas: lena.hiller@uni-due.de

Adresas: Universität Duisburg-Essen, Campus Essen
Lehrstuhl für Wirtschaftswissenschaften und
Didaktik der Wirtschaftslehre
Universitätsstraße 12
45141 Essen
Deutschland

- Atteslander, P. (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung, 13., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG
- Greve, W.; Wentura, D. (1997): Wissenschaftliche Beobachtung. Eine Einführung. Weinheim, BELTZ Psychologie Verlag Union
- Grümer, K.-W. (1974): Beobachtung. Techniken der Datensammlung. Stuttgart, Teubner Studienskripten
- Martin, E.; Wawrinowski, U. (2000): Beobachtungslehre. Theorie und Praxis reflektierter Beobachtung und Beurteilung, 3. Auflage. Weinheim, Juventa Verlag
- Retzmann, Th. / Seeber, G. / Remmele, B. / Jongebloed, H.-C. (2010): Ökonomische Bildung an allgemein bildenden Schulen. Essen / Lahr / Landau / Kiel.
- Schäfer, B. (2011): Individuelle Kompetenzstärkung durch Potenzialanalyse und zielgerichtete Förderplanung. In: Retzmann, T. (Hg.): Methodentraining für den Ökonomieunterricht II. Schwalbach/Ts., Wochenschau-Verlag
- Schnell, R.; Hill, P.-B.; Esser, E. (2011): Methoden der empirischen Sozialforschung, 9. Auflage. München, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH

Abbildung Feedback-Gespräch:

http://static1.squarespace.com/static/53d17c72e4b04908aec6a9d4/53d1c625e4b018cd23ce7e5f/53d1c6c3e4b018cd23ce8da5/1406279381259/dreamstime_l_3291533.jpg?format=1000w

Foto Gruppe Losleger: http://www.pnp.de/region_und_lokal/landkreis_rottal_inn/pfarrkirchen/1376788_Losleger-bei-der-Summer-School.html (Zugriff: 05.11.2014)

Fotos mit freundlicher Genehmigung der Joachim-Herz-Stiftung, Hamburg

Joachim-Herz-Stiftung <http://www.joachim-herz-stiftung.de/de/about/foundation> (Zugriff: 20.10.2014)

<http://previews.123rf.com/images/iqoncept/iqoncept1201/iqoncept120100001/11826635-A-spiral-bound-book-with-the-words-How-To-Instructions-What-You-Need-to-Know-a-manual-offering-guida-Stock-Photo.jpg>

<http://www.karriere.at/blog/wp-content/uploads/2014/07/Farbe-Kleidung-Bewerbungsfoto-626x435.jpg>

<http://data.motor-talk.de/data/galleries/0/55/347/41244546/fragezeichen-8807216118191879627.jpg>

http://www.kik-seminare.at/optikbilder/optik_bild_2.htm

<http://www.foxnews.com/story/2009/03/31/if-can-raed-tihs-msut-be-raelly-smrat/>

<https://www.youtube.com/watch?v=ubNF9QNEQLA>

<http://www.klug-md.de/Wissen/Implizitpersth.htm>



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_03

Handbuch losleger

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Autoriai:

Prof. Dr. Thomas Retzmann

Karin Krzatala

Lena Piotrowski

Viona Hausmann

Rekomendacijos

„Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymo“ projekto vykdymui

Projektas Enterprise+ finansuojamas remiant Europos Komisijai. Šis leidinys atspindi tik autoriaus požiūrį, todėl Komisija negali būti atsakinga už bet kokį jame pateikiamos informacijos naudojimą.



Erasmus+



Projektas „Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ finansuojamas iš Joachim Herz fondo, Hamburgas

Turinys

Lentelių sąrašas	4
1 Jaunimo verslumo potencialo nustatymas	5
1.1 Ekonominis raštingumas ir verslumas	5
1.2 Verslumo potencialo analizės metodika	7
1.3 Jaunimo verslumo potencialo nustatymas	9
1.3.1 Jaunimo verslumo potencialo nustatymo eiga: dalyvių tinkamumas	9
1.3.2 Reikalavimai dalyviams.....	11
1.3.3 Reikalavimai dalyviams: Asmenybės verslumo potencialas	12
1.3.4 Reikalavimai dalyviams: Dalyvių ekonominis raštingumas.....	14
1.4 Į ką turėtų atkreipti dėmesį talentų ieškotojai?	18
1.4.1 Stebėjimo klaidos	18
1.4.2 Ką turėtų daryti ir ko geriau vengti talentų ieškotojui!.....	20
1.5 Literatūra	21
2 Ko reikia projekto įgyvendinimui?.....	22
2.1 Reikalavimai personalui	22
2.1.1 Talentų ieškotojų vaidmuo ir užduotys.....	22
2.1.2 Talentų ieškotojų susitikimas	23
2.1.3 Moderatoriaus vaidmuo ir užduotys	23
2.2 Reikalavimai mokymų patalpoms	24
2.3 Užduotys: Apžvalga	25
2.3.1 Geri dalyvių ekonominių žinių pagrindai- testas!.....	26
2.3.2 Daug įvairių klausimų ir sunkus testas: tikras išbandymas visiems projekto dalyviams!	27
2.4 Įgyvendinimo galimybės	28
2.5 Projekto įgyvendinimas	31
2.5.1 Projekto laiko planavimas.....	33
2.5.2 Kontrolinis sąrašas.....	34
3 Talentų ieškotojų užduotys	38
3.1 Ataskaitinis aptarimas: Visų etapų apžvalga	38
3.2 Grįžtamojo ryšio pokalbis.....	41
4 Projektui reikalingi dokumentai	43
4.1 Susipažinimas	44

4.2	Praktinė veikla	46
4.3	Verslo kūrimo užduotys.....	60
4.1	Kaip rasti verslo idėją?	61
4.1.1	Klientų analizė.....	68
4.1.2	Konkurentų analizė.....	73
4.1.3	Rinkodara.....	80
4.1.4	Finansavimo gavimas	88
4.1.5	Trumpas verslo idėjos pristatymas (angl. Elevator Pitch)	94
4.2	Pokalbių šou	101
4.3	Baigiamasis etapas dienos pabaigoje.....	109
4.4	Verslininkų pranešimai	111
5	Priedas	113
5.1	Priemonės	113
5.2	Laiško pavyzdys dalyvio tėvams/globėjams	115
5.3	Projekto „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ įgyvendinimo vertinimo anketa.....	117
5.4	Laiškas ateičiai	119
5.5	Kontrolinis klausimas prieš projekta	120
5.6	Kontrolinis klausimas po projekto.....	121
5.7	Dalyvių nuotaikos vertinimas	122
5.8	Dalvių vardų kortelės.....	123
5.9	Dalyvių paskirstymo planas.....	124
5.9	Dalyvio sertifikatas.....	125

Lentelių sąrašas

Lentelė 1: Eigos koncepcija- gebėjimų nustatymas ir individualus ugdymas	7
Lentelė 2: Verslumo potencialo nustatymo eiga	10
Lentelė 3: Ekonominės kompetencijų sritys ir dalinės kompetencijos	14

1 Jaunimo verslumo potencialo nustatymas

Rasti jaunų verslininkų/verslininkių? Atrasti mokinių verslumo potencialą? Toks tikslas nustebintų daugelį, bet ar įgūdžiai ir polinkis į kitas profesijas atrandami ne mokykloje? Tad kodėl reikėtų leisti verslumo potencialui, galbūt slypinčiam viename iš mokinių, taip ir likti neatskleistam?

Pirmas tikslas:
atrasti verslumo
potencialą

Būtent čia prasideda verslumo potencialo analizė „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“. Atliekant šią analizę, mokiniai, vykdydami su verslo kūrimu susijusias užduotis, atskleidžia savo gebėjimus. Juos stebi apmokyti stebėtojai (toliau- talentų ieškotojai) ir vertina pagal tam tikras nustatytas taisykles. Atlikus visas užduotis, nustatomas išsamus kiekvieno projekto dalyvio verslumo potencialas. Gauti rezultatai, žinoma, negarantuoja, kad dalyvis sėkmingai pradės verslą ar jam vadovaus, nes tai negali atstoti realybės, tačiau verslo kūrimo simuliacija atskleidžia asmenines savybes ir kompetencijas. Turimus potencialus būtina skatinti toliau.

Antras tikslas:
atpažinti skatinimo
poreikį

Šis mokytojo vadovas pirmiausiai yra įvadas į verslumo skatinimą ir potencialo analizę „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“. Vadove taip pat rasite visą reikalingą informaciją, dokumentus ir medžiagą, reikalingą savarankiškam projekto vykdymui.

Mokytojo vadovas
užtikrina sklandžią
projekto eigą

1.1 Ekonominis raštingumas ir verslumas

Ekonominis raštingumas dabar labiau nei bet kada yra laikomas bendrojo išsilavinimo ir, vienokia ar kitokia forma, beveik visose švietimo sistemose bendrojo ugdymo dalimi. Be tam tikro lygio ekonominio raštingumo susiorientuoti pasaulyje, kupiname su ekonomika susijusių situacijų, vargu ar įmanoma. Ekonominio raštingumo svarbą ir būtinumą galima apibūdinti taip:

Ekonominio
raštingumo
būtinumas

Ekonominis raštingumas

„Ekonominis raštingumas suteikia žmogui galimybę gyventi savarankiškai, dalyvauti visuomeniniame ir politiniame gyvenime; taip pat padeda paaugliams integruotis į visuomenę. Tvirti ekonomikos pagrindai suteikia naudos ir tiems, kurių išsilavinimo lygis nėra toks aukštas, nes jie atveria daugiau darbo galimybių, padeda geriau suprasti finansinę riziką ir taip prisideda prie finansiniu atžvilgiu sėkmingo gyvenimo. Todėl ekonominis raštingumas svarbus ekonomikai, užimtumai ir socialinei apsaugai tiek individualiu, tiek visuomenės atžvilgiu.“ (Retzmann et al. 2010)

Svarbi ekonominio raštingumo užduotis- prisidėti prie verslumo. Bet kas iš tikrųjų yra verslumas? Jau pati verslumo sąvoka yra išsami ir apibrėžta. Kartais vietoje verslumo mokymo sąvokos vartojamos kitos - verslo kūrimo ugdymas, verslui reikalingų savybių ugdymas, taip pat savarankiško verslo kultūra.

Kas yra verslumo mokymas?

Verslumas

Verslumo pavyzdys - pilnametis verslininkas, galintis savarankiškai veikti ir būti socialiai atsakingas versle. Verslumas apima mokymosi procesus, skatinančius kūrybiškumą versle, gebėjimą priimti naujoves, pasitikėjimą savimi, motyvaciją siekti, racionalų požiūrį į riziką ir atsakomybę bei suteikiančius tokių su ekonomika ir verslumu susijusių kompetencijų, kurios būtinos verslo kūrimui, realizavimui ir kritiškam mąstymui (Kirchner/Loerwald 2014, psl. 39).

Verslus mąstymas ir elgesys ilgainiui tampa nebe kompetencija, kurios reikalaujama tik iš savarankiškai dirbančių žmonių, verslininkų, taip pat nesavarankiškai dirbančių vadovų arba verslininkų. Šiandieniniame moderniam darbo pasaulyje toks mąstymas ir elgesys daugelyje profesijų daugiau ar mažiau sudaro pagrindą, kurį privalo turėti darbuotojas. Pakanka žvilgtelėti į rinką, kad suprastume, jog darbdaviai šių savybių vis labiau reikalauja ir iš dirbančiųjų pagal darbo sutartį.

Dėl didelės verslo kūrimo reikšmės ekonomikai, pastangos skatinti verslumą atrodo prasmingos. Tik ar apskritai to galima išmokyti ir išmokti? O gal verslininku gimstama? Mokslinėse diskusijose nuspręsta vieningai- verslui reikalingo mąstymo ir elgesio išmokti galima. Skatinant verslumą ir pasitelkiant tam tikras mokymo/mokymosi programas, mokiniams suteikiama galimybė išbandyti save ir sužinoti, kas iš tikrųjų yra verslus mąstymas ir elgesys. Be to, mokiniai turi pritaikyti atitinkamas dalykines žinias ir gebėjimus, kad galėtų patys priimti sprendimus. Metodiškai šiam tikslui tinka, pavyzdžiui, situacijų žaidimai, pasiskirstymas vaidmenimis, projektinis darbas arba įmonių steigimo simuliacija (vgl. Euler 2012, S. 73 f.).

Verslui reikalingo mąstymo ir elgesio galima išmokti

1.2 Verslumo potencialo analizės metodika

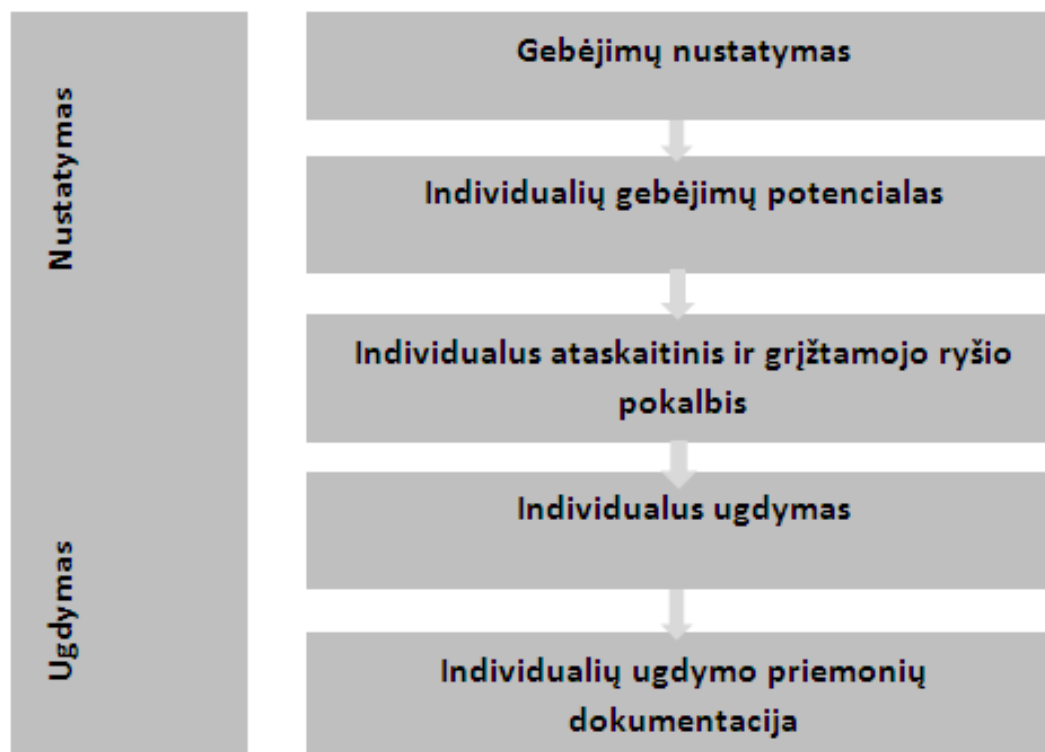
Verslumo potencialo analizės vis dažniau taikomos mokyklose. Jos daugelyje šalių yra svarbi profesinio orientavimosi ir gebėjimų nustatymo dalis. Toliau pateikiami verslumo potencialo analizės metodai. Pabaigoje išsamiai pateikiama ir paaiškinama potencialo analizė „*Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“.

Potencialo analizės tampa vis svarbesnės

Verslumo potencialo analizę sudaro du paprasti, viena po kito einantys etapai- nustatymas ir ugdymas. Jų rezultatai yra susiję, todėl nenustačius potencialo, skatinimas negalimas! Taip pat, nenustačius potencialo, negali vykti tikslingas ugdymas. Visi etapai pavaizduoti apačioje:

Nenustačius potencialo, ugdymas negalimas

Lentelė 1: Eigos koncepcija- gebėjimų nustatymas ir individualus ugdymas (Bertelsmann Stiftung et al. 2012, psl. 68)



Procesas pradedamas gebėjimų nustatymu. Jį galima atlikti trim skirtingais būdais: *pagrįstu savybėmis, simuliacija ir biografija.* Kompetencijoms nustatyti galimi įvairūs būdai

Simuliacija yra vienas pagrindinių gebėjimų nustatymo metodų. Stebint dalyvius darbinėje aplinkoje, atliekama jų gebėjimų potencialo analizė, sistemingai vertinant nustatytus gebėjimus. Vykdamas šį projektą, tai atliekama talentų ieškotojų ataskaitiniame aptarime. Simuliacija

Individualus ataskaitinis pokalbis su dalyviu yra verslumo potencialo nustatymo ir ugdymo dalis. Dalyviams suteikiamas profesionalus grįžtamasis ryšys apie pasirodymą, atliekant užduotis, bei pastebėtus gebėjimus. Atliekant verslumo potencialo analizę, dėmesys skiriamas parodytoms stipriosioms, o ne silpnosioms pusėms. Tobulėdami dalyviai privalo būti savarankiški, todėl per ataskaitinį pokalbį aptariami tolimesni ugdymo žingsniai, už kuriuos dalyvis bus atsakingas pats. Grįžtamasis ryšys apie individualias kompetencijas

Verslumo potencialo analizė atliekama dalyvio verslumo ugdymo pradžioje, todėl po metų rezultatai gali skirtis. Ypač tuomet, jei vyko individualus ugdymas. Verslumo potencialo analizė atliekama verslumo ugdymo pradžioje

1.3 Jaunimo verslumo potencialo nustatymas

Kaip atrasti verslumo potencialą? Pasitelkiant verslumo potencialo analizę „Jaunimo verslumo nustatymas“. Verslumo potencialo analizė- tai verslumo skatinimo priemonė. Tai Jums, kaip mokytojui, leidžia tiksliai stebėti dalyvius tarsi pro padidinamąjį stiklą ir taip galbūt atrasti dar vieną Marką Zuckerbergą. Projektas suteikia galimybę dalyviams atrasti ne tik gebėjimų bei potencialą

Jaunimo verslumo potencialo skatinimo projektas- priemonė skatinti verslumą

Verslumo profilio nustatymas.

Kokio amžiaus dalyviams?

Nuo 16 m.

Kokia trukmė?

Maždaug savaitė.

Koks tikslas?

- Ekonominio raštingumo ir verslumo potencialo nustatymas,
- Mokinių profesinio orientavimosi skatinimas,
- Asmeninis ir profesinis tobulėjimas.

tobulėti, bet ir savo interesus bei polinkius. Pasitelkdami verslumo skatinimo priemones, dalyviai simuliuoja įmonės steigimą, diskutuoja apie steigimo procesą, atlieka testus ir t.t., kad talentų ieškotojai pamatytų, kokie verslininkai juose slypi. Pabaigoje su kiekvienu dalyviu vyksta asmeninis, tik jam skirtas grįžtamasis ryšys, kuris ir sudaro tolimesnio ugdymo pagrindą.

Projektas naudingas visiems dalyviams, taip pat ir tiems, kurie dėl įvairių priežasčių

Svarbu ir neketinantiems tapti verslininkais

neketina tapti verslininkais, nors turi tam reikalingų žinių ir gebėjimų, mąstymą ir pasiryžimą. Šiandieninėje darbo rinkoje vis dažniau iš darbuotojų reikalaujama gebėjimo ir pasiruošimo mąstyti ir elgtis versliai. Vadinamieji dalininkai (angl. Intrepneur) verslininkams (angl. Entrepreneur) yra nepakeičiami vadovaujant įmonei. Jų verslumas naudingas visiems tiesiogiai susijusiems asmenims ir visuomenei.

Kokia tiksli projekto „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ koncepcija ir eiga, išsamiai aprašoma toliau. Čia pagrindinis dėmesys skiriamas verslumo nustatymui.

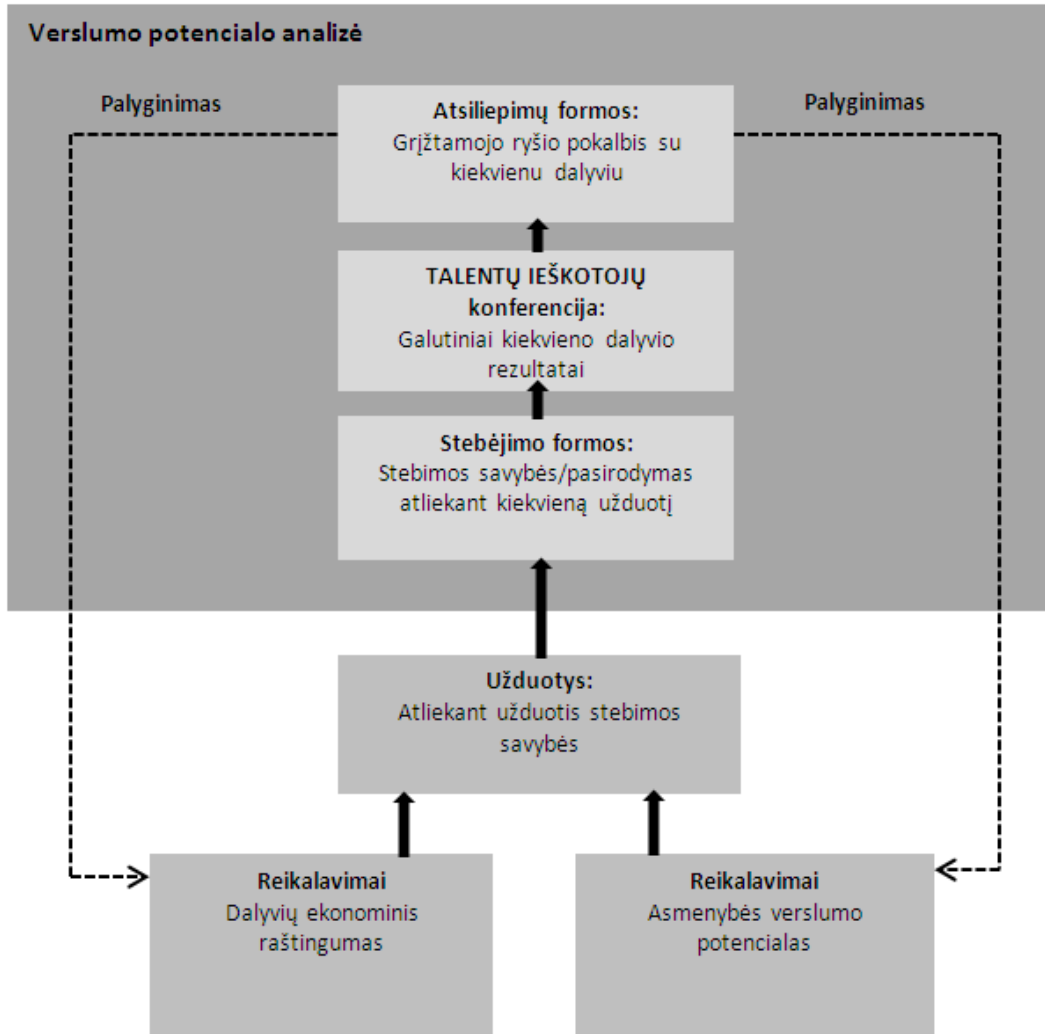
1.3.1 Jaunimo verslumo potencialo nustatymo eiga: dalyvių tinkamumas

Reikalavimai dalyviams sudaro sėkmingos atrankos ir talentų ugdymo pagrindą (Rohrschneider et al. 2010, psl. 51). Potencialo analizė remiasi dviem reikalavimų profiliais. Kaip parodyta lentelėje, aprašomas tiek dalyvio verslumo potencialas,

Reikalaujama dalyvių gebėjimų ir asmeninių savybių

susijęs su jo asmeninėmis savybėmis, tiek verslumo potencialas, susijęs su jo ekonominiu raštingumu.

Lentelė 2: Verslumo potencialo nustatymo eiga



Remiantis reikalavimais, pritaikomos užduotys ir stebėjimo formos. Pasak Lievens/Thornton, rezultatai bus geresni, jei reikalavimai bus aiškiai apibrėžti, remiantis stebėtu elgesiu, o užduotys kruopščiai sudėliotos. Tai suteiks galimybę pastebėti atitinkamas savybes“ (2007, psl. 40).

Talentų stebėtojai, stebėdami dalyvių elgesį, jiems atliekant užduotis, priskiria jį

Reikalavimai

„Remiantis reikalavimais, nustatomi gebėjimai, įgūdžiai, asmeniniai gebėjimai, kurių reikia kandidatui, norint sėkmingai pasiekti tikslą.“ (Rohrschneider et al. 2015, psl. 54)

tam tikroms savybėms ir įvertina. Po talentų ieškotojų ataskaitos dalyviams pateikiami rezultatai grįžtamojo ryšio

ir rekomendacijų tolimesniam ugdymui forma (Schuler 2007, psl. 3).

1.3.2 Reikalavimai dalyviams

Reikalavimų lygis, atliekant verslumo potencialo nustatymą, jau aptartas. Konkretūs reikalavimai aprašomi išsamiau, atsižvelgiant į tam tikrą elgesį. Remiantis reikalavimais, stebimi ir vertinami dalyvių pasirodymai. Stebėjimo formoje pateiktos savybės turėtų būti neutralios (vgl. Rohrschneider et al. 2010, psl. 61).

Reikalavimai dalyviams

1.3.3 Reikalavimai dalyviams: Asmenybės verslumo potencialas

Asmenybės verslumo potencialo stebimų savybių sąrašas sudarytas pagal BIG5 asmeninių savybių modelį bei remiantis empiriniais tyrimais, atliktais Günther F. Müller, kurio F-DUP testas sulaukė didelio pripažinimo. Atlikus išsamius literatūros vertinimus ir kelis projekto bandymus, buvo nustatytos savybės, kurios pateikiamos žemiau. Tai nėra galutinis sąrašas, nes verslininkų asmenybės labai įvairiapusiškos. Tačiau tyrimai parodė, kad šios savybės būdingos beveik visiems įmonių steigėjams ir verslininkams.

BIG5 ir F-DUP
kaip pagrindas

P 1 Stropumas

Pirmą kartą susiduriantys su įmonės steigimo procesu, pagalvoja - chaosas. Tačiau, kalbant su jaunais verslininkais, greitai paaiškėja, kad be tvarkos, organizavimo, planavimo, įmonės steigimas retai įmanomas. Tačiau tai nereiškia, kad kūrybiškumas čia nėra svarbus.

Dalyviai, kurių šis asmeninė savybė labai stipri, yra tvarkingi, punktualūs, organizuoti, kruopštūs, viską apgalvojantys, veikiantys efektyviai ir pagal planą. Ši savybė yra neigiama tada, kai dalyvis per daug pedantiškas, atlikdamas užduotis. Toks elgesys vertinamas ne kaip *labai stiprus*, o stiprus, vidutinis arba silpnas. Tai priklauso nuo to, kaip stipriai ta neigiama savybė pasireiškia.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- atsižvelgia į užduoties reikalavimus (laiko ir turinio).
- teikia apgalvotus pasiūlymus dėl veiksmų ir produktų.
- darbus atlieka kruopščiai.
- dirba greitai, planuotai ir orientuojasi į rezultatą.
- atsižvelgia į patarimus ir užduoties formuluotę.
- teikia pagrįstus pasiūlymus.

P 2 Ekstravertiškumas

Kiekvienas įsivaizduojame ekstravertiško žmogaus paveikslą: draugiškas, aktyvus, bendraujantis, priimantis pasiūlymus. Jei dalyviai nuolat aktyviai dalyvauja diskusijose ir darbo procese, tai ekstravertiškumas išreikštas *labai stipriai*. Jei perdėtas ekstravertiškumas pasireiškia tuo, kad dalyvis visada pirmame plane arba atsisako pasiūlymų, ši savybė išreikšta ne *labai stipriai*, o stipriai, vidutiniškai arba silpnai. Tai priklauso nuo to, kaip stipriai ta neigiama savybė pasireiškia. Jei dalyvis yra intravertas, bijantis apginti savo nuomonę, tuomet taip pat reikia atsižvelgti, kaip stipriai ši savybė išreikšta.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- neskatinamas dalyvauja diskusijose.

- užtikrintai gina savo nuomonę.
- reaguoja į kitų pasisakymus.
- pristato pasitikinčiai ir kai reikia, pradeda pirmas.
- džiaugiasi „savo“ produkto pristatymu.
- nebijo klausytojų, palaiko su jais kontaktą.

P 3 Atkaklumas

Atkaklumą galima apibūdinti kaip norą siekti savo tikslų bei pastangas patenkinti poreikius. Šiai asmenybės savybei apibūdinti tinka būdvardžiai: užsispyręs, pasitikintis, veikiantis nuosekliai, pasiryžęs kovoti.

Turint šią savybę, pageidautinas savybių „derinys“. Nors dalyvis turėtų stengtis įgyvendinti savo idėją, bet kartu savo idėja turėtų įtikinti ir kitus grupės narius. Jei dalyvis įgyvendina tik savo idėjas, ši savybė nėra stipriai išreikšta. Tai taip pat taikoma tada, jei dalyvis nepriima kitų pasiūlytų idėjų, nors jos galėtų padėti išspręsti problemas. Požiūris „galva pramušti sieną“ čia netinka.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- skirsto užduotis.
- įgyvendina savo idėjas ir pasiūlymus.
- esant pagrįstiems prieštaravimams, gali atsisakyti savo nuomonės.
- dirba tikslingai ir orientuojasi į rezultatą.
- daro įtaką ir vadovauja grupei.
- siekia įtakos veiklos eigai ir rezultatui.

P 4 Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus

„Tai ne problema, o iššūkis“,- taip pasakytų dalyvis, kuris orientuojasi į problemos sprendimą. Stipriai išreikšta savybė gali atsiskleisti randant kūrybiškų problemų sprendimo būdų arba turimas žinias pritaikant naujose situacijose. Neigiama šios savybės pusė pasireiškia tuo, kad atliekama ne daugiau nei minimumas arba bijoma naujų idėjų ar sprendimų būdų. Vertinant reikia į tai atsižvelgti.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis

Dalyvis:

- užduotis atlieka kūrybiškai.
- užduočių įvykdymui pritaiko kitų sričių žinias.
- išvelgia teigiamas problemų puses.
- kuria verslo idėjas.
- aiškinasi apie verslo idėją (pvz., įgyvendinimo galimybes, teisėtumas).
- panaudoja žinias iš kitų sričių, norėdamas rasti ir patikrinti idėją.

1.3.4 Reikalavimai dalyviams: Dalyvių ekonominis raštingumas

Potencialiam įmonės steigėjui arba verslininkui reikalingi gebėjimai, aprašomi remiantis Retzmann ir kt. kompetencijų modeliu. Tai tapo pagrindu sudarant klausimyną, kad atliekant analizę ir vertinimą, atsakymai būtų priskirti tam tikroms gebėjimų sritims. Taip nustatomos verslininkams būdingos savybės, kurias, atliekant stebėjimus, galima konkretizuoti. Atliekant tyrimus, jos nuolat tikslinamos. Kiekvienos stebėtinos savybės aprašymas yra susijęs su užduotimis. A3, B3, C3 savybės nustatomos ne atliekant užduotis, o stebint dalyvius.

Norint steigti
 įmonę, reikalingi
 tam tikri gebėjimai

Savybės pavadinimas žymimas K1 – K6.

Lentelė 3: Ekonominės kompetencijų sritys ir dalinės kompetencijos (Retzmann et al. 2010, psl. 19)

Savybė	Aprašymas
A Sprendimas ir racionalumas	A1 Situacijų analizavimas
	A2 Alternatyvių veiksmų vertinimas
	A3 Veiksmų planavimas
B Ryšiai ir sąveika	B1 Poreikių analizavimas
	B2 Bendradarbiavimo analizė, vertinimas, kūrimas
	B3 Santykių analizavimas
C Santvarka ir sistema	C1 Rinkos analizavimas
	C2 Ekonominių sistemų ir santvarkos analizavimas
	C3 Politikos vertinimas ekonominiu požiūriu

K 1 Gebėjimas analizuoti situacijas

Verslininkas, prieš įsteigdamas įmonę, privalo išsikelti tikslus ir turėti verslo idėją. Ji gali būti orientuota į pelną arba socialinę naudą. Toliau reikia apsvarstyti veiksmų alternatyvas. Tai paaiškėja, atlikus konkurentų analizę ir įvertinus verslo plano stipriąsias ir silpnąsias puses. Dalyvio sąžiningumas sau labai svarbus. Jei dalyvis suvokia, kad verslo idėja su turimais resursais neįgyvendinama, apie tai reikia kalbėti atvirai.

Taip pat daugeliu atvejų prieš įsteigiant įmonę reikia numatyti būtinus pokyčius asmeniniame gyvenime, pvz., gyvenimo lygio apribojimas arba pasikeitimas. Tačiau svarbu ir tolimesnių apribojimų numatymas bei analizė per visą įmonės steigimo procesą. Šie apribojimai gali būti teisiniai, finansiniai arba susiję su gebėjimų trūkumu. Pavyzdžiui: Ar dalyvis yra teisnus ir gali paimti paskolą? Ar dalyvis yra patikimas? Ar dalyvis kompetentingas įgyvendinti verslo planą? Jei dalyvį lengva atkalbėti nuo jo tikslų, tai yra neigiama savybė. Į tai reikia atsižvelgti vertinant, kaip stipriai ta savybė pasireiškia.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- analizuoja konkurentus, ypač jų produktus, pagal tam tikras kategorijas.
- formuluoja klausimus, kad kuo daugiau sužinotų apie konkurentus.
- analizuoja konkurentų tikslus, strategijas ir veiksmus.
- randa finansavimo galimybių pradedantiesiems verslininkams.
- nustato veiksnius, turinčius įtakos nuosavam kapitalui arba skolinantis.
- analizuoja reikalavimus verslui, susijusius su finansavimu.

K 2 Gebėjimas vertinti alternatyvius veiksmus

Kiekvienam sprendimui yra alternatyvų. Norint nuspręsti už arba prieš, jas reikia įvertinti. Čia reikia numatyti galimas verslo plano sprendimų pasekmes, remiantis tam tikrais kriterijais, pavyzdžiui, rinkodaros sprendimais.

Jei dalyvis priima pagrįstus sprendimus ir atsižvelgia į galimas alternatyvas, savybė yra stipri. Dalyviai tai pat privalo numatyti, kokias pasekmes gali turėti jo sprendimai. Savybė yra silpna, jei dalyvis pasirenka pirmą geriausią, bet ne geriausią alternatyvą.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- formuluoja tam tikrus kriterijus, kad patikrintų verslo idėją.
- remdamasis kriterijais įvertina verslo idėją.
- priima pagrįstus sprendimus už arba prieš verslo idėją.
- numato galimas pasekmes priimant rinkodaros sprendimus.
- įvertina rinkodaros priemones, pavyzdžiui, jų teisėtumą, plusus ir minusus ir kt.
- pagrįstai nusprendžia už arba prieš konkrečias rinkodaros priemones.

K 3 Gebėjimas vertinti poreikius

Kiekvienas įmonės steigėjas, verslininkas ir vadovas privalo žinoti savo klientų poreikius. Klientas tikisi tinkamos ir/arba aukštos kokybės prekės, už kurią moka pinigus. Jei verslininkas nenustato potencialių klientų poreikių, neatsiranda paklausa. Tai taikoma ir tiekėjams. Taip pat analizuoti būtina ir potencialių konkurentų poreikius. Tai gali būti tiesioginiai konkurentai arba pakaitinių produktų teikėjai. Tik žinant konkurentų poreikius, galima sėkmingai su jais konkuruoti. Lygiai taip pat poreikiais domisi ir galimi investuotojai. Verslininkams būtina išsiaiškinti kitų poreikius ir suderinti su savaisiais. Idealiu atveju suderinus poreikius, situacija tampa palanki abiem pusėms (angl. win-win).

Stebint svarbu, kad dalyviai pabrėžtų ne tik savo poreikius. Čia svarbu suprasti, kad yra ir kitų suinteresuotųjų šalių (pavyzdžiui, konkurentų), galinčių turėti priešingų arba panašių poreikių.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- nustato konkurentų poreikius.
- nustato savo verslo plano ir startuolio plusus bei minusus.
- patikrina, ar kitų poreikiai suderinami ar nesuderinami su savais poreikiais.

- nustato investuotojų poreikius.
- siekia abiemis pusėms palankių (angl. win-win) situacijų.
- nustato galimus interesų konfliktus ir kompromisų galimybes.

K 4 Gebėjimas analizuoti ir vertinti bendradarbiavimo naudą

Kooperacija laikomas savanoriškas dviejų suinteresuotų šalių susijungimas. Tai gali būti santykiai su kitais pradedančiais verslininkais, startuoliais arba verslo angelais, taip pat bendradarbiavimo galimybių nustatymas. Čia analizuojamas sinergetinis efektas. Tačiau atsižvelgiama ir į galimą konkurenciją ir lyginama su savo verslo planu.

Dalyviai analizuoja ir nustato galimus verslo partnerius. Jie suvokia bendradarbiavimo naudą, bet kartu atsižvelgia ir į priešingus interesus. Jei dalyvis nusprendžia bendradarbiauti su, pavyzdžiui, verslo angelais, turi apsvastyti ne tik kokia iš to nauda, bet ir kokie jų poreikiai (pavyzdžiui, pelnas).

Ši savybė yra silpna, jei dalyvis atsižvelgia tik į teigiamą bendradarbiavimo naudą.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- įvertina valstybės/privataus finansavimo privalumus ir trūkumus pradedančiajam verslininkui.
- nustato potencialius investuotojus, pavyzdžiui, bankus ir verslo angelus.
- analizuoja galimybes ir galimus konfliktus su investuotojais.
- pristato bendradarbiavimo naudą verslo kūrimo etape.
- pasinaudoja pokalbių šou kaip priemone bendriems poreikiams atskleisti.
- akcentuoja skirtingus poreikius.

K 5 Gebėjimas analizuoti rinką

Pradedantysis verslininkas turi verslo idėją, tačiau geriausia verslo idėja dar nereiškia sėkmingo įmonės įsteigimo. Būtina analizuoti, ar šiai verslo idėjai yra rinka ir kaip ji klostosi, nes viskas priklauso būtent nuo jos. Norint sugebėti analizuoti rinką, reikalingos tam tikri gebėjimai.

Ši savybė yra stipri, jei dalyvis nuolat analizuoja skirtingas rinkas ekonominiu požiūriu ir geba analizuoti paklausą, pirkėjus (pavyzdžiui, perkamąją galią), kainas, kliūtis patekti į rinką, atsižvelgdamas į verslo kūrimo planus.

Čia reikalingas realistiškas požiūris į verslo planą. Jei, pavyzdžiui, dalyvis atpažįsta kliūtį rinkoje, tačiau į tai nekreipia dėmesio, vertinant į tai reikia atsižvelgti.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- analizuoja klientus pagal konkrečius požymius (pavyzdžiui, perkamoji galia).
- įvertina internete atliktų paieškų rezultatus.

- sugalvoja būdų, kaip ištirti klientų charakteristikas (pavyzdžiui, poreikius).
- nustato sėkmę slopinančius ir skatinančius rinkos veiksnius.
- analizuoja rinką (pasiūla arba paklausa), atsižvelgdamas į rinkodarą.
- analizuoja tinkamą rinką verslo idėjai pagal tam tikrus kriterijus.

K 6 Gebėjimas analizuoti ekonomikos sistemas ir santvarkas

Projekto „*Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“ centre- sąlygos jauniems įmonių steigėjams. Čia kalbama apie verslo kūrimą skatinančius arba slopinančius veiksnius, įmonės kūrimo finansavimo galimybes ir dabartinę ekonomikos padėtį.

Stebint svarbu, kad dalyvių verslo planai ir steigimas nebūtų matomi tik individualiame kontekste, bet būtų pritaikyti socialinės rinkos ekonomikos sistemoje. Ši savybė silpna, jei dalyvio požiūris toks: „Jei tau nepasisekė, kaltas esi pats“.

Elgesys, kurį reikia (galima) stebėti atliekant užduotis:

Dalyvis:

- įvardija veiksnius, galinčius iki minimumo sumažinti nesėkmės riziką.
- įvardija veiksnius, galinčius padidinti sėkmės galimybes.
- analizuoja ekonomines sąlygas pradedantiesiems verslininkams.
- argumentuodamas įtraukia pavyzdžių apie esamas įmonių steigimo galimybes.
- analizuoja verslo aplinką pradedantiesiems verslininkams.
- apibūdina verslo kūrimo reikšmę ekonomikai.

1.4 Į ką turėtų atkreipti dėmesį talentų ieškotojai?

Atliekant potencialo analizę, labai svarbus talentų ieškotojų vaidmuo (Höft/Melchers 2010, psl. 32). Norint patikimai nustatyti verslumo potencialą, būtina, kad talentų ieškotojai išmanytų reikalavimus. Be to, turi būti paaiškinta, ką daryti su stebėjimo formomis ir kaip jomis remiantis įvertinti pasirodymus. Idealiausia jas būtų išbandyti talentų ieškotojų mokymuose.

Talentų ieškotojų
užduotys

Kad būtų užtikrintas validumas ir objektyvumas, stebėjimas turi būti patikrinamas standartizuotai, sistematiškai ir intersubjektyviai. Taip išvengsite subjektyvaus vertinimo (Bortz/Döring 2006, psl. 262). Standartizuotas stebėjimas užtikrinamas:

Vertinimo pastabų
kokybė

- nustatant stebėjimo objektus (= *reikalavimai*),
- nustatant stebėjimo formų elementus (= *elgesys*) ir
- vertinant be interpretacijų (= *vertinimo schema*) (vgl. Bortz/Döring 2006, psl. 270).

Privalomi stebėtojo mokymų elementai

- Visų talentų ieškotojo užduočių apžvalga
- Laiko ir paskirstymo plano paaiškinimas
- Nuodugnus užduočių aptarimas (keli bandymai)
- Reikalavimų pristatymas
- Stebėjimo formos paaiškinimas
- Talentų ieškotojų susirinkimas
- Vertinimas ir grįžtamojo ryšio rezultatai

1.4.1 Stebėjimo klaidos

Stebėjimas vykdant projektą turi būti kuo objektyvus. Pateikiame jums dažniausias stebėjimo klaidas.

Suvokimo klaidos

Numanomoms asmenybės teorijoms

Protingas žmogus greitai išmoksta kitą kalbą. Asmuo, kuris nėra labai empatiškas, nėra tinkamas dirbti grupėje. Dažnai darome prielaidų apie žmones, susijusių su asmeninėmis savybėmis. Žinote tokių pavyzdžių iš mokyklos?

Halo efektas

Prasideda mokslo metai ir Jūs gaunate mokinių sąrašą. Sąrašą pamatote Jums žinomą pavardę. Tai brolis arba sesuo mokinio, su kuriuo praėjusiais metais turėjote daug problemų. Kaip tą mokinį sutiksite?

Vertinimo klaidos

Vidurio tendencija

Taisote kontrolinį darbą, kurio rezultatai geri. Turite argumentų, kodėl reikėtų skirti 12 taškų, bet yra ir argumentų, kodėl skirti 10 taškų. Kaip elgiatės?

Kaip išvengiate vidurio tendencijos pamokoje?

Kontrasto efektas

Mokote klasę vokiečių ir anglų kalbų. Mokinys, puikiai mokantis anglų kalbą, vokiečių kalbos pamokoje parodo tik reikiamas žinias. Kaip išvengsite to, kad vertinant pasiekimai abiejose pamokose nepriklausytų vienas nuo kito?

Eilės efektas

Pirmumo efektas

Pirma informacija, kurią gauname arba sužinome apie kitą žmogų, įsimenama. Toks susidarytas vaizdas turi įtakos kitiems stebėjimams ir jį sunku pakeisti.

Ar patyrėte tai mokykloje?

Baigmės efektas

Ne tik pirmi, bet ir paskutiniai pastebėjimai stipriai įsimenami. Jei mokinys per mokslo metus nei karto neatsakinėjo žodžiu, kyla pavojus, kad atsakinėjimas žodžiu per paskutines pamokas turės įtakos pažymiui.

Kokį metodą taikote Jūs, kad taip nenuitektų?

1.4.2 Ką turėtų daryti ir ko geriau vengti talentų ieškotojui!

Taip	Ne	Tikslai
Į dalyvį kreipiamasi vardu ir „Jūs“.	Dalyviams neatliekant užduočių, jie nestebimi .	Sukurti draugišką atmosferą .
<p>Į talentų ieškotojus kreipiamasi pavarde ir „Jūs“.</p>		
Stipriosios pusės visada svarbiausios!	Nenustatomi jokie K.O. kriterijai (vienas būdas problemos sprendimui).	Netaikomas klasikinis vertinimo centrų metodas ¹
<p>1. stebėjimo etapas: Užsirašinėti</p> <p>2. stebėjimo etapas: Pažymėti kryželiais</p> <p>3. stebėjimo etapas: Susisteminti rezultatus</p>	<p>Kaip įmanoma labiau stengiamasi išvengti tipinių stebėjimo klaidų.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dalyviai laisvu nuo užduočių metu nestebimi! ▪ Jokios subjektyvios nuomonės! 	<p>Stebėjimų rezultatai vertinami:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sistemingai ▪ standartizuotai ▪ objektyviai.
Turi būti pranešamas užduočių laikas .	Atliekant užduotis dalyviams nesuteikiama jokia pagalba.	
Grižtamasis ryšys dalyviams- abstraktus.	Talentų ieškotojai negali nieko prognozuoti .	

2

¹ Vertinimo centrų metodas, naudojamas atliekant personalo atranką. Kandidatams pateikiami testai bei duodamos užduotys panašiose į realias situacijose ir pagal tai vertinamas jų darbo atlikimo lygis.

1.5 Literatūra

- Bertelsmann Stiftung/Bundesarbeitsgemeinschaft SCHULEWIRTSCHAFT, MTO Psychologische Forschung und Beratung GmbH (Hrsg.) (2012): Leitfaden Berufsorientierung – Praxisbuch zur qualitätszentrierten Berufs- und Studienorientierung an Schulen, Gütersloh.
- Bortz, J./Döring, N. (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage. Heidelberg.
- Euler, M. (2012): Born or made – Kann Entrepreneurship gelehrt werden? In: Retzmann, T. (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung, Schwalbach/Ts. S. 66-76.
- Höft, S./Melchers, G. (2010): Training von AC-Beobachtern: Worauf kommt es an? In: Wirtschaftspsychologie, Heft 2/2010. S. 35-40.
- King, A.S./Müller, G.F. (2004): F-DuP. Fragebogen zur Diagnostik unternehmerischer Potenziale. In: Sarges, W./Wottawa, H. (Hrsg.): Handbuch wirtschaftspsychologischer Test. Lengerich. S. 337-341.
- Kirchner, V./Loerwald, D. (2014): Entrepreneurship Education in der ökonomischen Bildung. Eine Fachdidaktische Konzeption für den Wirtschaftsunterricht. Hamburg.
- Lievens, F./Thornton, G. (2007): Assessment Center-Forschung und -Anwendung: eine aktuelle Bestandsaufnahme. In: Schuler, Heinz (Hrsg.): Assessment-Center zur Potenzialanalyse, Göttingen, 2007.
- Müller, G.F. (2010): Eigenschaftsmerkmale und unternehmerisches Handeln. In: Müller, G.F. (Hrsg.): Existenzgründung und unternehmerisches Handeln. Forschung und Förderung. Landau. S. 105-122.
- Retzmann, Th./Hausmann, V.: (2012): Wie lässt sich unternehmerisches Denken messen? Überlegungen zur Konstruktion eines standardisierten Tests. In: Retzmann, Th. (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung. Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule. Schwalbach/Ts.S.50-65.
- Retzmann, Th./Schröder, K.(2012): Der Beitrag von Schülerunternehmen zur Entrepreneurship-Education – Eine fachdidaktische Analyse der Möglichkeiten und Grenzen. In: Retzmann, Th. (Hrsg.): Entrepreneurship und Arbeitnehmerorientierung. Leitbilder und Konzepte für die ökonomische Bildung in der Schule. Schwalbach/Ts. S. 168-182.
- Retzmann, Th./Seeber, G./Remmele, B./Jongebloed, H.-C. (2010): Ökonomische Bildung an allgemein bildenden Schulen. Essen/Lahr/Landau/Kiel.
- Rohrschneider, U./Friedrichs, S./Lorenz, M. (2010): Erfolgsfaktor Potenzialanalyse. Aktuelles Praxiswissen zu Methoden und Umsetzung in der modernen Personalentwicklung. Wiesbaden.
- Schuler, H. (2007): Assessment Center als multiples Verfahren zur Potenzialanalyse: Einleitung und Überblick. In: Schuler, Heinz (Hrsg.): Assessment-Center zur Potenzialanalyse, Göttingen, 2007.
- Schuler, H./Höft, S. (2007): Diagnose beruflicher Eignung und Leistung. In: Schuler, H. (Hrsg.): Organisationspsychologie, 4. Auflage, Bern, S. 289-343.

2 Ko reikia projekto įgyvendinimui?

Šiame skyriuje bus pateikiama projekto „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ organizacinio plano *apžvalga*. Taip pat rasite informaciją apie personalui ir patalpoms taikomus *reikalavimus*. Be to, susipažinsite, ko tikimasi iš projekte dalyvaujančių asmenų. Bus apibrėžtos jų *atsakomybės sritys*. Toliau bus trumpai apžvelgtos *užduotys* ir reikalingos *priemonės*. Greta bus pateikti *kontroliniai sąrašai*, palengvinantys pasiruošimą projektui ir jo įgyvendinimą.

Nesudėtingas organizacinis darbas

2.1 Reikalavimai personalui

Projekto įgyvendinimui reikalingas *moderatorius* ir daugiau nei vienas *talentų ieškotojas*. Kad būtų pasiektas optimalus stebėjimo rezultatas, rekomenduojamas paskirstymas santykiu 3:1. Tai reiškia, kad vienas talentų ieškotojas yra atsakingas už tris dalyvius. Iš pirmo žvilgsnio gali atrodyti, kad vienam talentų ieškotojui toks dalyvių skaičius yra per didelis. Kita vertus, tik taip gali būti sukurtos optimalios stebėjimo sąlygos ir pasiektas geriausias rezultatas.

Moderatorius ir talentų ieškotojas-darbuotojai, atliekantys dalyvių verslumo potencialo analizę

2.1.1 Talentų ieškotojų vaidmuo ir užduotys

Talentų ieškotojai atlieka labai *svarbų vaidmenį* verslumo potencialo analizėje. Atrenkant tinkamus talentų ieškotojus pravartu žinoti, kokios yra jų funkcijos atliekant potencialo analizę. Kartu turi būti atsižvelgiama į talentų ieškotojų užduotis.

Kas laukia talentų ieškotojų?

Pagrindinė užduotis yra dalyvių stebėjimas. Vykdam potencialo analizę, talentų ieškotojai turėtų stebėti skirtingus dalyvius.

Talentų ieškotojų ir dalyvių paskirstymas

Talentų ieškotojais sėkmingai gali tapti pedagogikos studentai ir stažuotojai, o taip pat ir verslininkai.

Kiekvienai užduočiai galioja dalyvių ir personalo santykis 3:1. Atliekant skirtingas užduotis, vyksta talentų ieškotojų kaita - tai reiškia, kad pasiskirstymas tarp talentų ieškotojų ir dalyvių keičiasi. Tai lemia dvi priežastys. Viena vertus, tai leidžia išvengti stebėjimo įtakos atsiradimo, galinčios paveikti dalyvių elgseną. Kita vertus, per aptarimą talentų ieškotojai gali geriau palyginti ir plačiau aptarti savo įžvalgas.

Patarimas: Dar prieš atlikdami užduotį nuspręskite, kuris talentų ieškotojas kurį dalyvį stebės.

Talentų ieškotojai atsakingi ne tik už dalyvių stebėjimą, bet ir už verslumo potencialo analizės rezultatų dalyviams pateikimą. Kiekvienas ieškotojas veda *grįžtamojo ryšio pokalbius* asmeniškai su trimis projekto dalyviais.

2.1.2 Talentų ieškotojų susitikimas

Ataskaitinis aptarimas bus skirtas stebėjimo rezultatų aptarimui ir jų paruošimui grįžtamojo ryšio pokalbiams. Be to, pasiteisino ir kasdien vykstantis neformalus susitikimas (angl. *Get together*).

Privalomas ir savanoriškas talentų ieškotojų susitikimas

Susitikimas (angl. Get together): Dienos pabaigoje organizuojamas trumpas, daugiausiai 30 minučių trunkantis talentų ieškotojų susitikimas. Per jį dalijamasi

Patarimas: susitikimą pradėkite su užsidegimu. Tokiu būdu kiekvienas talentų ieškotojas pasidalina tiek teigiama, tiek neigiama savo dienos patirtimi.

dienos patirtimi, diskutuojama apie iškilusias problemas, duodami patarimai bei aptariami organizaciniai klausimai. Svarbu nustatyti ribotą laiką, taip sudarant galimybę veiksmingam informacijos apsikeitimui. Kita svarbi susitikimo funkcija – dienos darbų apmąstymas.

Talentų ieškotojų susitikimas dienos pabaigoje

Ieškotojo vaidmuo po šio susitikimo neturėtų būti toliau praktikuojamas. Kadangi stebėjimo procesas reikalauja nuolatinės talentų ieškotojo koncentracijos, nemažiau svarbu yra, permąščius dienos įžvalgas, galiausiai nuo jų atsiriboti. Be to, tai yra kartu laisvas laikas ir dalyviams. Atsižvelkite į tai – tiek savo, tiek dalyvių labui.

Ataskaitinis aptarimas: Šiame aptarime surenkami ir apžvelgiami stebėjimo rezultatai. Jų pagrindu pildomos atsiliepimų formos ir ruošiamasi ataskaitiniams pokalbiams. Tuo pačiu metu vyksta kiekybinis ir kokybinis pastabų vertinimas.

Kiekybinis ir kokybinis pastabų vertinimas

2.1.3 Moderatoriaus vaidmuo ir užduotys

Moderatorius atlieka šias užduotis:

- Įgyvendinimo organizavimas,
- Renginio moderavimas,
- Kontaktinis asmuo dalyviams,
- Kontaktinis asmuo talentų ieškotojams.

Moderatoriaus užduotys

Kaip pagalba vadovaujant kiekvienai atskirai užduočiai Jums suteikiami

Prieš pertraukų pabaigą organizuojami trumpi žaidimai, skatinantys dalyvių aktyvumą, taip vadinami „Energizer“. Tam rekomenduojama pasirinkti pvz. žaidimą „Traukinys“.

Patarimas: Įtraukite ir talentų ieškotojus!

moderatoriaus praktiniai patarimai ir nurodymai. Šie patarimai yra naudingi paruošiant dalyvius atlikti jiems skirtas užduotis bei apmąstant jų atlikimą per dalyvių susitikimą. Kaip pedagogai, esate geriausiai susipažinę su moderavimo metodais ir reikalavimais. Patikėdami šią

atsakomybę kitam asmeniui atsižvelkite į tai, kad pastarasis turėtų moderavimo įgūdžių.

Siekiant užtikrinti projekto įgyvendinimo tęstinumą, netikėtai pasitraukus vienam iš talentų ieškotojų arba moderatorių, patartina turėti atsarginį projekto dalyvį ir atsargumo dėlei paruošti jį užduotims. Prireikus šis dalyvis gali iš karto prisijungti prie projekto.

Atsarginis dalyvis
nenumatytiems
atvejams

2.2 Reikalavimai mokymų patalpoms

Optimaliam projekto „Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ mokymų įgyvendinimui reikalinga:

- 1 didelė salė plenariniams dalyvių pokalbiams
- Po 1 mokymų salę kiekvienai dalyvių grupei (grupėje 6 dalyviai)
- 18 darbo vietų kompiuterių klasė
- Mažiausiai vienas nešiojamas kompiuteris su interneto prieiga kiekvienoje mokymų salėje
- Po vieną stovą kiekvienoje patalpoje.

Dalyvių salė bus naudojama plenarinėms diskusijoms, *mokymų salėse* bus atliekamos užduotys. Kad patalpų išdėstymas būtų aiškus, naudokite įvairias *nuorodas*, tokias kaip: „Talentų kalvė“, „Kūrybinės dirbtuvės“ ar „Idėjų ateljė“. Kiekvienoje mokymų salėje turėtų būti stacionarus arba nešiojamas projektorius, kompiuteris arba planšetė su interneto prieiga. Gerai atmosferai per grįžtamuosius pokalbius palaikyti turėtų būti parengtos mažesnės patalpos. Suprantama, kad ne visos mokyklos ar renginių vietos gali pasigirti visiškai įrengtomis erdvėmis mokymams – vis dėlto turi būti rastas visas šalis tenkinantis kompromisas.

2.3 Užduotys: Apžvalga

Projekto dalyvių verslumas nustatomas jiems atliekant užduotis. Toliau pateikiama Užduočių turinys užduočių turinio apžvalga:

Užduotis	Paiškinimas
Startuojame! Susipažinimas	Projekto „Jaunimo verslumo potencialo profilio nustatymas“ pradžioje vyksta dalyvių susipažinimas. Projekto dalyviai prisistato ir įsivertina savo asmenines stipriąsias puses. Be to, dalyviai pirmą kartą susiduria su verslininkystės tematika.
Kur slypi Jūsų verslumo talentas?	Naudojant F-DuP (s. King/Müller 2004) bus nustatytos dalyvio asmeninės savybės. Be to, remiantis testu, bus patikrintos ir dalykinės žinios.
Praktinė veikla	Praktiniai užsiėmimai suskirstyti į tris užduočių grupes (grupių diskusijos, žaidimas „Bokštas“, pardavimo talentas), kurias dalyviai atliks vieną po kitos.
Grupių diskusijos	Diskutuojant grupėse, išsakomi požiūriai ir idėjos apie verslininkystę. Dalyviai diskutuoja grupėse ir turi priėti prie bendro sprendimo atsakydami į pagrindinį klausimą: kokie faktoriai lemia verslininkų sėkmę ar nesėkmę.
Žaidimas „Bokštas“	Užduoties tikslas – pastatyti patvarų bokštą naudojant kuo mažiau detalių. Dirbdami komandoje dalyviai turi priėti prie bendro problemos sprendimo.
Parodyk savo talentą parduoti!	Pardavimo talentas bus nustatomas testuojant dalyvių sugebėjimą patraukti klausančiųjų dėmesį pristatant atsitiktinai per užduotį gautus produktus.
Kaip rasti verslo idėją?	Norint kurti verslą, reikia turėti idėją. Atlikdami užduotis dalyviai atranda galimas verslo idėjas. Be to, jie sudaro komandas iš 6 asmenų ir išrenka geriausią idėją, kuri gvildenama remiantis likusiomis parengtomis užduotimis.
Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? –Klientų analizė	Kiekviena gera idėja turi būti paklausī. Suradus verslo idėją, svarbu išanalizuoti rinkos potencialą. Atlikdami šią užduotį dalyviai nustato potencialų savo verslo idėjos klientų ratą.
Jeī aš nepralaimiu, kiti negali laimėti – Konkurentų analizė	Svarbu, kad dalyviai atpažintų rinkoje dominuojančią konkurenciją. Jie nustato galimus konkurentus bei

Užduotis	Paiškinimas
	plėtoja konkurencines idėjas ir strategijas.
Rinkodaros tikslas - užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką – Rinkodara	Atlikdami šią užduotį, dalyviai nagrinėja keturis marketingo komplekso elementus. Dalyviai pasirenka du elementus ir atlieka gilesnę jų analizę.
Be pradinio kapitalo nė žingsnio – Finansavimo gavimas	Bus analizuojami skirtingi būdai gauti finansavimą verslui. Remdamiesi argumentais dalyviai pasirenka vieną iš finansavimo galimybių, kuriai pritaria komanda ir kuri tinka verslo idėjai.
Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	Dalyviai stengiasi per kelias minutes kuo įtikinamiau pristatyti savo verslo idėją. Tikslinė grupė, kuriai pristatomas verslas–investuotojai (kiti dalyviai).
„Rojus ar dykuma verslo pradžiai?– Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai“	Pokalbių šou dalyviams priskiriami skirtingi vaidmenys ir jie diskutuoja apie verslo aplinką ir verslo vystymosi tendencijas. Kaip pagrindas diskusijai naudojami aktualūs duomenys.
Grižtamieji pokalbiai	Dalyviai gauna grįžtamąjį ryšį apie savo pasirodymą atliekant užduotis ir verslumo potencialą. Talento ieškotojas ir dalyvis kartu parengia individualų ugdymo planą verslumo pažangai.
Verslininkų pranešimai	Dalyviams suteikiama galimybė pasisemti patirties iš sėkmingai veiklą plėtojančių verslininkų ir užduoti jiems konkrečius klausimus. Ši užduotis yra pasirenkama. Ją atliekant dalyviai nebus stebimi.

Kad galėtumėte apžvelgti reikalingas mokymams priemones, parengėme priemonių sąrašą (žr. priemonių sąrašą). Priemonių sąrašas parengtas 18 dalyvių mokymų įgyvendinimui.

2.3.1 Geri dalyvių ekonominių žinių pagrindai- testas!

Norint sėkmingai steigti ir valdyti įmonę, be būtinų asmeninių savybių reikalingos ir *ekonomikos* bei *verslo teisės* žinios. Šios žinios būtinos, nes jau pradžioje reikia priimti keletą svarbių sprendimų, pavyzdžiui, dėl buveinės ir teisinės formos. Tokius svarbius sprendimus gali priimti kompetentingi verslininkai. Vėliau priimami kiti svarbūs sprendimai, pavyzdžiui, susiję su rinkodara, kurie galiausiai turi įtakos viso verslo sėkmei arba nesėkmei. Tvirtos dalykinės žinios, įgyvendinant projekto idėją, labai naudingos, tačiau jų nepakanka. Neturėdamas tokių žinių jaunas verslininkas, net ir turintis perspektyvią verslo idėją, galėtų patirti nesėkmę,

Verslininkams reikia asmenybių ir dalykinių žinių

padarydamas vengtiną klaidą. Todėl investuotojai didelę reikšmę teikia pagrįstam, nuosekliam, realistiškam verslo planui. Kad būtų galima tokį planą parengti, būtinos ekonomikos ir verslo teisės žinios. Čia taip pat svarbu suprasti aktualius terminus, juos įvaldyti ir vartoti.

Kitas svarbus argumentas yra tai, kad kompetencijos turi būti *grindžiamos žiniomis*. Verslo ir ekonomikos žinios vadinamos *deklaratyviomis* žiniomis. Tai būtina sąlyga, norint priimti kompetentingus sprendimus. Taigi, kompetentingam dalyviui būtinos žinios, susijusios su ekonomikos klausimais, faktais ir jų ryšiais. Tačiau to nepakanka, nes būtinos ir *praktinės žinios*, kurių reikia dalykinių žinių apdorojimui. Priešingu atveju kalbama apie *inertiškas žinias*. Nors tokias žinias galima tiksliai prisiminti per egzaminą, tačiau jos nepanaudojamos konkrečios problemos sprendimui, nors ir būtų tinkamos, naudingos arba net būtinos.

Gebėjimai grindžiami žiniomis

Potencialo analizės pradžioje atliekamas „*Dalyvių žinių testas*“, kuriuo patikrinamas ekonomikos bei verslo teisės žinių lygis, įskaitant ir terminus. Vėliau, atliekant projekto „*Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“ užduotis, galima stebėti, ar dalyviai remiasi tomis dalykinėmis žiniomis bei terminais, ir kaip. Tada talentų ieškotojai, lygindami testo ir stebėjimo rezultatus, gali nustatyti, ar žinios nėra *inertiškos*. Tai reikalauja nuodugnios ir išsamios analizės.

Atliekant žinių testą, patikrinamos dalyvių žinios

2.3.2 Daug įvairių klausimų ir sunkus testas: tikras išbandymas visiems projekto dalyviams!

Projektas „*Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“ pirmiausiai skirtas mokiniais ir studentams nuo 16 m., lankantiems bendrojo lavinimo arba aukštąsias mokyklas. Potencialo analizė gali būti atliekama ir su tikslinėmis grupėmis šiek tiek vyresniame amžiuje. Jau vien dėl skirtingo dalyvių amžiaus ir išsilavinimo žinios skirsis. Skirtinga bus ir profesinė patirtis. „*Dalyvių žinių testas*“ sudarytas taip, kad būtų galima nustatyti tokius žinių skirtumas.

Testas gana sunkus

Viena „*Dalyvių žinių testo*“ dalis susijusi su įmonės steigimu, kita- su vadovavimu įmonei. Įmonės steigėjas ir vadovas privalo atitikti daugybę reikalavimų, todėl teste pateikiamas labai platus verslo temų spektras. Jame ypač daug klausimų, susijusių su finansavimu, įmonės steigimu, rinkodara, žmogiškaisiais ištekliais ir apskaita,

Teste - verslo valdymas, ekonomika ir verslo teisė

taip pat keletas klausimų apie įmonių ir sutarčių teisę. Be to, yra ir pavienių klausimų iš kitų svarbių ekonomikos sričių.

Kadangi testo temų spektras labai platus, gali būti, kad ne visi klausimai bus atsakyti teisingai. Žinių spragų tikimasi iš beveik visų dalyvių. Tai parodo, kiek kiekvienas turi žinių. Rezultatai leidžia pamatyti, kokiose srityje dalyvis turėtų tobulėti, o kokiose jis gerai pasirengęs, nes turi daug ar netgi išskirtinių žinių.

Idėjos laisvalaikio programai:

- ✓ Laipiojimas uolomis
- ✓ Boulingas
- ✓ Žygis
- ✓ Žaidimų vakaras
- ✓ Pasivažinėjimas kartingais
- ✓ Vakarienė su grilio patiekalais

Toliau bus kalbama, ko reikia projekto „Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ įgyvendinimui.

2.4 Įgyvendinimo galimybės

Išskiriami skirtingi būdai dalyvių verslumo potencialui atskleisti.

1 variantas: Mokymai vykdomi nemokyklinėje aplinkoje – Jūs važiuojate su dalyviais vienai savaitei į *moksleivių stovyklą* ar panašią vietą. Vykdam mokymus už mokyklos ribų, pasikeičia atmosfera, ir mokymai praranda kasdienį mokyklai būdingą charakterį. Be to, gali būti įgyvendinta laisvalaikio programa, kuri naudinga komandos formavimui. Išsiaiškinta, kad šis variantas yra laikomas rekomenduotinu įgyvendinant mokymus. Toliau rasite savaitinę programą, kuri buvo naudojama Vasaros mokykloje. Jos pagrindu galite orientuotis planuodami savo stovyklą (žr. Vasaros mokyklos renginių programa).

Skirtingi mokymų įgyvendinimo būdai

1 variantas: mokymai ne mokyklinėje aplinkoje

2 variantas: Jūs atrandate savo mokinių verslumo potencialą *mokyklinėje aplinkoje*. Tam, pavyzdžiui, yra skiriama viena projekto savaitė, per kurią Jūs turite pakankamai laiko mokymų įgyvendinimui. Šiuo atveju taip pat galite pasinaudoti pasiūlyta programa – žinoma, pritaikant ją prie savo suplanuoto laiko.

2 variantas: visą dieną trunkantis renginys mokykloje

Vasaros mokyklos programa

Pirmadienis	
14:00 – 15:30	Startuojame! Susipažinimas
	Pertrauka
15:45 – 17:15	Kur slypi Jūsų talentas verslumui?

19:00	<i>Vakarienė</i>
	<i>Vakaro programa</i>
Antradienis	
07:30 – 08:00	<i>Pusryčiai</i>
08:30 – 08:45	<i>Sveikinimo žodis</i>
08:45 – 10:30	Praktinė veikla: Žaidimas „Bokštas“, diskusijos grupėse ir pardavimų praktika
	<i>Pertrauka</i>
10:45 – 12:30	Kaip rasti verslo idėją?
	<i>Pietų pertrauka</i>
13:30 – 15:30	Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? – Klientų analizė
	<i>Pertrauka</i>
16:00 – 18:00	Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti – Konkurentų analizė
18:00 – 18:30	<i>Susitikimas</i>
18:30	<i>Vakarienė</i>
	<i>Vakaro programa</i>
Trečiadienis	
07:30 – 08:00	<i>Pusryčiai</i>
08:30 – 08:45	<i>Sveikinimo žodis</i>
08:45 – 10:45	Be pradinio kapitalo nė žingsnio – Finansavimo gavimas
	<i>Pertrauka</i>
11:00 – 13:00	Rinkodaros tikslas - užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką – rinkodara
	<i>Pietų pertrauka</i>
14:00 – 14:45	Pasiruošimas specialistų pokalbiui
	<i>Pertrauka</i>
15:00 – 15:45	Pasiruošimas trumpam verslo idėjos pristatymui (angl. <i>Elevator Pitch</i>)
	<i>Pertrauka</i>
16:00 – 18:00	„Rojus ar dykuma verslo pradžiai?– Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai“
18:00 – 18:30	<i>Susitikimas</i>
18:30	<i>Vakarienė</i>
	<i>Vakaro programa</i>
Ketvirtadienis	
07:30 – 08:00	<i>Pusryčiai</i>
	<i>Sveikinimo žodis</i>
09:00 – 10:30	Verslininkų pranešimai
	<i>Pertrauka</i>
10:30 – 12:00	Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“)
	<i>Pietų pertrauka</i>
	<i>Pasirinktina:</i>
	<i>Laisvalaikio programa</i>

Arba: Talentų ieškotojų ataskaitinis aptarimas	
Penktadienis	
07:30 – 08:00	<i>Pusryčiai</i>
08:00 – 09:00	<i>Apgyvendinimo patalpų tvarkymas</i>
09:15 – 09:30	Sveikinimo žodis
09:30 – 11:15	Grįžtamieji pokalbiai
11:15 – 12:00	Pabaiga
<i>Bendri pietūs</i>	
Dabar startuokite Jūs!	

3 variantas: Kadangi mokykloje yra iš anksto sudaromi tiek laiko, tiek žmogiškųjų išteklių planai, projektą „Losleger - Jaunimo verslumo profilio nustatymas“ galima organizuoti kaip *popietinį renginį*. Renginio įgyvendinimas gali tęstis vieną savaitę. Toliau rasite pavyzdinį tokio renginio eigos planą:

3 variantas:
 Popietinis renginys
 mokykloje

Popietinio mokyklinio renginio programa

Pirmadienis	
14:00 – 15:30	Startuojame! Susipažinimas
	<i>Pertrauka</i>
15:45 – 17:15	Kur slypi Jūsų talentas verslumui?
Antradienis	
14:00 – 15:45	Praktinė veikla
	<i>Pertrauka</i>
16:00 – 16:45	Kaip atrasti verslo idėją?
	<i>Pertrauka</i>
17:00 – 18:30	Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? – Klientų analizė
Trečiadienis	
14:00 – 15:30	Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti – Konkurentų analizė
	<i>Pertrauka</i>
15:45 – 16:15	Be kapitalo nė žingsnio – Finansavimo gavimas
	<i>Pertrauka</i>
17:00 – 18:30	Rinkodaros tikslas - užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką – rinkodara
Ketvirtadienis	
14:00 – 14:45	Pasiruošimas specialistų pokalbiui
	<i>Pertrauka</i>
15:00 – 15:45	Pasiruošimas trumpai verslo idėjos prezentacijai („Lifto metodas“)
	<i>Pertrauka</i>
16:00 – 18:00	„Rojus ar dykuma verslo pradžiai?– Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai“
Penktadienis	
14:00 – 15:30	Trumpa verslo idėjos prezentacija
	<i>Pertrauka</i>

15:45 – 16:45	Verslininkų pranešimai – ekspertų pokalbiai
	Pertrauka
17:00 – 18:00	Pabaiga
Po vienos savaitės	
14:00 – 16:00	Grįžtamieji pokalbiai
<i>Dabar startuokite Jūs!</i>	

Planuodami laiką, atkreipkite dėmesį, kad užduočių atlikimo trukmė gali varijuoti priklausomai nuo dalyvių žinių lygio ir gebėjimų. Atitinkamai pakoreguokite laiko planą. Prastovos laikas gali būti išnaudotas skiriant papildomus užsiėmimus greičiau užduotis atlikusiems dalyviams. Planuodami laiką atsižvelkite ir į talentų ieškotojų susitikimus.

Papildomas užsiėmimas užduotis greičiau atliekantiems dalyviams

2.5 Projekto įgyvendinimas

Turėdami bendrą vaizdą apie projekte dalyvaujančius asmenis, reikalingą įrangą, taip pat įvairias įgyvendinimo galimybes, galite pradėti planuoti projekto „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ įgyvendinimą. Žemiau rasite pasiūlymus, kaip galėtų atrodyti konkretus organizacinis planas nepriklausomai nuo to, kada pradėsite projekto įgyvendinimo darbus. Projekto įgyvendinimui numatyti šie organizaciniai etapai:

Dabar startuokite Jūs!

Planavimas yra sudėtingas procesas, todėl tai daryti pradėkite laiku. Likus *trims mėnesiams* iki įgyvendinimo informuokite apie planus mokyklos administraciją ir kolegiją. Tuo metu Jūs tikriausiai jau rasite daug asmenų, norinčių kartu dirbti, kurie kartu galės pasiūlyti ir darbuotojų iš savo personalo. Galbūt patys tikslingai ieškosite žmonių, kuriuos galėtumėte paskirti talentų ieškotojais.

Laiku pradėti: likus trims mėnesiams iki įgyvendinimo pradžios

Konkretus planavimas prasidės likus *dviem mėnesiams* iki renginio pradžios. Apsvarstykite, kaip ir kur būtų galima geriausiai įgyvendinti potencialų analizę. Taip pat patartina, iki šio laikotarpio jau būti suradus jaunus verslininkus, kurie papasakotų dalyviams apie savo patirtį.

Detalus planas pateikiamas likus dviem mėnesiams

Parenkite mokymus talentų ieškotojams likus *mėnesiui* iki jų pradžios. Susipažinkite su galimomis stebėjimo klaidomis ir nukrypimais. Taip pat, išsiaiškinkite koku principu yra atliekami stebėjimai ir apžvelkite pratimų turinį bei metodiką. Be to, būtina susitarti dėl susitikimų su mokymų dalyviais bei rasti tinkamą renginiui vietą.

Mėnesį prieš: Mokymų parengimas talentų ieškotojams

Likus dviem savaitėms iki įgyvendinimo „prasideda rimtas darbas“. Prasideda talentų ieškotojų mokymai. Šis etapas skirtas tam, kad dalyviai pasiruoštų savo vaidmeniui. Prasidėjus projektui dar nebus praėjęs ilgas laikas, kad per mokymus įgytos žinios pasimirštų. Moderatorius/ė taip pat pasiruošia pasiremdami moderacijos taisyklėmis. Šiuo metu yra paruošiama mokymų medžiaga ir kopijos. Po to galima sudaryti konkretų veiksmų planą ir perduoti jį visiems atsakingiems už apmokymus asmenims. Kad Jūsų pastangos būtų įvertintos ne tik mokyklos aplinkoje, informuokite apie įgyvendinamą veiklą vietos spaudą ir susitarkite dėl susitikimo.

Mokymai talentų ieškotojams ir mokomosios medžiagos parengimas

Likus vienai savaičiai- galutiniai suderinimai. Taip pat būtina patikrinti ir surūšiuoti medžiagą. Tai atliekant geriausia remtis *dalyvių, moderatorių, ieškotojų* vaidmenimis, o taip pat programa.

Savaitę prieš: dar kartą viską patikrinti

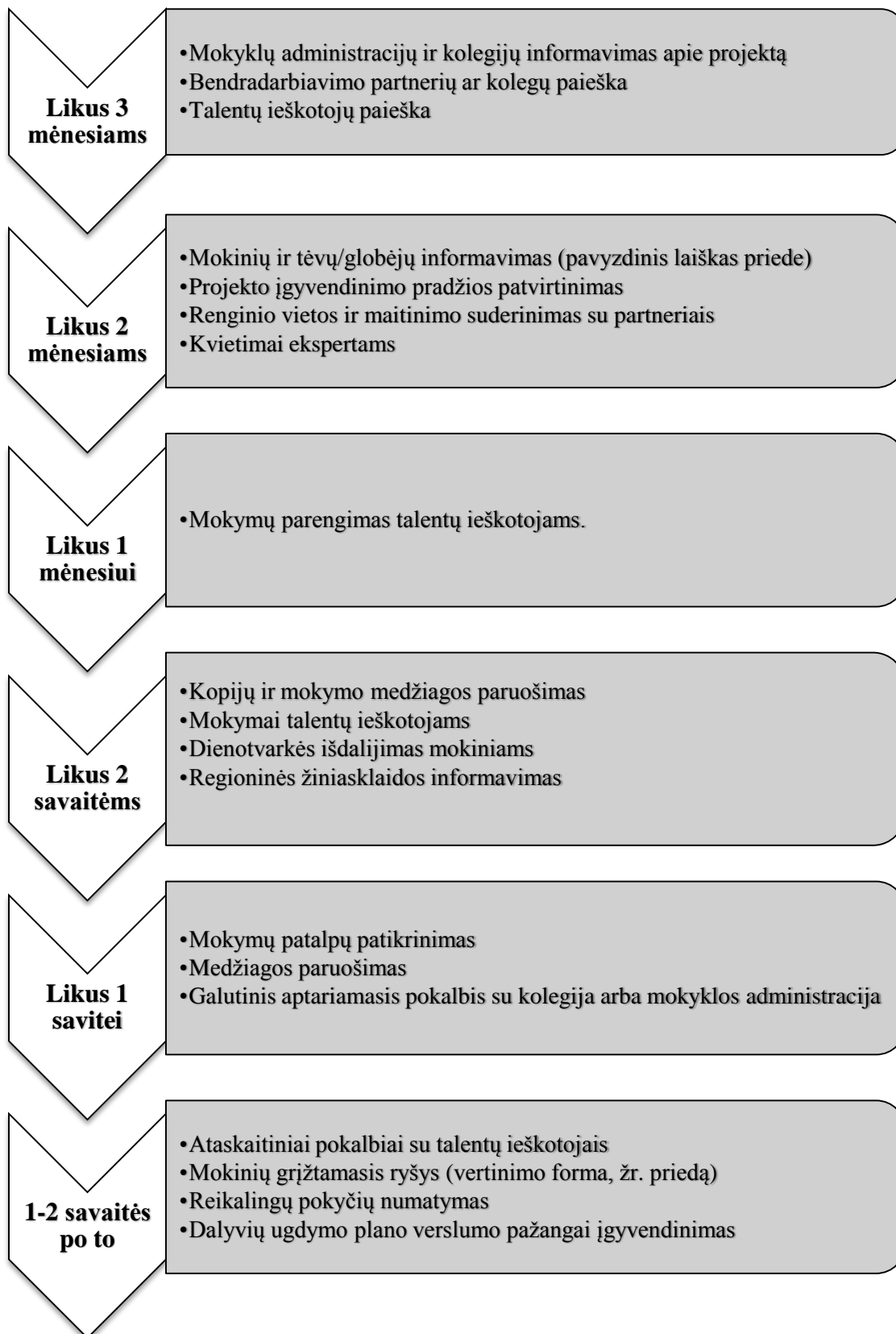
Įgyvendinimas buvo sėkmingas! Tai Jūsų nuopelnas! Vis dėlto, galbūt pastebėjote optimizavimo galimybių tam tikruose įgyvendinimo etapuose. Todėl atidžiai išanalizuokite talentų ieškotojų bei dalyvių grįžtamąjį ryšį. Tokiu būdu vertingus patarimus bus galima panaudoti kito projekto įgyvendinimo procese. Ir labai svarbu: individualūs dalyvių ugdymo planai turėtų būti nedelsiant įgyvendinti praktikoje.

Tolesni veiksmai po sėkmingo įgyvendinimo

Tam, kad nieko nepamirštumėte pagrindiniuose etapuose, toliau pateikiami kontroliniai sąrašai, kuriuose organizacinės užduotys yra suskirstytos chronologine tvarka ir šalia pateikiamas detalus atskirų etapų apibūdinimas.

Nieko nepamiršote? Kontroliniai sąrašai užtikrinimui!

2.5.1 Projekto laiko planavimas



2.5.2 Kontrolinis sąrašas

Kontrolinio sąrašo parengimas	
Kokios institucijos turi būti informuotos? Mokyklos administracija/Kolegija ...	<i>UŽRAŠAI</i>
Koks laikotarpis turi būti skirtas įgyvendinimui?	<i>UŽRAŠAI</i>
Kas gali atlikti talentų ieškotojo vaidmenį? Laiku informuoti!	<i>UŽRAŠAI</i>
Kaip turėtų būti finansuojamas renginys? Ar galimas renginio finansavimas rėmėjų lėšomis?	<i>UŽRAŠAI</i>
Informacija mokiniams ir jų tėvams/globėjams? Kokiose vietose galima patalpinti skelbimus? Ar galėtų/turėtų būti įtrauktos kitos mokyklos?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar galėtų/turėtų būti kviečiami ekspertai? Ar yra (pažįstamų) vietinių verslininkų? Galbūt kas nors iš mokyklos abieturientų?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar išspręsti draudimo klausimai? Ar reikalingas tėvų/globėjų sutikimas?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar bus galima naudotis kompiuterių klasėmis? Ar būtina registracija? Kas atsakingas? Kokios yra galimos alternatyvos?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar turi būti rezervuotos papildomos patalpos?	<i>UŽRAŠAI</i>

Kontrolinio sąrašo parengimas	
Kada turi prasidėti talentų ieškotojų mokymai? Kur bus atliekami mokymai?	<i>UŽRAŠAI</i>
Kas vykdo mokymus? Dokumentų paruošimas.	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar medžiaga yra prieinama moderatoriui, talentų ieškotojams ir dalyviams? Ar reikalingi pataisymai?	<i>UŽRAŠAI</i>
Kita:	<i>UŽRAŠAI</i>

Kontrolinis sąrašas moderatoriui	
Ar pakanka atspausdintos medžiagos egzempliorių visiems dalyviams ir talentų ieškotojams?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar numatytos darbo rezultatų surinkimo galimybės?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar paskirstytos ir atitinkamais ženklais pažymėtos mokymų patalpos? Ar yra nuorodos į mokymų patalpas?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar yra projektorius ir ekranas ar kita galimybė demonstruoti vaizdinę medžiagą?	<i>UŽRAŠAI</i>

Kontrolinis sąrašas moderatoriui	
Ar yra pakankamai priemonių, tokių kaip pieštukai, lipnūs lapeliai, smeigtukai ir kt.?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar turėtų būti vertinami atskiri projekto etapai? Kas tam reikalinga?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar numatytos užimtumo priemonės, tokios kaip žaidimai ar sporto įranga, kuriomis mokiniai galėtų naudotis prastovos laiku? Ar turėtų būti įgyvendinama dalyvių dėmesio aktyvavimo priemonė angl. („Energizer“)?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar paruoštos dalyvių vardų kortelės?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar renginio eigos planas yra aiškus? Ar informuoti svečiai (ekspertai, spauda)? Ar reikalingas tolesnis renginio koordinavimas jam prasidėjus?	<i>UŽRAŠAI</i>
Kita:	

Kontrolinis sąrašas talentų ieškotojui	
Ar paruoštos priemonės rašymui? Pavyzdžiui, užrašų knygtės? Ar turima pieštukų ir trintukų?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar aiškus paskirstymas tarp talentų ieškotojų ir dalyvių? Kokiuose kambariuose dalyviai atliks užduotis?	<i>UŽRAŠAI</i>

Kontrolinis sąrašas talentų ieškotojui	
Ar aiškūs užduočių eigos planas? Į ką reikėtų atkreipti dėmesį, atliekant atskiras užduotis? Ar aiškūs reikalavimai?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar paruoštos visos stebėjimo formos? Ar formos priskirtos atitinkamoms užduotims? Ar yra po ranka renginio programa?	<i>UŽRAŠAI</i>
<i>Kita:</i>	<i>UŽRAŠAI</i>

Kontrolinio sąrašo apdorojimas	
Kaip turėtų būti tikslingai panaudoti mokinių atsiliepimai? Kuriame etape galima aptarti rezultatus?	<i>UŽRAŠAI</i>
Ar suplanuotas baigiamasis pokalbis su talentų ieškotojais?	<i>UŽRAŠAI</i>
Kokie pakeitimų poreikiai dėl tolesnio įgyvendinimo atsiranda po dalyvių vertinimų?	<i>UŽRAŠAI</i>
<i>Kita:</i>	<i>UŽRAŠAI</i>

3 Talentų ieškotojų užduotys

Talentų ieškotojų darbas ir veikla labai struktūrizuota. Jie neturi laisvės, atlikdami pagrindinę savo užduotį. Metodiškai tai būtina, siekiant stebėti tikslingai ir objektyviai. Todėl talentų ieškotojai turi būti apmokyti vienodai. Be to, griežtesni

Ataskaitinio aptarimo taisyklės

- Kiekvieno dalyvio rezultatų vertinimui skiriama tiek pat laiko! Tam reikėtų skirti 20 minučių.
- Atliekant vertinimą apie bendrą pasirodymą nebus diskutuojama– *nurodyti iš anksto!*
- Svarbiausia stipriosios dalyvių pusės!

reikalavimai užtikrina geresnę orientaciją ir darbo produktyvumą. Tai taikoma ir ataskaitiniam aptarimui, priešingu atveju galima netilpti laike. Todėl nuoseklus planas pateiktas žemiau. Moderatorius turėtų reikalauti, kad plano būtų laikomasi, jį reikėtų pristatyti ir paaiškinti jau per stebėtojų mokymus.

Vertinimo forma
rezultatams
pateikti

3.1 Ataskaitinis aptarimas: Visų etapų

apžvalga

Šeši talentų ieškotojai susiskirsto į dvi grupes po tris žmones. Kas su kuo dirba, nurodoma *paskirstymo plane* (→paskirstymo planas). Abi grupės vertina kiekvieną iš devynių dalyvių. Kiekvienas talentų ieškotojas suteikia individualų grįžtamąjį ryšį trims dalyviams. Talentų ieškotojams dalyviai paskiriami remiantis *paskirstymo planu* (→paskirstymo planas).

Įvertinamos visos
kiekvieno dalyvio
atliktos užduotys

Prieš pradėdant talentų ieškotojų aptarimą, reikia atlikti dar kelis *dalykus*, kuriuos rasite laukelyje „Aptarimo programa“.

Ataskaitinio aptarimo programa

Pasiruošimas vertinimui:

1. Patikrinkite, ar yra visos stebėjimo formos.
2. Sudėliokite kiekvieno dalyvio stebėjimo formas, F-DUPs rezultatus ir „Dalyvių žinių testus“.
3. Pastabas suveskite į Excel lentelę.

Kiekvieno dalyvio įvertinimas:

4. Pasirinkite tris vertinimo kriterijus su aukščiausiais įvertinimais.
5. Įtraukite ir F-DUPs bei „Dalyvių žinių testo“ įvertinimus.
6. Rezultatus aptarkite su kitais talentų ieškotojais.
7. Paruoškite grįžtamojo ryšio formą.
8. Per grįžtamojo ryšio pokalbį naudokitės vadovu ir užsirašinėkite.

Kai pasiruošite, atlikite kiekybinį *pastabų vertinimą*. Čia padės *vertinimo lentelė Excel* formatu (→gebėjimų profilis). Atliekant kiekvieną užduotį įvertinamos pastebėtos savybės (nuo labai stiprios iki silpnos). Jei savybė išreikšta *labai stipriai*, įrašoma 4, jei *stipriai*- 3, jei *vidutiniškai*- 2, jei *silpnai*- 1, o jei savybė *nepastebėta*, įrašomas 0. Tai atliekama su dviem kiekvienos užduoties reikalavimais. Remiantis programa, nustatomas vidutinis savybės išraiškos lygis. Dalyviams suteikiant grįžtamąjį ryšį, pasirenkami trys reikalavimai, kuriuos buvo galima pastebėti dažniausiai. Kadangi orientuojamasi

į stipriąsias savybes, pasirenkami kriterijai, kurių rezultatai geriausi, t.y. kurios savybės pasireiškė stipriausiai.

Reikia atkreipti dėmesį, kad kriterijus „Vartoja terminus“ į šį pasirinkimą nėra įtrauktas. Nepaisant to, ši savybė vis tiek stebima ir talentų ieškotojai per grįžtamuosius pokalbius gali ją įtraukti. Rezultatus galima įtraukti ir į individualią grįžtamojo ryšio formą.

Toliau įtraukiami F-DUPs rezultatai. Kiekvienam dalyviui pateikiamas individualus vertinimas. Pirmajame puslapyje pateikiama rezultatų apžvalga, kitame- išsamus paaiškinimas. Talentų ieškotojai aptaria kiekvieno dalyvio vertinimą: ar vertinimas atitinka pastebėtus asmenybės bruožus? Ar išsiskyrė kuri nors savybė, kurią reikėtų paminėti individualiame grįžtamojo ryšio formos teksto lauke? Pasinaudokite savo įžvalgomis per grįžtamąjį pokalbį ir/arba sudarydami grįžtamo ryšio formą. Vertinimo formoje rasite vietos užrašams. Čia galima užrašyti svarbiausius asmenybės testo rezultatus. Pagrindiniai klausimai galėtų

F-DUPs rezultatų panaudojimas

būti: ar atsiskleidė ypatingi dalyvio gebėjimai? Ar talentų ieškotojai pastebėjo kokių nors ypatingų dalyvio savybių? Ar buvo tokių situacijų, kuriose jis ypač gerai pasirodė? Talentų ieškotojai kiekvienam dalyviui turi skirti 20 minučių. Priešingu atveju bus sunku visiems devyniems dalyviams tolygiai paskirstyti laiką ir energiją.

Kai visi vertinimai suvesti į Excel lentelę (→vertinimo lentelė), reikia paruošti grįžtamojo ryšio formas (→grįžtamojo ryšio forma) dalyviams. Grįžtamojo ryšio forma taip pat užpildoma Excel lentelėje (→vertinimo lentelė). Pakeiskite vardą ir iš karto išsaugokite reikiamoje vietoje. Vertinimo formoje paruošti tekstai, kurie Jums padės vertinant. Patikrinkite, ar tekstas tinka dalyviui, ir ar tam tikros aprašymo dalies nereikia išimti. Tokiu atveju galima paruošti individualų tekstą. Kadangi dalyviai tarpusavyje palygina (gali palyginti), patartina, kad papildomų pastabų skaičius būtų vienodas. Nustatyta, kad trijų sakinių pakanka. Nepamiškite atsispausdinti grįžtamojo ryšio formų, kad prieš pokalbius dar kartą galėtumėte prisiminti svarbiausius rezultatus.

Grįžtamojo ryšio
formų pildymasIndividualių
vertinamųjų
pastabų rašymas

Aptarimo metu atsižvelgiama ir į „Dalyvių žinių testo“ rezultatus.

3.2 Grįžtamojo ryšio pokalbis

Talentų ieškotojų pastabos dalyviams labai svarbios- jie visą savaitę buvo stebimi ir stengėsi parodyti, ką sugeba geriausiai. Todėl svarbu, kad grįžtamasis ryšys būtų paruoštas gerai. Pilkame laukelyje trumpai pateikiama grįžtamojo ryšio pokalbio struktūra. Įvade gali būti aptariamas bendras dalyvio pasirodymas verslumo

Grįžtamasis ryšys dalyviams labai svarbus

Grįžtamojo ryšio pokalbis

Laikas: kiekvienam dalyviui skiriama 20 minučių

1. Gebėjimų vertinimas

- Kurios užduotys Jums patiko labiausiai? Kodėl?
- Ar atliekant potencialo analizę kas nors pasikeitė? Kas tiksliai?
- Kaip įvertintumėte savo stipriąsias savybes, lyginant su verslumo potencialo analizės pradžia?

2. Talentų ieškotojų vertinimas

- Stebėjimo metodų paaiškinimas
- Stipriųjų savybių pristatymas
- Stipriųjų savybių/ verslumo potencialo aptarimas

3. Skatinimo galimybių pristatymas

- Ar turite ateities planų?
- Kokių konkrečių planų turite?
- Kokios žinios ir patirtis galėtų padėti?

potencialo analizės metu.

Pagrindžiant tokį savo vertinimą, galima pereiti prie pagrindinės pokalbio dalies ir pateikti stebėjimo rezultatus.

Paklauskite dalyvio apie labiausiai patikusią užduotį ir taip pereikite prie stipriųjų jo savybių. Įvardinkite ir paaiškinkite tris kriterijus, kurie buvo vertinami.

Grįžtamojo ryšio pavyzdžiai čia taip pat padės formuluojant. Per pokalbį naudinga aptarti ir F-DUP rezultatus. Popierinė

vertinimo forma dalyviams *neduodama!* Taip yra todėl, kad F-DUP projekte „Losleger - Jaunimo verslumo

profilio nustatymas“ sudaro nedidelę dalį ir tik iš dalies turi įtakos galutiniam rezultatui. „Dalyvių žinių testo“ rezultatai taip pat įeina į grįžtamąjį ryšį. Dalyviai gauna papildomą grįžtamojo ryšio formą su „Dalyvių žinių testo“ rezultatais.

Pagrindiniai klausimai padeda susiorientuoti

Grįžtamojo pokalbio metu aptariamos ir individualios pastabos dalyviui. Aptarus verslumo potencialo analizės rezultatus, pateikiamos potencialo skatinimo galimybės. Duokite dalyviui patarimų, kur savo verslumo potencialą būtų galima ugdyti toliau. Ne tik švietimo institucijose, bet ir mokyklose dažnai galima rasti priemonių, skatinančių asmeninį tobulėjimą ir gebėjimus. Atkreipkite dalyvių dėmesį, kad skatinimo galimybių galima rasti daugelyje vietų.

Individualios
pastabos

Grįžtamojo ryšio formą dalyviams rekomenduojama paaiškinti. Čia svarbu, kad su dalyviu būtų kalbama kaip su asmeniu, o ne kaip kandidatu ar pan. Rezultatai gaunami iš to, kaip dalyvis pasirodė per potencialo analizę, todėl įrašoma tik tai, kas buvo pastebėta. Čia verta paminėti, kad ne visose srityje reikia vienodų verslininkų. Galiausiai reikėtų pabrėžti, kad projektas „*Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“ vykdomas tik tam tikru verslumo skatinimo

Grįžtamojo ryšio
formos
paaiškinimas

Patarimai tolesniam skatinimui:

- Ekonomikos žinių skatinimas, pvz. Ekonomikos ir lyderystės bei Socialinio verslumo mokyklose,.
- Pradedančiojo verslininko veikla, pvz. „Simulith“ centruose, Startup renginiuose, startuolių stovyklose.
- Kūrybiškumo, idėjų skatinimas, tampant „Moksleivių verslo klubo“ ar „Jaunimo verslo klubo“ nariu

momentu. Potencialo analizės rezultatai turėtų paskatinti ir toliau didinti atrastą verslumo potencialą.

Taip pat dalyviai į pokalbį atsineša savo kontrolinį klausimą, gautą *Startuojame! Susipažinimas* ir *grįžtamojo ryšio užbaigimas*.

Per bendrą pokalbį galiausiai aptariamos stipriosios dalyvių savybės. Jei dalyvis tiesiogiai paklaustų apie savo silpnąsias puses, galite jį paskatinti įvertinti jas pačiam. Iš tariamų trūkumų galima suformuluoti teigiamas savybes.

Orientavimasis į
stipriąsias savybes
motyvuoja

4 Projektui reikalingi dokumentai

Šiame skyriuje rasite visus dokumentus, reikalingus sėkmingam projekto įgyvendinimui. Kiekvienas užduočių kompleksas išdėstytas taip:

1. Nurodymai moderatoriui: Norėdami palengvinti Jūsų darbą, mes trumpai aprašėme ir pažymėjome spalvotai, į ką reikėtų atkreipti dėmesį, vykdant kiekvieną užduotį. Šie nurodymai padės sėkmingai atlikti verslumo potencialo analizę.
2. Užduoties apžvalga: Ši dalis pažymėta raide „T“ ir skirta talentų ieškotojams. Talentų ieškotojai gauna trumpą užduoties ir svarbiausių dalių aprašymą.
3. Stebėjimo forma: Ji skirta talentų ieškotojams, kad galėtų užsirašyti pastabas, dalyviams atliekant užduotis.
4. Užduotis: Čia rasite dalyviams skirtas užduotis, kurias, atlikdami potencialo analizę, modifikavote.

Informacija moderatoriui

Startuojame! Susipažinimas

Pagaliau projektas „*Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“ prasideda. Užduoties struktūra:

1. Visų dalyvių prisistatymas (jei nepažįstami)
2. Kontrolinis klausimas
3. Elgesio taisyklės, atliekant verslumo potencialo analizę
4. Tematinis įvadas
5. Užbaigimas

„*Startuojame!*“ vyksta dalyvių salėje, rate, sudarytame iš kėdžių. Užduočiai skiriama 90 minučių. Ši užduotis nestebima.

4.1 Susipažinimas

Iš pradžių pasisveikinama su dalyviais, tada pradedami visų dalyvių prisistatymai. Kiekvienas prisistato, pasakydamas savo vardą ir pabaigdamas frazę: „Sėkmingas verslininkas man yra...“.

Po prisistatymų atkreipkite dalyvių dėmesį, kad atliekant užduotis jie bus stebimi. Per pertraukas ir laisvalaikiu jų niekas nestebės. Dalyviai turi parodyti savo stipriąsias puses.

Kontrolinis klausimas

Kiekvienas dalyvis gauna kontrolinį klausimą (→kontrolinis klausimas prieš *projektą*) ir lipnų lapelį. Tada kontroliniai klausimai surenkami. Atkreipkite dėmesį, kad ant lapo būtų užrašytas dalyvio vardas.

Elgesio taisyklės

Atliekant verslumo potencialo analizę, būtinos tam tikros elgesio taisyklės. Tam būkite paruošę korteles. Paklauskite dalyvių, kokių elgesio taisyklių, atliekant potencialo analizę, reikėtų laikytis. Paprašykite, kad kiekvienas dalyvis įvardintų elgesio taisyklę, užrašytų ją ant kortelės ir priklijuotų prie stovo. Tai kartokite tiek kartų, kol nebepavyks sugalvoti naujų taisyklių. Jūs taip pat paruoškite taisyklių, pavyzdžiui:

- Kortelė su vardu visada turi būti matoma.
- Parodykite mums stipriąsias savo puses.
- Per pertraukas nedirbama, nes nestebi talentų ieškotojai.
- ...

Atliekant potencialo analizę, elgesio taisyklės salėje visada turi būti gerai matomoje vietoje.

Tematinis įvadas

Tematinis įvadas pradedamas intensyviu idėjų siūlymu (angl. brainstorming). Užduokite dalyviams klausimą: „Kokius aspektus reikėtų apgalvoti steigiant įmonę?“. Dalyviai turi 3-5 minutes užrašyti atsakymą ant kortelės. Taisyklė: ant vienos kortelės tik vienas teiginys ir rašoma ant vienos pusės. Paprašykite pirmojo dalyvio kortelę priklijuoti prie stovo. Visi dalyviai gali užduoti klausimų. Dalyviai, turintys tokius pat arba panašius atsakymus, juos padeda į šalį. Tada savo kortelę prie stovo priklijuoja kitas dalyvis. Taip tęskite ir toliau, kol nei vienas dalyvis nebeturės ką papildyti. Tik paklauskite: „Ar dar ką nors pamiršome, apie ką steigiant įmonę reikėtų pagalvoti?“ ir „Ar ant stovo nėra tokios kortelės, kuri su įmonės steigimu neturi nieko bendro?“. Per pakalbą paprašykite dalyvių sudėlioti korteles eilės tvarka taip, kad atsakytų į klausimą: „Kokius veiksmus reikėtų atlikti, steigiant įmonę?“. Minčių lietaus metu paaiškėja užduotys, kurios bus atliekamos vykdant verslumo potencialo analizę. Išdalinkite visiems savaitės planą ir apžvelkite artimiausias dienas.

Užbaigimas

Kai dalyviams suteikta visa svarbi informacija ir padarytas tematinis įvadas, pabaikite užduotį. Toliau atlikite F-DUP ir „Dalyvio žinių testą“.

Priemonių sąrašas:

- 18 lipnių lapelių
- 100 kortelių
- 18 teksto žymeklių
- 2 stovai
- smeigtukai

Informacija moderatoriui

4.2 Praktinė veikla

Praktinė veikla: Pasiruošt! Dėmesio! Marš!

Praktinė veikla susideda iš trijų etapų:

- 1 etapas: Moderuojamos grupių diskusijos
- 2 etapas: Žaidimas „Bokštas“
- 3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti!

Jūsų užduotys:

1. Dalyvius suskirstykite į tris grupes (→ *paskirstymo planas*). Grupės išlieka visos praktinės veiklos metu.
2. Kiekvienai grupei paskirkite tam tikrą etapą, nuo kurio ji pradės. Patarimas: Kiekvienam etapui paruoškite po atskirą patalpą.
3. Paaiškinkite užduočių eigą (ant rašomosios lentos), kad dalyviai tiksliai žinotų, kada ir kur turi eiti.
4. Prieš pradėdami, grupėms paaiškinkite šiuos dalykus:
 - Kiekvienam etapui pateikiamos taisyklės. Jose nurodyta visa informacija, reikalinga atlikti užduotis.
 - Kiekvienas etapas trunka lygiai 30 minučių.
 - Dalyviai turi likti patalpoje tol, kol duodamas ženklas kitam etapui.
 - Dalyviai turėtų greitai pereiti į kitą patalpą ir pradėti naują užduotį.
5. Kas 30 minučių duodamas ženklas pereiti į kitą etapą.
6. Apsikeičiant patalpomis, patalpą vėl paruoškite (arba tai gali padaryti Jūsų padėjėjas), kad kitai grupei būtų sudarytos tokios pat sąlygos. Viską pasiruoškite iš anksto, kad apsikeitimas vyktų greitai.

Pastaba dėl 2 etapo užduoties „Bokštas“: Ankstesnės grupės rezultatų kita grupė matyti negali.

1 etapas: Moderuojamos grupių diskusijos

Dalyviai aptaria diskutuotinus klausimus ir išsako savo asmeninę poziciją.

Grupių diskusijoms reikalingas dar vienas moderatorius, nes Jūs atsakingas už visų etapų organizavimą ir priežiūrą. Geriausia, kad šią užduotį perimtų atsarginis talentų ieškotojas.

Moderatorius gauna konkrečius nurodymus (→ *užduočių priemonės*). Kad galėtų pasiruošti, juos turėtų gauti iš anksto.

Dalyviai negauna jokios medžiagos ir diskusijoje dalyvauja „nepasiruošę“.

Patalpos paruošimas: Stalai ir kėdės turėtų sudaryti septynių vietų ratą. Moderatoriui reikėtų turėti nedidelį, kaip įmanoma mažiau pastebimą laikrodį, kad galėtų stebėti laiką.

Priemonių sąrašas:

- Nurodymai moderatoriui (papildoma kopija)
- - laikrodis

Trukmė: 30 minučių

2 etapas: Žaidimas „Bokštas“

Dalyviai iš turimų priemonių turi pastatyti bokštą (→ *užduočių priemonės*).

Patalpos paruošimas: Pastykite dvi kėdes vieną šalia kitos, kad dalyviai turėtų pakankamai vietos. Nurodymus ir medžiagas padėkite ant stalo. Po kiekvienos užduoties ant stalo padėkite naujus nurodymus ir medžiagas. Atkreipkite dėmesį, kad nauja grupė nepamatytų ankstesnės grupės bokšto.

Priemonių sąrašas:

- Nurodymai dalyviams
- 1 žirklys
- 1 liniuotė
- 1 pieštukas
- Popierius užrašams
- 3x 20 A4 formato lapų
- 3 juostelės po 1-1,5 m
- 1 indelis vandeniui (plastmasinis, 0,2 l, pilnas)

Trukmė: 30 minučių

3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti!

Kiekvienas dalyvis kuo įtaigiau pristato jam paskirtą produktą, kad sudomintų potencialius pirkėjus. (→ *užduočių priemonės*)

Šiame etape talentų ieškotojas gauna nedidelę papildomą užduotį: kai dalyviai perskaito užduotį, jis grupei įteikia voką su 14 skirtingų produktų (prekių arba paslaugų) paveikslėliais. Kiekvienas dalyvis nežiūrėdamas iš voko išsitraukia vieną paveikslėlį. Paveikslėliu leidžiama pasikeisti su kitu dalyviu arba traukti dar kartą.

Po pristatymų kiekvienas dalyvis gauna 150 € žaidimo pinigų (3 kupiūras po 50 €) ir įteikia jas tiems dalyviams, kurių pristatymai juos įtikino labiausiai. Šią sumą jie gali išdalinti kaip nori, tačiau gali atiduoti ir vienam dalyviui. Galiausiai laimi didžiausią sumą surinkęs dalyvis.

Metodas: grupės nariai kupiūras įdeda į voką, ant kurių užrašytas dalyvio vardas. Būtų gerai voką perduoti po stalu.

Patalpos paruošimas: stalas grupei. Atkreipkite dėmesį, kad naujai grupei pradedant užduotį, visi paveikslėliai būtų voke.

Priemonių sąrašas:

- 1 laikmatis (arba laiką kontroliuoja talentų ieškotojas)
- 1 didelis vokas su 14 paveikslėlių
- 3 x 6 = 18 pinigų kupiūrų (50 €)
- 3 x 6 = 18 mažų vokų (su užrašytais vardais)

1 patarimas: Paveikslėlius ir pinigų kupiūras įlaminuokite. Taip dalyviai rankose turės tvirtą kortelę, o Jūs priemonę panaudosite dar kartą.

2 patarimas: Laimėtojai paruoškite nedidelį prizą.

Trukmė: 30 minučių

Užduotis: Praktinė veikla: Pasiruošt! Dėmesio! Marš!**T****Metodas: Grupių diskusijos (1 etapas)****Trukmė: 30 minučių**

Dalyviai išsako požiūrį apie verslininkystę. Nuo ko priklauso verslo sėkmė- nuo paties asmens ar aplinkos?

Diskusijos metu dalyviai išsako savo nuomonę, ją pagrindžia argumentais, bet atsižvelgia ir į kitokius požiūrius bei prieštaravimus. Galiausiai turi susitarti dėl bendros pozicijos.

Moderatorius vadovauja diskusijai. Jis pradeda diskusiją klausimu ir paskatina, jei diskusija nurimsta.

Stebimos savybės

Savybę turintys asmenys...

P 2**Ekstravertiškumas**

Orientuoti į aplinką. Juos galima apibūdinti šiais būdvardžiais: draugiškas, aktyvus, kalbus, priimančias pasiūlymus.

K 6**Gebėjimas analizuoti
ekonomikos sistemas
ir santvarkas**

geba analizuoti ir vertinti ekonomines bei teises sąlygas pradedantiesiems verslininkams.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis ...

- neskatinamas dalyvauja diskusijoje.
- užtikrintai gina savo nuomonę.
- reaguoja į kitų pasisakymus.
- išvardija veiksnus, galinčius sumažinti nesėkmės riziką iki minimumo.
- išvardija veiksnus galinčius padidinti sėkmės galimybes.
- analizuoja ekonomines sąlygas pradedantiesiems verslininkams.

Informacija atsarginiams, moderatoriui

I etapas: grupių diskusija (30 minučių)

Dalyviai išsako savo nuomonę apie verslininkystę. Nuo ko priklauso verslo sėkmė: nuo paties asmens ar aplinkos?

Diskusijos metu dalyviai turi išsakyti savo nuomonę, ją pagrįsti argumentais, bet taip pat ir atsižvelgti į kitokius požiūrius bei prieštaravimus. Galiausiai turi susitarti dėl bendros pozicijos.

Jūs vadovaujate diskusijai, pradedate užduodami klausimą ir paskatinate, jei diskusija nurimsta. Atkreipkite dėmesį į laiką!

Čia pasižymėkite diskusijos **pradžią** _____ ir planuojamą **pabaigą** _____.

Jūsų užduotys išsamiai:

1. Pasisveikinkite su dalyviais ir pristatykite jų užduotis:

„Nuoširdžiai sveikinu su dalyvavimu šiandieninėje diskusijoje ir kartu su Jumis tikiuosi, kad ji bus produktyvi. Su tema Jūs visi jau esate susipažinę: mes kalbėsime apie verslininkystę ir jos sėkmes bei nesėkmes. Diskusijai iš viso turime 30 minučių. Kiekvienas privalote pasisakyti. Aš stebėsiu laiką. Norėčiau pradėti šiais teiginiais:

- *Jei kam nors nepasisekė, jis pats dėl to kaltas!*
- *Jei ekonominė padėtis bloga, bankrutuoja ir patys geriausi!*

Išsakykite savo požiūrį ir nuomonę apie tai! Kas norėtų pradėti?“

- Diskusija pasibaigė? Visi pasisakė ir tvyro tyla?

Paskatinkite diskusiją šiais teiginiais:

- *Ar kiekvienas gali sėkmingai kurti verslą ekonominiu požiūriu palankiu laiku?*
- *Geras verlininkas išgyvens net ir ekonomiškai sunkiais laikais.*
- *Kas daro rimtų klaidų, dažniausiai iš anksto visko gerai neapgalvoja!*
- *Turint gerą verslo planą, negali nepasisiekti!*
- *Du verslininkai pradeda turėdami tą verslo modelį: vienas sėkmingai, o kitam nepavyksta. Tai priklauso nuo asmenybės!*
- *Po kiekvieno ekonominio nuosmukio ateina pakilimas. Kaip verlininkas, turite tai išverti!*

2. Maždaug po 20 min. paprašykite suformuluoti išvadas.

„Dėkoju už Jūsų išsakytas nuomones. Išgirdome skirtingų pozicijų. Dabar norėčiau Jūsų paprašyti rasti bendrą poziciją. Ar verslo sėkmė priklauso nuo paties asmens? Ar tai išorinės aplinkybės, lemiančios sėkmę arba nesėkmę? Jūs turite 5 minutes susitarti ir suformuluoti bendrą išvadą.“

Užduotis: Praktinė veikla Pasiruošt! Dėmesio! Marš! **I etapas: Grupių diskusijos**

Stebima savybė: P 2 Ekstravertiškumas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti
neskatinamas dalyvauja diskusijoje.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
užtikrintai gina savo nuomonę.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
reaguoja į kitų pasisakymus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Praktinė veikla Pasiruošt! Dėmesio! Marš! **I etapas: Grupių diskusijos**

Stebima savybė: K 6 Gebėjimas analizuoti ekonomikos sistemas ir santvarkas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti
išvardija veiksnius, galinčius sumažinti nesėkmės riziką iki minimumo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
išvardija veiksnius, galinčius padidinti sėkmės galimybes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja ekonomines sąlygas pradedantiesiems verslininkams.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Praktinė veikla: Į vietas! Dėmesio! Marš!**T Metodai: Žaidimas „Bokštas“ (2 etapas)****Trukmė: 30 minučių**

Dalyviai stato bokštą pagal tam tikrus reikalavimus: 1,20 m aukščio, stovi ant savo pagrindo ir gali išlaikyti 0,2 l talpos vandens puodelį.

Dalyviai gali naudoti šias medžiagas: 20 A4 formato popieriaus lapų ir 1-1,5 m lipnios skaidrios juostelės. Pagalbinės priemonės: žirkklės, liniuotė, pieštukas, popierius užrašams.

Stebimos savybės

Savybę turintys asmenys, ...

P 1**Stropumas**

yra tvarkingi, punctualūs, organizuoti, kruopštūs, viską apgalvojančios, veikiantys efektyviai ir pagal planą.

P 3**Atkaklumas**

yra pasiruošę siekti savo tikslų bei stengtis patenkinti poreikius. Jie užsispyrę, pasitikintys, veikiantys nuosekliai, reiklūs, pasiryžę kovoti.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis ...

- atlikdamas užduotis atsižvelgia į reikalavimus (laiko ir turinio).
- teikia apgalvotus pasiūlymus dėl veiksmų ir produktų.
- jam svarbu kruopštus darbas.
- dirba tikslingai ir orientuojasi į rezultatą.
- daro įtaką ir vadovauja grupei.
- siekia įtakos veiklai ir galutiniam rezultatui.

Užduotis: Praktinė veikla į vietas! Dėmesio! Marš! **2 etapas: Žaidimas „Bokštas“**

Stebima savybė: P 1 Stropumas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti
atlikdamas užduotis atsižvelgia į reikalavimus (laiko ir turinio)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
teikia apgalvotus pasiūlymus dėl veiksmų ir produktų.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
jam svarbu kruopštus darbas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Praktinė veikla I vietas! Dėmesio! Marš! **2 etapas: Žaidimas „Bokštas“**

Stebima savybė: P 3 Atkaklumas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima įvertinti
dirba tikslingai ir orientuojasi į rezultatą.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
daro įtaką ir vadovauja grupei.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
siekia įtakos veiklai ir galutiniam rezultatui.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

T Užduotis: **Praktinė veikla: Į vietas! Dėmesio! Marš!**
Metodas: **Parodyk savo talentą parduoti! (3 etapas)**
Trukmė: **30 minučių**

Dalyviai iš voko atsitiktinai išsitraukia paveikslėlį su tam tikru produktu (preke ar paslauga).

Užduotis- produktą pristatyti kuo įtaigiau, kad potencialūs klientai (kiti dalyviai) taptų pirkėjais. Pasiruošimui- penkios minutės! Pats pristatymas trunka ilgiausiai tris minutes.

Kai visi pristato savo produktus, kiekvienas dalyvis gauna 150 € žaidimo pinigų. Jūs atiduoda vienam arba išdalija keliems geriausiai pasirodžiusiems dalyviams. Laimi didžiausią sumą surinkęs dalyvis.

Stebimos savybės

		Asmenys, turintys šią savybę...
P 2	Ekstravertiškumas	Orientuoti į aplinką. Jūs galima apibūdinti šiais būdvardžiais: draugiškas, aktyvus, kalbus, priimantis pasiūlymus.
P 4	Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus	problemas suvokia kaip iššūkius. Jie mielai pasirenka neįprastas užduotis ir turimas žinias panaudoja naujose situacijose.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis ...

- pristato pasitikinčiai ir kai reikia, pradeda pirmas.
- džiaugiasi „savo“ produkto pristatymu.
- nebijo klausytojų, palaiko su jais kontaktą.
- užduotis atlieka kūrybiškai.
- panaudoja žinias iš kitų sričių, norėdamas rasti užduočių sprendimus.
- įžvelgia teigiamas problemų puses.

3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti!

Kaip būsimas/a verslininkas/ė vieną dalyką privalote išmanyti ypač gerai: parduoti!

Geriausia idėja nieko verta, jei ja negalite įtikinti potencialių investuotojų ir klientų.

O dabar įrodykite, kad tikrai turite talentą parduoti!

Užduotis:

1. Iš voko išsitraukite paveikslėlį su tam tikru produktu.

Nepatinka?

Tuomet apsikeiskite paveikslėliais su grupės nariu. Jei niekas nenori apsikeisti, galite išsitraukti kitą paveikslėlį.

2. Apgalvokite, kaip geriausiai galėtumėte parduoti prekes ir paslaugas klientams. Reklamuokite! Pasiruošimui turite **5 minutes**.
3. Laimėkite klientų (kitų dalyvių) palankumą. Produktui pristatyti turite **3 minutes**.

Kas pristatė geriausiai? Kai visi pristato produktus, kiekvienas gauna 150 € (kupiūromis po 50 €). Kuris produktas buvo taip gerai pristatytas, kad jį nusipirktumėte? Visą sumą galite atiduoti vienam, arba išdalinti keliems dalyviams. Pinigus galima ir pasilikti, jei nei viena prezentacija nepasirodė įtikinama. Sau pinigų skirti negalite. Atkreipkite dėmesį į laiką!!!

Užduotis: Praktinė veikla Į vietas! Dėmesio! Marš! **3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti!**

Stebima savybė: P 2 Ekstravertiškumas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
pristato pasitikinčiai ir kai reikia, pradeda pirmas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
džiaugiasi „savo“ produkto pristatymu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
nebijo klausytojų, palaiko su jais kontaktą.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Praktinė veikla Į vietas! Dėmesio! Marš! **3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti!**

Stebima savybė: P 4 Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
užduotis atlieka kūrybiškai.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
atlikdamas užduotis panaudoja žinias iš kitų sričių.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
įžvelgia teigiamas problemų puses.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.3 Verslo kūrimo užduotys

Verslo kūrimo užduočių kompleksas yra verslumo potencialo analizės pagrindas. Jį sudaro šios užduotys:

1. Kaip rasti verslo idėją?
2. Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? – Klientų analizė
3. Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti – konkurentų analizė
4. Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką! – rinkodara
5. Be pradinio kapitalo- nė žingsnio! – Finansavimo gavimas
6. Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator- Pitch)

Vykdamt projektą, simuliuojamas realus ir išsamus pasiruošimas verslo kūrimui. Atliekant *verslo kūrimo užduotis*, pirmiausiai sugalvojama verslo idėja. Ji su kiekviena užduotimi plėtojama toliau iki vis sudėtingesnio *verslo plano*. Dalyviai analizuoja, pavyzdžiui, potencialių klientų poreikius ir norą mokėti bei konkurentų siūlomų produktų plusus ir minusus rinkoje. Jie tikrina finansų rinką ir kuria konkrečias rinkodaros priemones. Taip išnagrinėjamos pagrindinės profesionalaus *verslo plano* dalys ir pabaigoje *verslo modelis* pristatomas potencialiems investuotojams. Tai yra verslumo potencialo analizės kulminacija.

Atliekant šias užduotis grupės lieka tos pačios (→*paskirstymo planas*).

Moderatorius užduotis pristato jau per *dalyvių susitikimą*, trumpai paaiškina turinį ir metodus. Jas rekomenduojama atlikti savarankiškai *mažose grupėse* (po 6 dalyvius). Talentų ieškotojai dalyvius stebi tik dirbančius grupėse, tačiau niekada per dalyvių susitikimus.

Rekomenduojama literatūra:

Kollmann, Tobias (Hrsg.) (2009): Gabler Kompakt-Lexikon Unternehmensgründung, 2. Auflage, Wiesbaden.

Informacija moderatoriui

4.1 Kaip rasti verslo idėją?

Dalyviai susiduria su pirmu savo iššūkiu: suskirstyti į grupes privalo rasti vieną „uždegančią“ verslo idėją. Taip pasideda kūrybingas ieškojimo procesas. Jūs, kaip moderatorius, negalite nei numatyti rezultatų, nei mėginti nukreipti grupes kita linkme. Atkreipkite dalyvių dėmesį, kad verslo idėja turi būti legali. Kitokių apribojimų kol kas nėra. Dalyviai gali sugalvoti ką tik nori.

Atliekant šią užduotį nenustatykite dalyviams jokių apribojimų, nes jiems reikia galimybės be baimės atsiskleisti. Užduoties principas- kiekviena idėja sveikintina! Tačiau dalyviai gauna aiškius nurodymus, kad būtų užtikrintas ne tik *kūrybiškumas*, bet ir *produktyvumas*. Bet Jūs neturite nuolat vadovauti grupei. Be to, dalyviai gauna naudingų patarimų dėl skirtingų idėjų variantų. Taip dalyviai gali panaudoti patarimus savo įkvėpimui.

Trijuose grupių darbo etapuose dalyviai dirba skirtingais metodais:

- 1 etapas: pasitelkiant *minčių lietu* raštu (angl. Brainstorming) renkamos idėjos.
- 2 etapas: Idėjos įvertinamos pasitelkiant paprastą *vertinimo balais metodą*.
- 3 etapas: Pasirinktos idėjos įvertinamos pagal *reitingą*, remiantis pačių nustatytais kriterijais. Galiausiai pasirenkama idėja, kuri žada didžiausią verslo sėkmę.

Grupės, turėdamos savo darbo rezultatus, vėl susirenka. Čia kiekviena grupė trumpai pristato savo verslo idėją, tačiau diskusija vykti neturėtų. Vietoje to, pereikite prie kitos užduoties- *klientų analizės*. Jei užduotis bus ne iš karto, trumpai ją apžvelkite.

Priemonių sąrašas (kiekvienam darbo grupių kambariui):

- 1 skelbimų lenta
- Smeigtukai
- mažiausiai 30 kortelių
- 6 permanentiniai žymekliai
- 6 x 3 = 18 lipnių lapelių

Trukmė: 45 minutės

T **Užduotis: Kaip rasti verslo idėją?**
Metodai: Minčių lietus, balai, vertinimas
Trukmė: 45 minutės

Nurodykite dalyviams įsivaizduoti situaciją: „Jūs susitinkate su kitais, norinčiais kuri verslą, ir esate pasiryžę steigti įmonę. Jums tetrūksta genialios verslo idėjos, padrašinančios žengti šį žingsnį. Tačiau tai galima pakeisti: susivienykite ties viena verslo idėja!“

- 1 etapas: Atliekant minčių lietu raštu, renkamos idėjos.
- 2 etapas: Jūs įvertinate idėjas, pasitelkdami vertinimo balais metodą.
- 3 etapas: Pasirinktas idėjas įvertinate pagal paprasčiausią reitingą.

Galiausiai dalyviai pasirenka verslo idėją, kuri žada didžiausią verslo sėkmę.

Stebimos savybės

		Asmenys, turintys šią savybę, ...
P 4	Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus	problemas suvokia kaip iššūkius. Jie mielai pasirenka neįprastas užduotis ir turimas žinias panaudoja naujose situacijose.
K 2	Gebėjimas vertinti alternatyvius veiksmus	geba įvertinti pateiktų alternatyvų galimas pasekmes. Lygina savo veiksmų galimybes, kad nustatytų geriausias. Pavyzdžiui, įvertina įvairių verslo modelių plusus ir minusus, galimybes ir riziką.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyviai...

- kuria verslo idėjas.
- aiškinasi apie verslo idėją (pvz., įgyvendinimo galimybes, teisėtumas).
- panaudoja žinias iš kitų sričių, norėdamas rasti ir patikrinti idėją.
- nustato tam tikrus kriterijus, kad galėtų įvertinti verslo idėją.
- remdamasis kriterijais įvertina verslo idėją.
- priima pagrįstus sprendimus už arba prieš verslo idėją.

Kaip rasti verslo idėją?

Jūs susitinkate su kitais, norinčiais kuri verslą, ir esate pasiryžę steigti įmonę. Jums tetrūksta genialios verslo idėjos, padrašinančios žengti šį žingsnį. Tačiau tai galima pakeisti: susivienykite ties viena verslo idėja!

Darbo etapai:

- 1 Kiekvienas užrašo **3- 5 verslo idėjas**. Ant vienos kortelės- viena verslo idėja! Tegul Jus įkvepia skirtingos verslo idėjos (→M 1). Leiskite atsiskleisti Jūsų kūrybiškumui. Kiekviena idėja sveikintina!
- 2 Korteles prisekite prie skelbimų lentos. Pasikartojančias idėjas nuimkite. Sugalvokite **klausimų apie verslo idėjas** kitiems dalyviams ir laukite, kol bus prisegtos visos kortelės.
- 3 Kiekvienas gauna **tris lipnius lapelius**. Priklijuokite lapelius prie tų idėjų, kurios Jums patiko labiausiai. Tarp jų gali būti ir Jūsų idėja. Visus lapelius galite skirti ir vienai idėjai! Būkite sąžiningi!
- 4 Tris daugiausiai lapelių surinkusias idėjas įrašykite į **lentelę** (→M 2). Jei idėjos surinko vienodą skaičių taškų, balsuokite.
- 5 Grupėje sugalvokite **tris kriterijus**, pagal kuriuos patikrintumėte, kiek pasirinkta idėja perspektyvi. Kriterijus užrašykite M 2 lentelėje.
- 6 Kaip idėja atitinka tam tikrą kriterijų? Pirmiausiai individualiai **įvertinkite**: ++ / + arba - / --. Galiausiai savo įvertinimus aptarkite grupėje.
- 7 Kuri idėja galėtų tapti sėkmingu verslu? Grupėje **išsirinkite** vieną idėją, kurią norėtumėte plėtoti toliau!

Trukmė: 45 minutės

M 1 Originali verslo idėja- tokia vienintelė!

<i>Daug kelių veda link naujos idėjos</i>		<i>Pavyzdys</i>
<i>Pritaikymas</i>	Idėjos perkeliamos į kitas sritis ir atitinkamai pritaikomos.	Vokietijoje atidarytas prancūziškų restoranų tinklas ir pritaikytas pagal vokiečių mitybos įpročius.
<i>Pomėgis</i>	Pomėgis tampa profesija.	Aistringa jorkikė įkūria žirgyną.
<i>Pašalinimas</i>	Dalis produkto pašalinama, siekiant padidinti naudą.	Mobilieji telefonai su mažiau funkcijų ir mygtukų.
<i>Sujungimas</i>	Idėjos, daiktai, verslo modeliai ir t.t. sujungiami.	Saulės kolektorius ant rankinės, kad tiektų srovę mobiliojo telefono krovikliui.
<i>Naudos pakeitimas</i>	Kas nors atlieka naują funkciją.	Iš PET butelių gaminamos kuprinės.
<i>Problemų sprendimas</i>	Naujomis idėjomis išsprendžiamos problemos.	Apyrankė su grioveliu apsaugo, kad pirkinį maišelis neįsirėžtų į ranką.
<i>Panudojimas dar kartą</i>	Daiktai patikrinami ir panaudojami dar kartą.	Vertingos atliekos parduodamos, užuot mokėjus už jų išvežimą.
<i>Pakeitimas</i>	Vienas produkto elementas pakeičiamas kitu.	Gaminant baldus medienos drožlių plokštė pakeičiama makulatūra.

M 2 Įvertinkite pasirinktas idėjas! Kiek idėja atitinka kriterijų?

	1 idėja	2 idėja	3 idėja

1 kriterijus			
2 kriterijus			
3 kriterijus			

Remkitės šia **vertinimo skale**: ++ / + ir - / --

Užduotis: Kaip rasti verslo idėją?

Stebima savybė: P 4 Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
kuria verslo idėjas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
aiškinasi apie verslo idėją (pvz., įgyvendinimo galimybes, teisėtumas).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
panaudoja žinias iš kitų sričių, norėdamas rasti ir patikrinti idėją.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Kaip rasti verslo idėją?

Stebima savybė: K 2 Gebėjimas vertinti alternatyvius veiksmus

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
nustato tam tikrus kriterijus, kad galėtų patikrinti verslo idėją.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
remdamasis kriterijais įvertina verslo idėją.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
priima pagrįstus sprendimus už arba prieš verslo idėją.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.1.1 Klientų analizė

Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų?

Šiai užduočiai nereikia jokio ilgo turinio įvado. Išdalinkite užduočių lapus, tegul dalyviai perkaito užduotis ir užduoda klausimų.

Pirmiausiai dalyviai nustato tikslinę grupę- savo potencialius klientus. Tai gali būti galutiniai vartotojai (privatūs asmenys arba įmonės), taip pat ir didmenininkai ir mažmenininkai. Tada dalyviai išsiaiškina, kokią svarbią informaciją apie tikslinę grupę norėtų gauti, pasitelkdami *interneto paieškas*. Pavyzdžiui: tikslinės grupės dydis, perkamoji galia, demografija, paklausa.

Tik dalyviams paprašius, turėtumėte pasidalinti šiomis interneto nuorodomis:

<https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>

<http://de.statista.com/>

<http://www.gfk.com/de/branchen/Seiten/default.aspx>

Atlikę paieškas internete, dalyviai susistamina rezultatus. Atsižvelgdami į rezultatus jie sugalvoja konkrečių *rinkos tyrimo priemonių*, kad sužinotų apie klientų ypatybes. Tai gali būti, pavyzdžiui, klientų apklausa telefonu.

Atlikę užduotis grupėse, dalyviai vėl susirenka. Pereikite prie kitos užduoties: *konkurentų analizė*. Jei užduotis bus ne iš karto, padarykite trumpą apžvalgą.

Priemonių sąrašas (kiekvienos grupės darbo patalpai):

- 1 skelbimų lenta
- Smeigtukai
- 6 permanentiniai žymekliai
- Kortelės
- Mažiausiai 1 kompiuteris su interneto prieiga arba kompiuterių klasė
- 1-2 ekonomikos žodynai

Pastaba: Atliekant interneto paieškas, jei yra galimybė, pasirūpinkite, kad kiekvienoje darbo patalpoje būtų vienas arba dar geriau- du ar trys nešiojami kompiuteriai. Arba šią užduotį atlikite kompiuterių klasėje. Atkreipkite dėmesį, kad kai kurios interneto svetainės nebūtų užblokuotos.

Trukmė: 90 minučių

T

Užduotis: Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų?–
Klientų analizė

Metodai: Grupių diskusijos, paieška internete

Trukmė: 90 minučių

Dalyviai pirmiausiai nustato tikslinę grupę- savo potencialius klientus.

Tada išsiaiškina, kokią svarbią informaciją apie tikslinę grupę norėtų gauti, pasitelkdami interneto paieškas.

Atlikę užduotį, dalyviai susistemina rezultatus. Atsižvelgdami į rezultatus, sugalvoja konkrečių rinkos tyrimo priemonių, kad sužinotų apie klientų ypatybes.

Stebimos savybės

		Asmenys, turintys šią savybę, ...
P 3	Atkaklumas	siekia savo tikslų bei stengiasi patenkinti poreikius. Šiai savybei apibūdinti tinkantys būdvardžiai: užsispyręs, pasitikintis, nuoseklus, reiklus pasiryžęs kovoti.
K 5	Gebėjimas analizuoti rinką	nuolat analizuoja skirtingas rinkas ekonominiu požiūriu ir geba analizuoti paklausą, pirkėjus (pavyzdžiui, perkamąją galią), kainas, kliūtis patekti į rinką, atsižvelgdamas į įmonės steigimo planus.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis...

- skirsto užduotį.
- įgyvendina savo idėjas ir pasiūlymus.
- esant pagrįstiems prieštaravimams, gali atsisakyti savo nuomonės.
- analizuoja klientus pagal tam tikrus požymius (pavyzdžiui, perkamoji galia).
- įvertina internete atliktų paieškų rezultatus.
- sugalvoja būdą, kaip ištirti klientų charakteristikas (pavyzdžiui, poreikius).

Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? – Klientų analizė

Klientai nulemia, ar prekė/paslauga bus paklausi rinkoje, todėl verslininkui labai svarbu pažinti savo klientus.

Pradedantieji verslininkai pirmiausiai turi išsiaiškinti, kas apskritai bus jo verslo idėjos potencialūs klientai. Rinkodaros ekspertai tai vadina *tikslinė grupe*.

Įmonės dažnai daug pinigų investuoja į rinkos tyrimus, kad kuo daugiau sužinotų apie savo klientus. Jos atlieka apklausas ir statistinius tyrimus, tačiau daug informacijos ir statistinių duomenų apie galutinius vartotojus laisvai prieinami internete. Tereikia jais pasinaudoti.

Dabar Jūsų užduotis nustatyti ir ištirti savo klientus!

Užduotis:

1. Nustatykite savo **tikslinę grupę** kaip įmanoma konkrečiau: kam tiksliai norite parduoti savo produktą?
Pavyzdys:
 - netiksliai nustatyta tikslinė grupė: paaugliai
 - tiksliai nustatyta tikslinė grupė: paaugliai, lankantys sporto klubą
2. Išsiaiškinkite, ką norite žinoti apie savo klientus. Parenkite atitinkamus **klausimus** internetinei paieškai.
3. Raskite informacijos apie klientus **internete**. Čia rasite su beveik kiekviena tikslinė grupe susijusios statistikos ir tyrimų.
4. Per **grupių pokalbius** praneškite apie savo paieškos rezultatus.
5. Ant lentos užrašykite raktinius žodžius, susijusius su svarbiausia klientų analizės **informacija**.
6. Sugalvokite konkrečių **rinkos tyrimo priemonių**, kad geriau pažintumėte ir ištirtumėte savo klientus.

Trukmė: 90 minučių

Užduotis: Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? Klientų analizė

Stebima savybė: P 3 Atkaklumas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
skirsto užduotis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
įgyvendina savo idėjas ir pasiūlymus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
esant pagrįstiems prieštaravimams, gali atsisakyti savo nuomonės.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? Klientų analizė

Stebima savybė: K 5 Gebėjimas analizuoti rinką

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
analizuoja klientus pagal konkrečius požymius (pavyzdžiui, perkamoji galia).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
įvertina internete atliktų paieškų rezultatus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
sugalvoja būdų, kaip ištirti klientų charakteristikas (pavyzdžiui, poreikius).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.1.2 Konkurentų analizė

Šiame skyriuje kalbama apie *konkurentus*. Kol ieškote klientų, nuo konkurentų norisi laikytis kuo toliau, tačiau juos būtina pažinti! Iš esmės, procesas toks pat, kaip ir prieš tai. Nors darbo metodai tie patys, talentų ieškotojai turi *stebėti kitas savybes*.

Dalyviai nustato konkurentus ir įvardina įmonių pavadinimus. Tai gali būti ne tik tiesioginiai konkurentai, siūlantys tokius pat arba labai panašius produktus, bet ir pakaitalus siūlantys tiekėjai. Atlikdami *paiešką internete*, dalyviai turi koncentruotis ties dviem „aršiausiai“ konkurentais. Prieš tai dalyviai nustato tam tikras *kategorijas*, kad konkurenciją būtų galima tirti sistemingai. Remdamiesi kategorijomis, jie turi sugalvoti *paieškos klausimus*, kad tai nebūtų tik atsitiktinai rastos informacijos rinkimas. Atlikę svarbios informacijos paieškas internete, dalyviai gautus rezultatus susistemina.

Galiausiai dalyviai apibrėžia savo stipriąsias ir silpnąsias puses. Pasiruošę diskutuoja, kuo jų įmonė ir idėja skiriasi nuo konkurentų, kaip būti kitokiems ir kodėl įmonė turi realius šansus būti sėkminga rinkoje.

Atlikusios užduotis, grupės vėl susirenka. Pereikite prie kitos užduoties- *rinkodaros*. Jei užduotis bus ne iš karto, pateikite trumpą užduoties apžvalgą.

Priemonių sąrašas (kiekvienos grupės darbo patalpai):

- 1 skelbimų lenta
- Smeigtukai
- Kortelės
- 6 permanentiniai žymekliai
- Mažiausiai 1 kompiuteris su interneto prieiga arba kompiuterių klasė
- 1-2 ekonomikos žodynai

Pastaba: Atliekant interneto paieškas, jei yra galimybė, pasirūpinkite, kad kiekvienoje darbo patalpoje būtų vienas arba dar geriau- du ar trys nešiojami kompiuteriai. Arba šią užduotį atlikite kompiuterių klasėje. Atkreipkite dėmesį, kad kai kurios interneto svetainės nebūtų užblokuotos.

Trukmė: 90 minučių

T

Užduotis: Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti– konkurentų analizė

Metodai: Grupių diskusijos, paieška internete

Trukmė: 90 minučių

Dalyviai nustato savo konkurentus ir įvardina įmonių pavadinimus. Atlikdami *paieškas internete*, koncentruojasi ties dviem „aršiausiais“ savo konkurentais. Prieš tai dalyviai nustato tam tikras *kategorijas*, kad konkurencija būtų tiriama sistemingai. Remdamiesi kategorijomis jie sugalvoja *paieškos klausimus*. Galiausiai gautus rezultatus susistemina.

Dalyviai apibrėžia savo verslo idėjos stipriąsias ir silpnąsias puses. Pasiruošę diskutuoja, kuo jų įmonė ir idėja skiriasi nuo konkurentų, kaip būti kitokiems ir kodėl įmonė turi realius šansus būti sėkminga rinkoje.

Stebimos savybės

K 1	Gebėjimas analizuoti situacijas	Asmenys, turintys šią savybę ... gali skirtingose situacijose aiškiai įvardinti savo tikslus, išbandyti savo galimybes ir analizuoti ribojančius veiksnius. Atsižvelgdami į įmonės steigimo planus, gali nustatyti reikalavimus, poreikį keistis ar apribojimus pradedančiajam verslininkui.
K 3	Gebėjimas analizuoti poreikius	gali nustatyti, kokie poreikiai sutampa su partnerių ir kokie jiems prieštarauja, pavyzdžiui, bendradarbiaujant su bankais, tiekėjais, klientais. Verslo santykiuose siekia abiem pusėms palankių (angl. win-win) situacijų. Suvokia, kokie interesų konfliktai gali užkirsti kelią verslo santykiams arba juos apsunkinti.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis...

- analizuoja konkurentus, ypač jų produktus, pagal tam tikras kategorijas.
- formuluoja klausimus, kad kuo daugiau sužinotų apie konkurentus.
- analizuoja konkurentų tikslus, strategijas ir veiksmus.
- nustato konkurentų interesus.
- nustato verslo plano ir startuolio silpnąsias ir stipriąsias puses.
- patikrina, ar kitų poreikiai suderinami ar nesuderinami su savais poreikiais.

Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti – konkurentų analizė

Kiekvienai įmonei svarbu žinoti, kas rinkoje jos konkurentai. Ypač reikia stebėti didžiausius savo konkurentus.

Jūs ir konkurentai siekiate tų pačių klientų. Klientams svarbu, kuo siūlomi produktai (prekės arba paslaugos) skiriasi, pavyzdžiui, kokybe ar kaina.

Kiekviena įmonė turi savo stipriąsias ir silpnąsias puses. Jūsų įmonė taip pat! Jūsų stipriosios pusės silpnina konkurenciją, o Jūsų silpnosiomis pusėmis naudojasi konkurentai.

Sužinokite, kaip gerai esate pasiruošę konkuruoti su pačiais didžiausiais savo konkurentais!

Užduotis:

1. Įvardykite du didžiausius savo **konkurentus**.
2. Grupėse išsiaiškinkite, ką turėtumėte apie juos žinoti. Pagal tai suformuluokite **klausimus**, kad pasiruoštumėte tyrimui. (→M 1)
3. Suraskite internete informacijos ir raštu atsakykite į klausimus (Nr. 2). Pakaks raktinių žodžių. (→M 1)
4. Naudodamiesi raktiniais žodžiais, įvardinkite savo verslo plano **stipriąsias ir silpnąsias puses**. (→M 2)
5. Grupėse padiskutuokite: Kuo **skiriasi** Jūsų verslo idėja nuo konkurentų? Kodėl mūsų įmonė turi **galimybių** rinkoje?

Trukmė: 90 minučių

M 1 Dviejų didžiausių konkurentų apžvalga

Klausimai	Konkurentų įmonės pavadinimas	
	Įmonė A	Įmonė B
<p>Kokias prekes ar paslaugas siūlo įmonė?</p> <p>- Kuo produktai panašūs ir kuo skiriasi nuo mūsų produkto?</p>		
<p>Kokia jų rinkodaros strategija?</p> <p>Pavyzdžiui:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aukšta kokybė ar - žema kaina? 		

M 2 Stipriosios ir silpnosios pusės

Įvardinkite savo stipriąsias ir silpnąsias puses ir paaiškinkite. Rašykite tik raktinius žodžius.

Mūsų stipriosios pusės	Mūsų silpnosios pusės

Užduotis: Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti– konkurentų analizė

Stebima savybė: K 1 Gebėjimas analizuoti situacijas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
analizuoja konkurentus, ypač jų produktus, pagal tam tikras kategorijas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
formuluoja klausimus, kad kuo daugiau sužinotų apie konkurentus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja konkurentų tikslus, strategijas ir veiksmus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti- konkurentų analizė

Stebima savybė: K 3 Gebėjimas analizuoti poreikius

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
nustato konkurentų poreikius.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
nustato verslo plano ir startuolio silpnąsias ir stipriąsias puses.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
patikrina, ar kitų poreikiai suderinami ar nesuderinami su savais poreikiais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.1.3 Rinkodara

„Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką! – Rinkodara“ kalbama apie rinkodaros kompleksą.

Ne specialistai terminą *rinkodara* vartoja kaip *reklamos* sinonimą. Tačiau jis reiškia daug daugiau- *į rinką orientuotą įmonės valdymą*. Orientavimasis į rinką šiandieninėje vartotojų rinkoje yra svarbesnis nei bet kada. Atsižvelgiant į rinką, priimami labai svarbūs *strateginiai* sprendimai. Atlikus konkurentų analizę projekto dalyviams galbūt pavyko nustatyti konkurentų *rinkodaros strategijas*. Tuomet jie gali pasinaudoti tokia pat arba panašia strategija. Tačiau rinkodara- tai ir konkretus *operatyvių* veiksmų parengimas.

Rinkodaros strategijos ir priemonės turi būti suderintos. Tai reikalauja nuoseklių sprendimų: ar bus pasirinktas aukštos kokybės produktas ar produktas už žemą kainą? Ar dalyviai atkreipia dėmesį į tokius prieštaravimus? Ar galima jų išvengti?

Kadangi visas rinkodaros kompleksas labai platus, dalyviai pasirenka du elementus ir juos nagrinėja. Šiuos du elementus jie perkelia į savo verslo planą ir apgalvoja konkrečias priemones.

Patirtis parodė, kad dalyviai, atlikdami šią užduotį, pirmiausiai pageidauja dar šiek tiek informacijos paieškoti internete. Pasirūpinkite, kad grupių darbo patalpose būtų kompiuteris su interneto prieiga. Atlikdami šią užduotį dalyviai būna labai kūrybingi ir pasidaryti pirmuosius planus. Paruoškite tam reikalingų priemonių.

Atlikę užduotį, dalyviai vėl susirenka. Pereikite prie kitos užduoties- *finansavimo gavimo*. Jei užduotis bus ne iš karto, pateikite trumpą jos apžvalgą.

Priemonių sąrašas (kiekvienos grupės darbo patalpai):

- 1 skelbimų lenta
- Smeigtukai
- Korteles
- 6 permanentiniai žymekliai
- Mažiausiai 1 kompiuteris su interneto prieiga arba kompiuterių klasė
- 1-2 ekonomikos žodynai
- Kanceliarinės priemonės: žirkklės, klėjai, kartonas, pieštukai

Pastaba: Pasirūpinkite, kad kiekvienoje darbo patalpoje būtų po nešiojamą kompiuterį.

Trukmė: 90 minučių

T

Užduotis: Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką! – Rinkodara

Metodai: Darbas grupėse, paieška internete

Trukmė: 90 minučių

Pirmiausiai dalyviai perskaito rinkodaros komplekso priemones. Tada nagrinėti pasirenka du elementus. Rinkodaros kompleksą perkelia į savo verslo planą ir sugalvoja dvi konkrečias rinkodaros priemones.

Stebimos savybės

		Asmenys, turintys šią savybę, ...
K 2	Gebėjimas analizuoti alternatyvius veiksmus	geba įvertinti pateiktų alternatyvų galimas pasekmes. Lygina savo veiksmų galimybes, kad nustatytų geriausias. Pavyzdžiui, įvertina įvairių verslo modelių silpnybes ir silpnybes, galimybes ir grėsmes.
K 5	Gebėjimas analizuoti rinką	gali analizuoti skirtingas rinkas ekonominiu požiūriu bei analizuoja paklausą, pirkėjus (pavyzdžiui, perkamąją galią), kainas, kliūtis patekti į rinką, atsižvelgdamas į verslo kūrimo planus.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis...

- iš anksto numato galimas sprendimų pasekmes rinkodaroje.
- įvertina rinkodaros priemones, pavyzdžiui, jų teisėtumą, plusus ir minusus.
- pagrįstai apsisprendžia už arba prieš tam tikras rinkodaros priemones.
- nustato verslo sėkmę slopinančius ir skatinančius rinkos veiksnius.
- analizuoja rinką (pasiūla ir paklausa), atsižvelgdamas į rinkodarą.
- analizuoja tinkamą rinką verslo idėjai pagal tam tikrus kriterijus.

Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką! – Rinkodara

Kaip parduosiu savo produktą ar paslaugą? Kad atsakytumėte į šį klausimą, turite priimti keletą sprendimų:

- Kokią kainą turėtume nustatyti, kad neprarastume klientų noro mokėti? Ar reikėtų pasiūlyti nuolaidų? Ar suteiksime nuolaidų verslo pradžioje? ...
- Kaip turėtų atrodyti produktas? Kokios produkto kokybės turime siekti? ...
- Kaip ir kur parduosime produktus? Kokiais būdais pasieksime klientus? ...
- Kaip atkreipsime klientų dėmesį į produktą? Kaip jį reklamuosime? ...

Atsakymai į šiuos (pavyzdinius) klausimus turi būti aptarti, kad pabaigoje būtų paruošta bendra verslo strategija. Kainos, produkto, paskirstymo ir rėmimo sąveika vadinama rinkodaros kompleksu.

Užduotis:

1. Pirmiausiai perskaitykite trumpą informaciją apie rinkodaros kompleksą ir pasižymėkite arba užsirašykite esminius dalykus.
2. Grupėje pasirinkite du rinkodaros komplekso elementus, kuriuos norėtumėte pritaikyti savo verslo idėjai.
3. Išnagrinėkite šiuos aspektus:
 - a. Kokią įtaką verslo planui turi Jūsų sprendimai?
 - b. Kokių privalumų ir trūkumų rinkodaroje turi individualūs sprendimai? Kokios pasekmės?

Ar yra kokių nors kitų aspektų, į kuriuos reikia atkreipti dėmesį?

4. Kartu sugalvokite konkrečių rinkodaros priemonių, geriausiai padedančių parduoti Jūsų prekę ar paslaugą.

Trukmė: 90 minučių

Kainų politika

Kainų diferenciacija-

sprendimai dėl pirkimo ir pardavimo kainų skirstymo bei nustatymo.

Tai apima ne tik į išlaidas orientuotus skaičiavimus, bet ir ilgalaikės kainodaros strategijos nustatymą, kainų diferenciaciją, siūlomų kainų suderinimą, atsižvelgiant į asortimentą (prekių asortimento politika), taip pat kainų nustatymo priemones, patenkančias ir į kitas rinkodaros sritis (sąlygų politika). Įmonės kainų politika negali būti atskirta nuo produktų politikos, nes rinkos sėkmei kainos ir kokybės santykis labai svarbus.

Svarbūs aspektai- kaina ir likvidumo situacija, tam tikro pasiūlymo patrauklumas ir konkurencija rinkoje. Čia sujungiami kainų nustatymo (pvz., kainų apatinės ribos nustatymas) bei į rinką ir konkurenciją orientuoti metodai (pvz., ar reikia žemomis kainomis iš rinkos išstumti konkurentus ir padidinti savo rinkos dalį?).

Jei verslininkas tokiu pat būdu parduoda produktą skirtingomis kainomis, kalbama apie kainų diferenciaciją; priežastys gali būti įvairios: skirtingos rinkos (šalyje ir užsienyje), kainų priklausymas nuo sezono (žiema, vasara), kainų diferenciacija esant tam tikram pardavimų kiekiui (įvairios nuolaidos).

Duden Wirtschaft von A bis Z: Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag. 5. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut 2013. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische

Produkto politika

Produkto kūrimas, (produkto inovatyvumas), (produktų diferenciacija), (produktų variacija), (produkto eliminavimas), programų valdymas, produktų valdymas-

pagrindinė rinkodaros dalis, susijusi su optimaliu produkto savybių bei su produktu susijusių paslaugų kūrimu ir derinimu bei produkto buvimu rinkoje. *Produktų kūrimui* priskiriama funkcijų ir parametrų nustatymas, įskaitant medžiagos kokybę, galiojimo trukmę, ekonomiškumą, perdirbimą (produkto vertė), taip klientų aptarnavimą, pakuotės kūrimą, produkto dizainą, prekės ženklą (pridėtinė vertė).

Atsižvelgiant į produkto buvimą rinkoje, sprendimai priimami: 1) kuriant ir įvedant naujų produktų (*produkto inovatyvumas*); 2) esamą produktą pakeičiant (*produkto diferenciacija*) į papildomai siūlomus produkto variantus (*produktų variacija*), kuriais išplečiami įmonės produktai ir asortimentas; 3) išimant produktą iš asortimento (*produkto eliminavimas*).

Organizaciniu požiūriu dažnai vyksta pagrindinių programų valdymas- produktų politika ir produktų valdymas, kurie atsakingi už pavienius produktus arba produktų grupes.

Duden Wirtschaft von A bis Z: Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag. 5. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut 2013. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2013.

Rėmimas

tai reklamos, pardavimų skatinimo, ryšių su visuomene (angl. Public Relations) ir asmeninio pardavimo (angl. Personal Selling) rinkodaros priemonės.

Reklama

Reklamos priemonės, viešinimo priemonės, asmeninė/individuali rinkodara, kolektyvinė rinkodara, masinė rinkodara, tiesioginė rinkodara

- rinkodaroje rėminimo elementai, šalia pardavimų skatinimo, ryšių su visuomene ir asmeninio pardavimo. Reklama atlieka tam tikras funkcijas: 1) pranešimo funkcija, atkreipianti dėmesį į produktą, paslaugą ar idėją; 2) informavimo funkcija, kai nurodomos produkto savybės, naudojimas, kokybė, kaina; 3) įtaigos funkcija, nes reklama per tokius elementus, kaip spalvos, vaizdai, muzika, išlaisvina emocijas, ir sudaro įspūdį, kad reklamuojamas objektas padės priartėti prie savo svajonių tikslo; 4) įvaizdžio funkcija, kai reklama objektą pristato taip, kad jis teigiamomis savybėmis skirtųsi nuo konkurentų produkto; 5) priminimo funkcija, nes pasikartojantys reklaminiai pranešimai daro poveikį atsiminimui ir mokymosi procesui, susijusiam su reklamuojamu objektu.

Tokiai kontroliuojamai įtakos žmonėms formai pasitelkiamos reklamos priemonės (skelbimai, nuotraukos, prekių mėginiai, laikraščiai, radijas, televizija, reklamos skelbimų lentos), kuriomis siekiama padidinti prekių ir paslaugų pardavimus, išlaikyti esamus klientus ir įgyti naujų bei pasiūlyti naujų prekių ir paslaugų.

Pasitelkdama *asmeninę/individualią rinkodarą*, įmonė reklamuoja tik savo produktą; esant *kolektyvinei rinkodarai*, kelios įmonės kartu reklamuoja savo produktą («Milch machts»), kur įmonės lieka anonimiškos arba asmenys įvardijami, kaip ir kolektyvinėje rinkodaroje (automobilių prekybininkai kartu reklamuoja automobilio markę). Pagal kreipinį išskiriama *masinė rinkodara*, kuri skirta didesnei žmonių grupei ir *tiesioginė rinkodara*, skirta konkrečiam asmeniui.

Duden Wirtschaft von A bis Z: Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag. 5. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut 2013. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2013.

Paskirstymas

tai rinkodaros dalis, apimanti visus sprendimus ir priemones, kurios susijusios užsakymais bei pagamintų prekių paskirstymu (angl. Distribution) ir kuri yra platinimo ir logistikos užduotis, kad produktas iš gamintojo nukeliautų pas vartotoją. Tai apima ir sprendimus dėl išorės pardavimų (pvz. centralizuoti pardavimai per pardavimų skyrių arba necentralizuoti pardavimai per kelias platinimo sistemas arba prekybos atstovus), kaip ir sprendimus dėl vidaus pardavimų, t.y. įmonės pardavimų struktūra, pvz., pagal produktų grupes (orientuota į produktus) arba vartotojų grupes (orientuota į klientus).

Duden Wirtschaft von A bis Z: Grundlagenwissen für Schule und Studium, Beruf und Alltag. 5. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut 2013. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2013.

Užduotis: Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką! – Rinkodara

Stebima savybė: K 2 Gebėjimas analizuoti alternatyvius veiksmus

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
iš anksto numato galimas sprendimų rinkoje pasekmes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
įvertina rinkodaros priemones, pavyzdžiui, jų teisėtumą, plusus ir minusus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
pagrįstai apsisprendžia už arba prieš tam tikras rinkodaros priemones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus- veržtis į rinką! – Rinkodara

Stebima savybė: K 5 Gebėjimas analizuoti rinką

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
nustato verslo sėkmę slopinančius ir skatinančius rinkos veiksnius.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja rinką (pasiūla ir paklausa), atsižvelgdamas į rinką.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja tinkamą rinką verslo idėjai pagal tam tikrus kriterijus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.1.4 Finansavimo gavimas

Dalyvių verslo idėjos tikriausiai bus labai skirtingos. Taip pat ir kapitalo dydis, kurio prireiks idėjoms realizuoti. Jo skaičiavimas labai sudėtingas, todėl to dalyviams daryti nereikės. Kad būtų paprasčiau, grupių verslo pradžia numatoma vienodas kapitalas. Dalyviai turi jį padengti, pasinaudodami savo arba skolintu kapitalu.

Dalyviai domisi įprastomis finansavimo galimybėmis, pradedant specialiais bankų kreditais verslo pradžia ir baigiant rizikos kapitalu ar verslo angelų investicijomis. Jie ne tik įvairių privalumų, bet ir trūkumų bei gali būti konfliktų priežastimi su investuotojais. Dalyviai priima pagrįstus sprendimus dėl finansavimo galimybių, kurios labiausiai tinka jų verslo planui.

Kaip įprasta, užduotį pradėkite dalyvių susirinkimu. Atkreipkite dėmesį, kad kiekvienam pradedančiajam verslininkui reikia skirtingo dydžio kapitalo. Paklauskite dalyvių, kokių išlaidų įprastai reikia verslui bei jo pradžia ir atsakymus užsirašykite. Tada paaiškinkite ir išdalinkite užduotis.

Informacija, kurią rasite internetinėse nuorodose, yra pakankamai išsami. Pradedantieji verslininkai visuomet susiduria su daug išsamos informacijos, kurią turi susisteminti. Jie privalo greitai apžvelgti informaciją, o dažnai į atitinkamą dalyką įsigilinti ir labiau. Su šiuo reikalavimu susiduria ir projekto dalyviai. Gali būti, kad dalyviai supras ne viską, kas parašyta. Tokiu atveju jie patys turėtų susirasti paaiškinimus internete. Lygiai taip pat yra ir tikrovėje – nedaug pradedančiųjų verslininkų turi tokių žinių ir patirties.

Atlikusios užduotis, grupės vėl susirenka. Pereikite prie kitos užduoties – *trumpo verslo idėjos pristatymo*. Jei užduotis bus ne iš karto, pateikite trumpą užduoties apžvalgą.

Priemonių sąrašas (kiekvienai grupės darbo patalpai):

- 1 skelbimų lenta
- Smeigtukai
- Kortelės
- 6 permanentiniai žymekliai
- Mažiausiai 1 kompiuteris su interneto prieiga arba kompiuterių klasė
- 1-2 ekonomikos žodynai

Pastaba: Atliekant paieškas internete, jei yra galimybė, pasirūpinkite, kad kiekvienoje darbo patalpoje būtų vienas arba dar geriau- du ar trys nešiojami kompiuteriai. Arba šią užduotį atlikite kompiuterių klasėje. Atkreipkite dėmesį, kad kai kurios interneto svetainės nebūtų užblokuotos.

Trukmė: 90 minučių

T	Užduotis:	Be pradinio kapitalo nė žingsnio! – Kapitalo gavimas
	Metodai:	Grupių diskusijos, paieškos internete
	Trukmė:	90 minučių

Grupių verslo pradžia nurodomas vienodas kapitalas. Dalyviai turi jį padengti, pasinaudodami savo arba skolintu kapitalu.

Dalyviai domisi įprastomis finansavimo galimybėmis. Čia jie gauna nurodymus, kur gali rasti reikiamos informacijos. Reikalingos informacijos dalyviai savarankiškai susiranda internete arba ekonomikos žodyne.

Dalyviai priima pagrįstus sprendimus dėl finansavimo galimybių, labiausiai tinkančių jų verslo planui.

Stebimos savybės

K 1	Gebėjimas analizuoti situacijas	Asmenys, turintys šias savybes, ... gali skirtingose situacijose aiškiai įvardinti savo tikslus, išbandyti savo galimybes ir analizuoti ribojančius veiksnius. Atsižvelgdami į įmonės steigimo planus, gali nustatyti reikalavimus, poreikį keistis ar apribojimus pradedančiajam verslininkui.
K 4	Gebėjimas analizuoti ir vertinti bendradarbiavimo naudą	geba įrodyti mainų su kitais pradedančiais verslininkais, verslo angelais ir t.t. pranašumus. Išnaudoja naudingas galimybes dirbti kartu ir suvienija jėgas su kitais, kad patenkintų bendrus interesus, tačiau žino, kad kartu dirbant galimi konfliktai ir problemos.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis...

- randa finansavimo galimybių pradedantiesiems verslininkams.
- nustato veiksnius, turinčius įtakos nuosavo arba skolinto kapitalo gavimui.
- analizuoja reikalavimus verslui, susijusius su finansavimu.
- įvertina valstybės/ privataus finansavimo privalumus ir trūkumus pradedančiajam verslininkui.
- nustato potencialius investuotojus, pavyzdžiui, bankus ir verslo angelus.
- analizuoja galimybes ir galimus konfliktus su investuotojais.

Be pradinio kapitalo nė žingsnio! – Finansavimo gavimas

Norite kuo greičiau pradėti savo verslą. Tačiau Jums vis dar kai ko trūksta- pradinio kapitalo! Iš viso turite 60 000 eurų, tačiau to nepakanka, kad galėtumėte tinkamai startuoti. Pagal Jūsų apskaičiavimus, verslo pradžia iš viso reikia 300 000 eurų. Iš kur gausite trūkstamą sumą?

Užduotis:

1. Atlikite **finansavimo galimybių** apžvalgą. Raskite internete, ką reiškia tam tikros finansavimo būdai.

Finansavimo galimybės	Nuorodos
Banko paskola	https://www.swedbank.lt/lt/pages/privatiems/paskolos
Kredito garantija	https://www.seb.lt/verslo-klientams/finansavimas/finansavimas/prekybos-finansavimas/garantija
Visuomenės investavimas/ finansavimas (angl. Crowdfunding/funding)	http://www.kelkbures.lt/ieskau-lesu-savo-projektui http://www.kelkbures.lt/noriu-investuoti
Verslo angelai	http://www.mesinvest.lt/index.php/verslo-angeli-fondas-i/53
Verslumo skatinimo fondas	http://www.invega.lt/lt/paslaugos/lengvatines-paskolos/verslumo-skatinimo-fondas.htm
Rizikos kapitalo investicijos	http://www.invega.lt/lt/paslaugos/rizikos-kapitalo-investicijos.htm
Atviras kreditų fondas	http://www.invega.lt/lt/paslaugos/lengvatines-paskolos/atviras-kreditu-fondas.htm
Mažų kreditų teikimas	http://www.medbank.lt/verslo-klientams/mazu-kreditu-teikimas/

Patarimas: Užduotis grupėje galite pasiskirstyti.

2. Patikrinkite, kokie **finansavimo būdai** Jums ir Jūsų startuoliui tinka geriausiai.
3. Nustatykite **kriterijus**, pagal kuriuos analizuosite galimas finansavimo formas.
4. Kartu pagrįskite, kodėl tam tikrą finansavimo formą laikote netinkama arba labai tinkama.
5. Grupėje raskite **sprendimą** dėl finansavimo alternatyvų, kodėl jos geriausiai tinka Jūsų verslo planui. Apgalvokite ir priimkite sprendimą dėl savo ir skolinto kapitalo.

Trukmė: 90 minučių

Užduotis: Be pradinio kapitalo nė žingsnio! – Finansavimo gavimas

Stebima savybė: K 1 Gebėjimas analizuoti situacijas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
randa finansavimo galimybių pradedantiesiems verslininkams.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
nustato veiksnius, turinčius įtakos nuosavo arba skolinto kapitalo gavimui.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja reikalavimus verslui, susijusius su finansavimu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: Be pradinio kapitalo nė žingsnio! – Finansavimo gavimas

Stebima savybė: K 4 Gebėjimas analizuoti ir vertinti bendradarbiavimo naudą

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
įvertina valstybės/ privataus finansavimo privalumus ir trūkumus pradedančiajam verslininkui.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
nustato potencialius investuotojus, pavyzdžiui, bankus ir verslo angelus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja galimybes ir galimus konfliktus su investuotojais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.1.5 Trumpas verslo idėjos pristatymas (angl. Elevator Pitch)

Dalyviai pristato savo *verslo idėją* suinteresuotų investuotojų grupei- kitiems projekto dalyviams. Jie turi pasirodyti kuo įtikinamiau. *Potencialūs investuotojai* galiausiai nuspręs dėl savo „kapitalo injekcijos“ dydžio.

Jūs, kaip moderatorius, užduotį galite pradėti parodydami, ką dalyviai jau pasiekė. Per trumpą laiką jie sukūrė verslo idėją, nagrinėjo potencialius klientus ir konkurentus, rado finansavimo galimybių ir sukūrė nedidelę rinkodaros koncepciją. Tai turėtų teigiamai nuteikti dalyvius, kad dabar pats laikas, savo verslo idėją pristatyti ir kitiems.

Pradedantieji verslininkai paprastai turi kelias minutes, kad įtikintų verslo partnerius ir investuotojus, todėl verslo idėja dažnai pristatoma pasitelkiant „*Lifto metodą*“. Šis metodas taikomas ir atliekant verslumo potencialo analizę.

Kas yra „Lifto metodas“?

Įsivaizduokite šią situaciją 1985 m. Manhatene, Niujorke: Jūs, inžinierius, dirbate didžiausio telefonų gamintojo mokslinių tyrimų ir plėtros skyriuje. Vieną rytą kylate liftu į savo darbo vietą 42-ame aukšte Empire State Building, o galvoje turite viziją, kad belaidis telefonas labai greitai pakeis įprastą telefoną. Esate įsitikinęs, kad jūsų idėja padarys visišką perversmą telekomunikacijų rinkoje.

Po kelių savaičių intensyvių tyrinėjimų savo idėją pristatote darbdaviui. Deja, jis visai nenužlunga ir laiko jus svajotoju. Jis atmeta ir prašymą, tyrimams skirti milijoną dolerių.

Po dviejų savaičių įžengiate į liftą ir tuo pat metu įeina finansų direktorius. Tai jūsų šansas! Jūs turite lygiai minutę ir 50 sekundžių, kol liftas pakils į 42-ą aukštą ir atsidarys durys. Turite pakankamai laiko užkalbinti finansų direktorių ir jam parduoti savo idėją.

Laimei, jūsų „Lifto metodas“ toks įtikinamas, kad finansų direktorius pakviečia jus pietų, norėdamas daugiau sužinoti apie šią idėją. Jūs viską padarėte tinkamai ir optimaliai išnaudojote „Lifto metodą“.

Apibendrinimas: „Lifto metodas“, pradėtas taikyti 1980 m. JAV, yra tam tikras metodas, kai per trumpą laiką galite įtikinamai pristatyti ir parduoti savo idėją. Šiandien „Lifto metodas“ pirmiausiai taikomas rizikos kapitalo renginiuose.

Šaltinis: <http://www.fuer-gruender.de/kapital/eigenkapital/elevator-pitch/>

Užduotį sudaro du etapai:



Funded by the Erasmus+ Programme
of the European Union

- 1 etapas (60 minučių): Dalyviai paruošia pristatymą. Visi reikalavimai pateikti užduotyje. Pristatymas su projektoriumi ar pan., nenumatytas, tačiau dalyviai gali ką nors „susimeistrai“. Tam paruoškite priemonių. Jei reikia, dalyviai gali pasirepetuoti, tačiau aiškiai neskatininkite to daryti, nes gali pastebėti talentų ieškotojai.
- 2 etapas (kiekvienai grupei 5 minutės): Užduotis atliekama dalyvių susirinkimo metu. Dalyviams iš anksto praneškite, kad šios užduoties metu talentų ieškotojai jų nestebi.

Visas *taisykles* dalyviams paaiškinkite prieš pat pristatymus:

1. Kiekviena grupė pristato savo verslo planą. Lygiai po 5 minučių moderatorius pristatymą sustabdo. Pradėtą sakinį leidžiama užbaigti. Tada auditorija grupei gali užduoti tris klausimus.
2. Klausytojai elgiasi kaip suinteresuoti investuotojai ir pasižymi svarbią informaciją. Kaip potencialūs investuotojai, jie nusprendžia, kuris verslo planas, jų nuomone, būtų paklausus, įgyvendinamas ir pelningas.
3. Po grupių pristatymų, kiekvienam investuotojai išdalinkite po 800 € (1x 500 €, 1x 200 € ir 1x 100 €). Sumą galima atiduoti vienam startuoliui arba išdalinti keliems. Į savo startuolį investuoti negalima. Pinigai įdedami į voką (ant voko užrašomas startuolio pavadinimas). Pabaigoje išsiaiškinamas nugalėtojas.

Priemonių sąrašas (kiekvienai grupių darbo patalpai):

- Kanceliarinės priemonės: žirkklės, klėjai, kartonas, pieštukai

Kontrolinis priemonių sąrašas (dalyvių susitikimui):

- 18 lapų užrašams
- 1 laikmatis
- Žaidimo pinigai: 18x po 500 €, 200 €, 100 €
- 3 vokai

1 patarimas: Pinigų kupiūras įlaminuokite, kad galėtumėte panaudoti keletą kartų.

2 patarimas: Ši verslumo potencialo analizės dalis puikiai tinka pakviesti ekspertą arba verslininką. Jis gali būti įtrauktas kaip investuotojas. Taip pat galima jo paprašyti, kad įvertintų verslo idėjos galimybes.

3 patarimas: Laimėtojai paruoškite nedidelį prizą.

Trukmė: 60 minučių

Investuotojų užrašams

„Lifto metodas“

1	Grupės pavadinimas	Užrašams
---	--------------------	----------

2	Grupės pavadinimas	Užrašams
---	--------------------	----------

3	Grupės pavadinimas	Užrašams
---	--------------------	----------

„Lifto metodas“

1	Grupės pavadinimas	Užrašams
---	--------------------	----------

2	Grupės pavadinimas	Užrašams
---	--------------------	----------

3	Grupės pavadinimas	Užrašams
---	--------------------	----------

T **Užduotis:** „Lifto metodas“
Metodas: Darbas grupėse, trumpi pristatymai
Trukmė: 60 minučių

Dalyviai pristato savo verslo idėją suinteresuotų investuotojų grupei- kitiems projekto dalyviams. Užduotį sudaro du etapai:

- 1 etapas (60 minučių): Dalyviai paruošia pristatymą ir, jei reikia, pasirepetuoja.
- 2 etapas (5 minutės kiekvienai grupei): Pristatymai vyksta dalyvių susitikimo metu. Dalyviai nebestebimi.

Pristatymai turinio atžvilgiu turi atitikti *investuotojų poreikius*. Kadangi pristatymui laiko skiriama nedaug, reikia pristatyti *svarbiausius dalykus*. Tikslas- kad investuotojai suteiktų pradinį kapitalą, todėl juos reikia įtikinti, jog verslo idėja yra paklausī, įgyvendinama ir pelninga.

Stebimos savybės

		Asmenys, turintys šią savybę...
P 1	Stropumas	yra tvarkingi, punctualūs, organizuoti, kruopštūs, viską apgalvojantys, veikiantys efektyviai ir pagal planą.
K 3	Gebėjimas analizuoti poreikius	gali nustatyti, kokie poreikiai sutampa su partnerių ir kokie jiems prieštarauja, pavyzdžiui, bendradarbiaujant su bankais, tiekėjais, klientais. Verslo santykiuose siekia abiem pusėms palankių (angl. win-win) situacijų. Suvokia, kokie interesų konfliktai gali užkirsti kelią verslo santykiams arba juos apsunkinti.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis ...

- dirba greitai, planuotai ir orientuojasi į rezultatą.
- atsižvelgia į patarimus ir užduoties formuluotę.
- teikia pagrįstus pasiūlymus.
- nustato investuotojų poreikius.
- siekia abiem pusėms palankių (angl. win-win) situacijų.
- nustato galimus interesų konfliktus ir kompromisų galimybes.

Išnaudokite šį vienintelį šansą! – „Lifto metodas“

Verslo idėjos pristatymas yra pagrindas. Kartais pradėdantysis verslininkas turi tik kelias minutes, kad įtikintų kitus. Pavyzdžiui, kol kartu lauksite lifto.

Dabar yra tinkamas metas, pirmą kartą pristatyti savo verslo idėją. Ar galite savo idėja įtikinti verslo partnerius? Ypač tuos, kurie tam skirtų pinigų, t.y. investuotojus?

Verslo idėją pristatote grupei investuotojų ir tam turite **lygiai 5 minutes**. Pristatymai vyksta per dalyvių susirinkimą. Pasiruošimui turite **60 minučių**. Išnaudokite šį vienintelį šansą!

Paruoškite kuo įtikinamesnį pristatymą! Galiausiai investuotojai nuspręš, kokio dydžio kapitalą investuos į Jūsų verslą.

Patarimai:

- Kalbėkite laisvai ir būkite kūrybingi!
- Įtikinkite savo idėja!
- Idėją apibendrinkite trumpu sakiniu!

Klausimai, į kuriuos turėtumėte atsakyti:

- Kas bus Jūsų klientai?
 - Kiek stiprūs konkurentai?
 - Kokį potencialą rinkoje turi idėja?
 - Kaip konkrečiai ketinate uždirbti pakankamai pinigų?
 - Kokių privalumų siūlo Jūsų komanda?
 - Kaip ketinate finansuoti savo įmonės statybą?
- Vgl. <http://de.slideshare.net/Seedmatch/pitch-deck-20130829>

Užduotis:

1. Apgalvokite, kokie **investuotojų poreikiai** ir kaip galite į juos atsižvelgti.
2. Parenkite **įtikinamą** savo verslo idėjos **pristatymą**.
3. Apgalvokite, **kaip** reikėtų pristatyti ir **kurie dalyviai** pristatys. Nuspręskite, pristatys vienas ar keli grupės nariai.

Trukmė: 60 minučių

Užduotis: „Lifto metodas“

Stebima savybė: P 1 Stropumas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
dirba greitai, planuotai ir orientuojasi į rezultatą.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
atsižvelgia į patarimus ir užduoties formuluotę.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
teikia pasiūlymus, kuriuos pagrindžia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: „Lifto metodas“

Stebima savybė: K 3 Gebėjimas analizuoti poreikius

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
nustato investuotojų poreikius.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
siekia abiem pusėms palankių (angl. win-win) situacijų.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
nustato galimus interesų konfliktus ir kompromisų galimybes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

4.2 Pokalbių šou

„Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“

Įvadas į pokalbių šou „Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“ padaromas dalyvių susitikimo metu. Čia rodomas video apie verslo kūrimą Lietuvoje. Tada susirinkus kartu aptariamos svarbiausios filme parodytos dalys.

Galiausiai trumpai pristatomi pokalbių šou metodai (jei dalyviams jie dar nežinomi) bei skirtingi vaidmenys. Sudaromos trys grupės po šešis dalyvius, todėl paraleliai tris kartus vyksta pokalbių šou. Kiekvienoje grupėje yra šeši vaidmenys:

1. Moderatorius/ė
2. Opozicinės partijos narys
3. Valdančiosios partijos narys
4. Įmonių steigimo tendencijų apžvalgininkas
5. Nesėkmingo startuolio (angl. Start-ups) steigėjas/a
6. Sėkmingo startuolio (angl. Start-ups) steigėja/a

Pirmiausiai suskirstykite grupes (→*paskirstymo planas*) ir vaidmenis. Duokite dalyviams laiko rasti informacijos apie savo vaidmenį. Tam iš anksto instaliuokite video kompiuteryje arba atidarykite nuorodą naršyklėje. Atlikę paieškas, dalyviai sugrįžta į grupes ir pradeda pokalbių šou. Dalyviams priminkite, kad dabar jie turi įsijausti į savo vaidmenis (→Vardų kortelės pokalbių šou).

Video nuoroda [Link zum Video Gründer-Forum NRW | Gute Zeiten, schlechte Zeiten –](#)

Gründerzeiten: <https://www.youtube.com/watch?v=YycADNKqMqI>

Priemonių sąrašas (kiekvienai grupių darbo patalpai):

- Projektorius (vienas salėje)
- Skelbimų lenta, kortelės arba: lenta, kreida
- Pieštukai ir popierius užrašams

Planas

Laikas / min.	Veikla
20	<i>Dalyvių susitikimas: įžanga, pagrindiniai klausimai, įvadas į temą</i>
45	<i>Savarankiškas darbas: informacijos rinkimas ir pasiruošimas vaidmeniui</i>
5	<i>Grupių sudarymas + patalpų paskirstymas</i>
35	<i>Grupės: Pokalbių šou „Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“</i>

Trukmė: 120 minučių

T

Užduotis: „Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“

Metodai: Paieškos internete, pokalbių šou

Trukmė: 120 minučių

„Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“

Vykstant pokalbių šou dalyviai įsijaučia į skirtingus *vaidmenis*. Jie atstovauja tam tikrai pozicijai, kurią gauna kartu su *vaidmens kortele*. Dalyviai gina savo poziciją *argumentuodami*, net jei kitų pokalbių šou dalyvių nuomonė kitokia.

Video sudaro pagrindą kiekvienam vaidmeniui. Dalyviai domisi verslo kūrimo galimybėmis Lietuvoje, vėliau savarankiškai ieško informacijos, kad pasiruoštų savo vaidmeniui. Tuomet vyksta pokalbių šou.

Stebimos savybės

		Asmenys, turintys šias savybes, ...
K 4	Gebėjimas analizuoti ir vertinti bendradarbiavimo naudą	geba įrodyti bendradarbiavimo su kitais pradedančiais verslininkais, verslo angelais ir t.t. pranašumus. Išnaudoja naudingas galimybes dirbti kartu ir suvienija jėgas su kitais, kad patenkintų bendrus interesus, tačiau žino, kad kartu dirbant galimi konfliktai ir problemos.
K 6	Gebėjimas analizuoti ekonomikos sistemas ir santvarkas	geba analizuoti ir vertinti ekonomines bei teises sąlygas pradedantiesiems verslininkams.

Ypač atkreipkite dėmesį į šį elgesį!

Dalyvis...

- akcentuoja bendradarbiavimo naudą verslo kūrimo pradžioje.
- pasinaudoja pokalbių šou kaip priemone bendriems interesams atskleisti.
- akcentuoja skirtingus poreikius.
- argumentuodamas įtraukia pavyzdžių apie įmonių kūrimo galimybes.
- analizuoja verslo aplinką pradedantiesiems verslininkams.
- apibūdina verslo kūrimo reikšmę ekonomikai.

Jūs esate **Opozicinės partijos narys**

Jūsų pozicija: *Pradedantiesiems verslininkams reikalingas didesnis valstybės finansavimas!*

- Mums reikia daugiau startuolių!
- Startuoliams reikia daugiau paramos gaunant finansavimą!
- Lietuva turi būti draugiškesnė pradedantiesiems verslininkams, kad būtų kuo mažiau baimės patirti nesėkmę!
- Reikia sumažinti biurokratiją pradedantiesiems verslininkams!

Medžiaga:

Naujausia informacija apie naujų įmonių steigimo Lietuvoje tendencijas

Užduotis:

Raskite daugiau informacijos, įrodančios Jūsų poziciją.
Paruoškite argumentų, kuriais pagrįstumėte savo teiginius.

Jūs esate **valdančiosios koalicijos narys**

Jūsų pozicija: *Lietuvoje daug padaryta, siekiant supaprastinti įmonių steigimą!*

- Valdžia supranta startuolių reikšmę!
- Vyriausybė atliko namų darbus.
- Mes turime daug programų, skatinančių kurti verslą. Tereikia jomis pasinaudoti.
- Verslo kūrimo iniciatyva skatinama ir švietimo srityje (mokyklose/universitetuose).

Medžiaga:

Naujausia informacija apie naujų įmonių steigimo Lietuvoje tendencijas

Užduotis:

Raskite daugiau informacijos, įrodančios Jūsų poziciją.
Paruoškite argumentų, kuriais pagrįstumėte savo teiginius.

Jūs esate **Įmonių steigimo tendencijų apžvalgininkas/ė**

Jūsų pozicija: *Pradedantieji verslininkai gali kur kas daugiau!*

- Startuolių skaičius galėtų būti daug didesnis!
- Šalyje neskatinamas verslumas.
- Pradedantieji verslininkai ne skatinami, o stabdomi.
- Jaunus verslininkus reikia skatinti nuo pat pradžių!



Medžiaga:

Naujausia informacija apie naujų įmonių steigimo Lietuvoje tendencijas

Užduotis:

Raskite daugiau informacijos, įrodančios Jūsų poziciją.
Paruoškite argumentų, kuriais pagrįstumėte savo teiginius.

Jūs esate **Nesėkmingo startuolio įkūrėjas/a**

Jūsų pozicija: *Lietuva yra teisingame kelyje, bet dar daug ko trūksta!*

- Aš mėginau, bet mano svajonė turėti savo verslą neišsipildė.
- Kiekvienas turi teisę į antrą šansą, tačiau aplinkiniai mano kitaip.
- Man reikėjo užmegzti daugiau kontaktų, galbūt su kitais pradedančiais verslininkais ar mentorais ir pan.
- Siekiant įgyvendinti ambicingą, tačiau gerą idėją, reikia daugiau skolinto kapitalo.

Medžiaga:

Naujausia informacija apie naujų įmonių steigimo Lietuvoje tendencijas

Užduotis:

Raskite daugiau informacijos, įrodančios Jūsų poziciją.
Paruoškite argumentų, kuriais pagrįstumėte savo teiginius.

Jūs esate **Sėkmingo startuolio įkūrėjas/a**

Jūsų pozicija: *Nepaisant kliūčių, įmonę įsteigti galima!*

- Pradedančiuosius verslininkus turi išgirsti politikai!
- Aš užmezgiau daug kontaktų su kitais startuoliais, verslo paramos organizacijomis.
- Verslo idėją turėjau jau seniai, tačiau ilgai nediršau žengti pirmojo žingsnio.
- Aš prašiau paramos savo verslui ir gavau vieneriems metams.

Medžiaga:

Naujausia informacija apie naujų įmonių steigimo Lietuvoje tendencijas

Užduotis:

Raskite daugiau informacijos, įrodančios Jūsų poziciją.
Paruoškite argumentų, kuriais pagrįstumėte savo teiginius.

Jūs esate **Pokalbių šou „Let’s talk about...“ moderatorius/ė** **Neutrali pozicija**

- Tema- „*Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokios galimybės kurti verslą dalyviams Lietuvoje? “.*
- Aš pateikiu raktinius žodžius arba užduodu konkrečių klausimų ir taip paskatinu diskusiją.
- Aš pradedu ir užbaigiu pokalbius.
- Aš žinau apie pradedančiųjų verslininkų situaciją ir galimybes Lietuvoje (aktualūs skaičiai ir tendencijos).

Medžiaga:

Naujausia informacija apie naujų įmonių steigimo Lietuvoje tendencijas

Užduotis:

Jūs pradėsite ir užbaigiate pokalbių šou, suteikiate žodį ir vadovaujate. Svarbu, kad, atlikdami savo vaidmenį, žinotumėte papildomos informacijos šia tema ir taip paskatintumėte diskusiją bei pagrįstumėte teiginius!

Patarimas: Pokalbių šou pradėkite visų dalyvių prisistatymu. Atkreipkite dėmesį į laiką!

Užduotis: „Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“

Stebima savybė: K 4 Gebėjimas analizuoti ir vertinti bendradarbiavimo naudą

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
akcentuoja bendradarbiavimo naudą verslo kūrimo pradžioje.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
pasinaudoja pokalbių šou kaip priemone bendriems poreikiams atskleisti.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
akcentuoja skirtingus poreikius.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Užduotis: „Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?“

Stebima savybė: K 6 Gebėjimas analizuoti ekonomikos sistemas ir santvarkas

Dalyvis...	1 dalyvis					2 dalyvis					3 dalyvis				
	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti	labai stipriai	stipriai	vidutiniškai	silpnai	negalima nustatyti
argumentuodamas įtraukia pavyzdžių apie įmonių kūrimo galimybes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
analizuoja sąlygas pradedantiesiems verslininkams.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
apibūdina verslo kūrimo reikšmę ekonomikai.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
vartoja terminus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
Užrašams:															

Informacija moderatoriui

Projekto baigiamieji etapai

Atliekant verslumo potencialo analizę, numatyti keli baigiamieji etapai.

1. Baigiamasis etapas dienos pabaigoje
2. Grįžtamųjų pokalbių baigiamasis etapas
3. Visos potencialo analizės baigiamasis etapas

Visi baigiamieji etapai vyksta sėdint rate ant kėdžių.

4.3 Baigiamasis etapas dienos pabaigoje

Dienos pabaigoje visi dalyviai ir moderatorius susirenka salėje. Baigiamajame etape talentų ieškotojai nedalyvauja, taip dalyviai žino, kad nėra stebimi. Baigiamasis etapas skirtas pasidalinti nuotaikomis, padaryti trumpą apžvalgą ir išspręsti iškilusias problemas.

Baigiamąjį etapą pradėkite trumpai apibendrindami visą dieną. Paprašykite dalyvių padaryti trumpą apžvalgą. Tam rekomenduojamas „kalbantis akmuo“ (vok. Sprechstein). Tada kalba tik tas, kuris rankoje laiko akmenį (arba kamuolį). Nebūtina, kad kiekvienas dalyvis ką nors pasakytų.

Paklauskite: „Kas Jums šiandien patiko, o kas ne?“

Kadangi grupės skirtingos, gali būti, kad dalyviai sakys, jog užduotims atlikti skirtas laikas buvo per ilgas arba per trumpas, arba, kad pertrauka buvo per ilga. Atsižvelgdami į tai, kitomis dienomis laiką galite keisti.

Apibendrindami dieną, padarykite trumpą kitos dienos apžvalgą.

Prieš dalyviams paliekant salę, atlikite dalyvių nuotaikos vertinimą. Tam prie išėjimo pastatykite tris plastikines dėžutes. Dėžutes pažymėkite šypsenėlėmis (→dalyvių nuotaikos vertinimas). Kiekvienam dalyviui išdalinkite po stiklo rutuliuką. Išeidami iš salės, dalyviai rutuliuką įmeta į tą dėžutę, kuri atitinka jo nuotaiką.

Padėkokite dalyviams ir atsisveikinkite.

2. Grįžtamųjų pokalbių baigiamasis etapas

Grįžtamieji pokalbiai pradedami dalyvių susitikime. Pasveikinkite dalyvius su paskutiniu projekto „*Jaunimo verslumo potencialo nustatymas*“ etapu. Pirmiausiai išdalinkite lapus su kontroliniais klausimais ir lipnius lapelius (→kontrolinis klausimai po projekto). Paskatinkite dalyvius įvertinti savo verslumo talentą taškais. Kontrolinį klausimą dalyviai nešasi į

grįžtamuosius pokalbius. Talentų ieškotojai dalyvių kontrolinius klausimus turi iš „Startuojame! Susipažinimas“ etapo.

Paaiškinkite eigą:

1. Grįžtamajame pokalbyje dalyvauja 6 dalyviai. Dalyvis, išeidamas iš pokalbio, pakviečia kitą dalyvį.
2. Vykstant grįžtamiesiems pokalbiams, dalyviai, nedalyvaujantys pokalbyje, rašo laišką ateičiai (→laiškas ateičiai). Laiške galima aprašyti savo patirtį projekte ir pasižymėti dalykus, kur dar reikėtų padirbėti. Laiškas visiškai privatus. Dalyviai laišką įdeda į voką ir užrašo savo adresą. Po metų išsiųskite laiškus dalyviams. Šią datą pasižymėkite kalendoriuje.
3. Pasibaigus visiems grįžtamojo ryšio pokalbiams, susirinkite salėje ir išdalinkite vertinimo anketas (→vertinimo anketa). Duokite šiek tiek laiko, kad dalyviai galėtų jas užpildyti ir vėl surinkite.

3. Verslumo potencialo analizės baigiamasis etapas

Intensyvi ir sėkminga potencialo analizė priklauso nuo Jūsų, dalyvių ir talentų ieškotojų. Baigiamajame etape visi dalyviai susėda į ratą ant kėdžių ir kartu aptaria visą savaitę. Pasidalinkite savo patirtimi. Jūs, talentų ieškotojai ir dalyviai, galite trumpai pasidalinti savo nuomone. Galite paklausti: „Kaip man sekėsi verslumo potencialo analizės metu?“, „Ko išmokau?“, „Kas man ypač patiko/ nepatiko?“, „Ko pasigedau?“.

Padėkokite dalyviams bei talentų ieškotojams už dalyvavimą „Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ projekte ir atsisveikinkite.

Palikdami salę, vėl galite atlikti nuotaikų vertinimą.

Paklauskite: „Kaip Jums apskritai patiko verslumo potencialo analizė?“

Priemonių sąrašas:

- 1 „kalbantis akmuo“
- 18 stiklo rutuliukų
- 3 plastikinės dėžutės
- 18 vokų
- 18 lipnių lapelių

Informacija moderatoriui

4.4 Verslininkų pranešimai...

Dalyviai turi išskirtinę galimybę užduoti klausimų sėkmingai veiklą vykdančioms verslininkams. Suteikite dalyviams tokią progą. Ši užduotis yra pasirenkama ir jos metu dalyviai nestebimi. Patirtis parodė, kad verslininkų pranešimai labai mėgstami ir motyvuojantys, todėl labai skatiname atlikti šią užduotį.

Kaip buvo minėta 2-ame skyriuje, čia ypač tiktų jauni verslininkai, kurie nedaug vyresni už dalyvius. Taip pat patariama pasirinkti pradedančiuosius verslininkus. Norint rasti tokių verslininkų, rekomenduojame susisiekti su jaunųjų verslininkų klubais arba universitetų verslo katedromis. Čia greitai gausite reikiamus kontaktus. Taip pat pagalvokite ir apie atsarginį verslininką.

Verslininkų pranešimų eigą sudaro trys etapai:

Verslininkų pranešimai ... Pasiruošimas

Pasiruošimas prasideda dalyvių susitikimo metu. Pristatykite dalyviams verslininką ir jo startuolį. Informacijos apie verslininką reikėtų pasieškoti iš anksto, pavyzdžiui, internetinėje svetainėje, Facebook, Youtube. Parenkite visą dalyviams reikalingą informaciją. Suskirstykite dalyvius į tris grupes, geriausiai į tokias pat, kaip ir atliekant verslo kūrimo užduotis. Suformuluokite tokias užduotis:

1. Raskite informacijos internete apie verslininką ir jo verslo koncepciją.
2. Kiekvienas individualiai suformuluokite 5 klausimus, kuriuos norėtumėte užduoti verslininkui.
3. Grupės nariams pristatykite savo suformuluotus klausimus. Kai visi pristato savo klausimus...
 - a. Išmeskite vienodus klausimus.
 - b. Surinkite panašius.
4. Parenkite klausimyną verslininkui.
5. Užduoti klausimų gali kiekvienas grupės narys.

Pasiruošimui numatyta valanda.

Verslininkų pranešimai ... Įgyvendinimas

Verslininkų pranešimai vyksta salėje. Pirmiausiai pasveikinkite verslininką ir padėkokite, kad rado laiko atvykti ir atsakyti į klausimus. Paprastai verslininkai pirmiausiai pasakoja apie savo startuolį ir karjerą (tai reikėtų aptarti iš anksto). Tada dalyviai turi galimybę užduoti paruoštus klausimus. Pabaigoje padėkokite dar kartą ir įteikite nedidelę dovanėlę.

Verslininkų pranešimams ir klausimams skiriama 90 minučių.

Pakvieskite verslininką, jei yra galimybė, dalyvauti pristatant verslo idėjas („Lifto metodas“). Jis tikrai duos patarimų dalyvių verslo planui.

Verslininkų pranešimai ... Aptarimas

Baigiamajame dienos etape galima aptarti pokalbį su verslininku. Paruoškite tris stovus. Ant kiekvieno stovo yra po teiginį, kurį dalyviai turi užbaigti.

1 teiginys: Man ypač patiko, kad verslininkas...

2 teiginys: Man nepatiko, kad verslininkas...

3 teiginys: Pokalbis su verslininku man parodė, kad...

Išdalinkite dalyviams korteles ir teksto žymeklius. Dalyviai ant kortelių užrašo pateiktų teiginių pabaigas, tačiau ant kortelės rašomas vienas teiginys. Pakvieskite vieną dalyvį perskaityti pirmą savo teiginį. Dalyviai, turintys tokius pat arba panašius teiginius, prisimeigia juos šalia. Taip vyksta tol, kol prieinama iki paskutinio teiginio. Tą patį atlikite ir su antru bei trečiu teiginiais. Galima pasitikslinti ir užduoti klausimų.

Baigiamąjį dienos etapą tęskite kaip įprasta.

Priemonių sąrašas:

- 50 kortelių
- 18 teksto žymeklių
- Smeigtukai
- 3 skelbimų lentos
- Mažiausiai 1 kompiuteris su interneto prieiga arba kompiuterių klasė (kiekvienai grupės darbo patalpai)

5 Priedas

5.1 Priemonės	
	Skaidri lipni juosta
	Liniuotė (mažiausiai vienas vnt. grupei)
	Stovai (vienas vnt. grupei)
	Smeigtukai (kiekvienai grupei)
	Žirkklės (mažiausiai vienas vnt. grupei)
	Trintukas (mažiausiai vienas vnt. grupei)
	Klijai (mažiausiai vienas vnt. grupei)
	Lipnūs lapeliai (mažiausiai 100 vnt. blokelis grupei, kuriame 80 vnt. vienos spalvos ir 20 vnt. kitos spalvos lapelių)
	18 tušinukų
	18 teksto žymeklių
	18 permanentinių žymeklių (juodos spalvos)
	18 pieštukų
	Spalvoti pieštukai (viena pakuotė grupei)
	Flomasteriai (viena pakuotė grupei)
	Kartonas (skirtingų spalvų)
	Kortelės (mažiausiai 300)
	Popierius (linijomis arba langeliais) (apie 20 puslapių dalyviui)
	Popierius (paprastas)
	25 vokai
	Žaidimo pinigai (54x 50 €, 18x 500 €, 18x 200€, 18x 100€)
	Žaidimai pertraukoms
	„Kalbantis akmuo“ (vok. Sprechstein)

5.1 Priemonės	
	18 stiklo rutuliukų
	Trys plastikinės dėžutės
	Stiklinė
	Vardų kortelės „Losleger“ dalyviams, talentų ieškotojams ir moderatoriui/ei

5.2 Laiško pavyzdys dalyvio tėvams/globėjams

Mieli mokiniai,
mieli tėvai /globėjai,
mieli mokytojai,

dažnai atsitinka taip, kad baigdami mokyklą jaunuoliai dar nežino savo įgūdžių ir sugebėjimų. Tai tampa iššūkiu planuojant asmeninę bei profesinę ateitį. Šiuo metu galiojanti švietimo programa nepakankamai orientuota į mokinių verslumo ugdymą, nes daugelio jaunuolių potencialas taip ir lieka nepastebėtas.

Tam tikslui pradėtas projektas Enterprise+. Šio projekto tikslas- padėti jauniems žmonėms atrasti savo sugebėjimą versliai mąstyti bei veikti skirtinguose įmonės hierarchijos lygmenyse: tiek kūrybingo bei atsakingo darbuotojo, tiek įmonės įkūrėjo ar vadovo pozicijoje. „Losleger“ - unikali mokinių verslumo nustatymo metodika, kuri atskleidžia tolimesnes jaunuolių perspektyvas gyvenime bei profesijoje.

Dalyvavimas projekte (***nurodomas pavadinimas ir trukmė***) mokiniams suteikia galimybę atskleisti savo stipriąsias puses ir verslumo potencialą. Projekto dalyvis atsakys į klausimus: Ar aš galiu prisiimti atsakomybę įmonės vadovo ar tik darbuotojo lygmenyje? Kaip man sekasi valdyti savo laiką? Kaip sugebu organizuoti savo darbą? ir pan.

Moksliskai pagrįstame procese naudojamos išsamios priemonės: dalyviai įsivertina atlikdami užduotis, orientuotas į verslų mąstymą ir pardavimo procesą. Bus atliekamos įvairios praktinės užduotys remiantis realiu verslo kūrimo proceso modeliu. Mokiniai gaus grįžtamąjį ryšį iš specialiai šiam projektui apmokytų talentų ieškotojų. Grįžtamieji pokalbiai apima rezultatų aptarimą, taip pat bendrą skatinimo tikslų ir priemonių nustatymą, siekiant nustatyti tolesnę atrasto verslumo potencialo plėtrą ir pažangą.

Mielai atsakysime į visus Jums iškilusius klausimus.

Laukiame Jūsų registracijos! Prašome siųsti paraiškas iki nustatyto **termino** šiuo **adresu**

Pagarbiai

Parašas

Registracija (nurodomas pavadinimas)

Informacija apie dalyvį/ę:

Vardas	
Pavardė	
Adresas	
Gimimo data	
Telefonas	
Mob. tel. nr.	
El. p.	
Mokykla	
Klasė	

Prireikus, prašome suteikti informaciją šiam asmeniui (privaloma užpildyti, jei dalyvis yra nepilnametis):

Vardas	
Pavardė	
Adresas	
Telefonas	
Mob. tel. nr.	

5.3 Projekto „Losleger - Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ įgyvendinimo vertinimo anketa

Skalė: 1 = labai gerai/visiškai sutinku

6 = nepakankamai/visiškai nesutinku

	1	2	3	4	5	6
Patalpos buvo gerai pritaikytos mokymams.	0	0	0	0	0	0
Aprūpinimas darbui reikalingomis priemonėmis (kompiuteris, rašomoji lenta, plakatai ir pan.)	0	0	0	0	0	0
Dalyvių skaičius <i>šiam renginiui</i> buvo optimalus.	0	0	0	0	0	0
<i>Renginys</i> buvo gerai organizuotas.	0	0	0	0	0	0
Laikas, skirtas užduotims atlikti, buvo optimalus.	0	0	0	0	0	0
Užduočių sudėtingumas buvo optimalus.	0	0	0	0	0	0
Užduotys buvo suformuluotos aiškiai.	0	0	0	0	0	0
Galėjau panaudoti turimas žinias.	0	0	0	0	0	0
Dienotvarkė buvo gerai struktūrizuota.	0	0	0	0	0	0
Išlaikyta tinkama užsiėmimų ir poilsio laiko pusiausvyra.	0	0	0	0	0	0
Mokymosi ir darbo etapai buvo aktyvūs ir konstruktyvūs.	0	0	0	0	0	0
Užsiėmimų turinys pateisino mano lūkesčius.	0	0	0	0	0	0
Užduotys skatino aktyviai dalyvauti ir veikti.	0	0	0	0	0	0
Užduotys suteikė galimybę kritiškai mąstyti.	0	0	0	0	0	0
Užduotys buvo įdomios ir produktyvios.	0	0	0	0	0	0
Talentų ieškotojų pastabos buvo labai naudingos.	0	0	0	0	0	0
Grįžtamasis ryšys turinio atžvilgiu buvo suprantamas.	0	0	0	0	0	0
Atmosfera per grįžtamąjį pokalbį buvo maloni.	0	0	0	0	0	0

Kodėl sutikote dalyvauti *renginyje*?

Kaip sužinojote apie *renginį*?

Labiausiai man patiko:

Labiausiai džiugino arba erzino:

Ateityje imsiuosi šios veiklos:

Manau, kad ateityje galėčiau kurti savo verslą.

Taip Ne Nežinau

Rekomenduočiau dalyvavimą šiame *renginyje* savo draugams.

Taip Ne Nežinau

Renginį galėčiau įvertinti _____ .

5.5 Kontrolinis klausimas prieš projektą

_____ (Vardas)

Kaip vertinate savo verslumo talentą?



1: Su verslu neturiu nieko bendro.

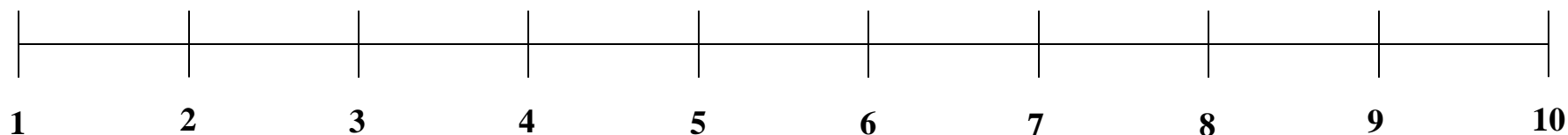
10: Aš esu gimęs/usi būti verslininku/e.

Klausimas PRIEŠ „Jaunimo verslumo potencialo nustymas“ projektą

5.6 Kontrolinis klausimas po projekto

_____ (Vardas)

Kaip vertinate savo verslumo talentą?

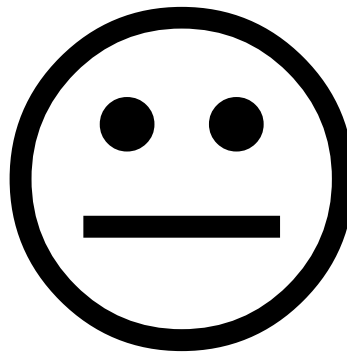


1: Su verslu neturiu nieko bendro.

10: Aš esu gimęs/usi būti verslininku/e.

Klausimas PO „Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ projekto

5.7 Dalyvių nuotaikos vertinimas



5.8 Dalvių vardų kortelės

VARDAS



5.9 Dalyvių paskirstymo planas

Pasiskirstymo planas reikalingas nustatant, kurie dalyviai dirbs kartu ir kurie talentų ieškotojai juos stebės. Sėkmingai verslumo potencialo analizei svarbu, kad plano būtų laikomasi griežtai.

Jums planą paruošėme kuo patogesni, kad galėtumėte greitai jį sudaryti. Pasiskirstymo planą sudaro keli lapai su lentelėmis. 1 lentelėje pateiktos dalyvių grupės ir kiekvienai užduočiai paskirti talentų ieškotojai. 2 lentelėje talentų ieškotojams paskirti dalyviai ataskaitiniam aptarimui. Taip pat nurodyta, su kuriais dalyviais talentų ieškotojai vykdys grįžtamuosius pokalbius. Kituose lapuose pateiktas visas pasiskirstymas talentų ieškotojams.

Paruoškite paskirstymo planą kaip nurodyta:

1. Atidarykite Excel lentelę „Paskirstymo planas“ bei pirmąjį lapą.
2. Kiekvienam dalyviui priskirkite skaičių, o talentų ieškotojui- raidę.
3. Jų vardus įrašykite į viršutinę lentelę.
4. Paruoštą paskirstymo planą išdalinkite tik talentų ieškotojams. Dalyviai neturi žinoti, kas juos stebės.
5. Talentų ieškotojų paskirstymo planą aptarimui rasite dešinėje. Čia taip pat įrašykite dalyvių ir talentų ieškotojų vardus.

[Vardas, pavardė]

nuo [Data] iki [Data]

[vieta]

sėkmingai dalyvavo verslumo potencialo analizėje

„Jaunimo

– verslumo potencialo nustatymas“

vykdant projektą

Enterprise+ – Innovative Potential Meets

Experience

„Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“

suteikia galimybę dalyviams, atliekant įvairias praktines užduotis,
atrasti savo gebėjimus ir polinkį į verslumą.

[Vieta, Data]

Parašas



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_04

Zuordnungstabelle 18 Kick-starters

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Paskirstymo planas: TALENTŲ IEŠKOTOJAI (A-F) - DALYVIAI (1-18)

Praktinė veikla: Į vietas! Dėmesio! Marš!	I grupė						II grupė						III grupė					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Grupių diskusijos	A			B			C			D			E			F		
Žaidimas „Bokštas“	A			B			C			D			E			F		
Talenta parduoti	A			B			C			D			E			F		

Verslo kūrimo užduotys	I grupė						II grupė						III grupė					
	1	2	3	7	8	9	13	14	15	4	5	6	10	11	12	16	17	18
Verslo idėja	C			E			A			F			B			D		
Klientų analizė	C			E			A			F			B			D		
Konkurentų analizė	C			E			A			F			B			D		
Rinkodara	E			A			C			D			F			B		
Kapitalo gavimas	E			A			C			D			F			B		
„Lifto metodas“	E			A			C			D			F			B		

Pokalbių šou	I grupė						II grupė						III grupė					
	1	7	13	2	8	14	3	9	15	4	10	16	5	11	17	6	12	18
	C			A			E			F			D			B		

1-18: DALYVIAI
A-F: TALENTŲ IEŠKOTOJAI

Eiga:

- (1) Kiekvienam dalyviui priskirkite skaičių, o talentų ieškotojui- raidę.
- (2) Jų vardus įrašykite į viršutinę lentelę.
- (3) Paruoštą paskirstymo planą išdalinkite tik talentų ieškotojams. Dalyviai neturi žinoti, kas juos stebės.
- (4) Talentų ieškotojų paskirstymo planą konferencijai rasite dešinėje. Čia taip pat įrašykite dalyvių ir talentų ieškotojų vardus.

Ataskaitinė TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija				
1	A	C	E	C
2	A	C	E	A
3	A	C	E	E
4	B	F	D	F
5	B	F	D	D
6	B	F	D	B
7	C	E	A	C
8	C	E	A	A
9	C	E	A	E
10	D	B	F	F
11	D	B	F	D
12	D	B	F	B
13	E	A	C	C
14	E	A	C	A
15	E	A	C	E
16	F	D	B	F
17	F	D	B	D
18	F	D	B	B

Grįžtamojo ryšio pokalbiai	
	1
A	2
	3
	4
B	5
	6
	7
C	8
	9
	10
D	11
	12
	13
E	14
	15
	16
F	17
	18

TALENTŲ IEŠKOTCA

Atliekant užduotis stebėsite šiuos dalyvius:

Praktinė veikla

1 etapas: Grupių diskusijos	1	2	3
2 etapas: Žaidimas „Bokštas“	1	2	3
3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti	1	2	3

Verslo kūrimo užduotys

Kaip rasti verslo idėją?	13	14	15
Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	13	14	15
Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti - Konkurentų analizė	13	14	15
Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	7	8	9
Be pradinio kapitalo nė žingsnio - Finansavimo gavimas	7	8	9
Trumpas idėjos pristatymas („Lifto metodus“, angl. Elevator Pitch)	7	8	9

Pokalbių šou

Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi projekto dalyviai Lietuvoje?	2	8	14
--	---	---	----

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencijoje dirbsite su šiais TALENTŲ IEŠKOTOJAIS

C

E

Jūs vertinsite šiuos dalyvius:

1
2
3
7
8
9
13
14
15

Grįžtamojo ryšio pokalbis

Grįžtamojo ryšio pokalbį vykdysite su:

1
2
3

TALENTŲ IEŠKOTCB

Atliekant užduotis stebėsite šiuos dalyvius:

Praktinė veikla

1 etapas: Grupių diskusijos	4	5	6
2 etapas: Žaidimas „Bokštas“	4	5	6
3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti	4	5	6

Verslo kūrimo užduotys

Kaip rasti verslo idėją?	10	11	12
Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	10	11	12
Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti - Konkurentų analizė	10	11	12
Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	16	17	18
Be pradinio kapitalo nė žingsnio - Finansavimo gavimas	16	17	18
Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	16	17	18

Pokalbių šou

Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi projekto dalyviai Lietuvoje?	6	12	18
--	---	----	----

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencijoje dirbsite su šiais TALENTŲ IEŠKOTOJAIS

F
D

Jūs vertinsite šiuos dalyvius:

4
5
6
10
11
12
16
17
18

Grįžtamojo ryšio pakalbis

Grįžtamojo ryšio pakalbį vykdysite su:

4
5
6

TALENTŲ IEŠKOTCC

Atliekant užduotis stebėsite šiuos dalyvius:

Praktinė veikla

1 etapas: Grupių diskusijos	7	8	9
2 etapas: Žaidimas „Bokštas“	7	8	9
3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti	7	8	9

Verslo kūrimo užduotys

Kaip rasti verslo idėją?	1	2	3
Kokia nauda iš geros verslo idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	1	2	3
Jeigu aš nepralaimiu, kiti negali laimėti - Konkurentų analizė	1	2	3
Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	13	14	15
Be pradinio kapitalo nėra žingsnio - Finansavimo gavimas	13	14	15
Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	13	14	15

Pokalbių šou

Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi projekto dalyviai Lietuvoje?	1	7	13
--	---	---	----

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencijoje dirbsite su šiais TALENTŲ IEŠKOTOJAIS

A

E

Jūs vertinsite šiuos dalyvius:

1
2
3
7
8
9
13
14
15

Grįžtamojo ryšio pokalbis

Grįžtamojo ryšio pokalbį vykdysite su:

7
8
9

TALENTŲ

Atliekant užduotis stebėsite šiuos dalyvius:

Praktinė veikla

1 etapas: Grupių diskusijos	10	11	12
2 etapas: Žaidimas „Bokštas“	10	11	12
3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti	10	11	12

Verslo kūrimo užduotys

Kaip rasti verslo idėją?	16	17	18
Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	16	17	18
Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti - Konkurencijos analizė	16	17	18
Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	4	5	6
Be pradinio kapitalo nė žingsnio - Finansavimo gavimas	4	5	6
Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	4	5	6

Pokalbių šou

Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi dalyviai Lietuvoje?	5	11	17
---	---	----	----

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencijoje dirbsite su šiais TALENTŲ IEŠKOTOJAIS

B

D

Jūs vertinsite šiuos dalyvius:

4
5
6
10
11
12
16
17
18

Grįžtamojo ryšio pokalbis

Grįžtamojo ryšio pokalbį vykdysite su:

10
11
12

TALENTŲ IEŠKOTCE

Atliekant užduotis stebėsite šiuos dalyvius:

Praktinė veikla

1 etapas: Grupių diskusijos	13	14	15
2 etapas: Žaidimas „Bokštas“	13	14	15
3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti	13	14	15

Verslo kūrimo užduotys

Kaip rasti verslo idėją?	7	8	9
Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	7	8	9
Jeigu aš nepralaimiu, kiti negali laimėti - Konkurentų analizė	7	8	9
Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	1	2	3
Be pradinio kapitalo nėra žingsnio - Finansavimo gavimas	1	2	3
Trumpas idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	1	2	3

Pokalbių šou

Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi projekto dalyviai Lietuvoje?	3	9	15
--	---	---	----

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencijoje dirbsite su šiais TALENTŲ IEŠKOTOJAIS

A

C

Jūs vertinsite šiuos dalyvius:

1
2
3
7
8
9
13
14
15

Grįžtamojo ryšio pokalbis

Grįžtamojo ryšio pokalbį vykdysite su:

13
14
15

TALENTŲ IEŠKOTCF

Atliekant užduotis stebėsite šiuos dalyvius:

Praktinė veikla

1 etapas: Grupių diskusijos	16	17	18
2 etapas: Žaidimas „Bokštas“	16	17	18
3 etapas: Parodyk savo talentą parduoti	16	17	18

Verslo kūrimo užduotys

Kaip rasti verslo idėją?	4	5	6
Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	4	5	6
Jeigu aš nepalaimiu, kiti negali laimėti - Konkurentų analizė	4	5	6
Rinkodaros tikslas- užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	10	11	12
Be pradinio kapitalo nėra žingsnio - Finansavimo gavimas	10	11	12
Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	10	11	12

Talkshow

Rojus ar dykuma verslo pradžiai? Kokias galimybes kurti verslą turi projekto dalyviai Lietuvoje?	4	10	16
--	---	----	----

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencija

TALENTŲ IEŠKOTOJŲ konferencijoje dirbsite su šiais TALENTŲ IEŠKOTOJAIS

B

D

Jūs vertinsite šiuos dalyvius:

4
5
6
10
11
12
16
17
18

Grįžtamojo ryšio pokalbis

Grįžtamojo ryšio pokalbį vykdysite su:

16
17
18



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_05

Auswertungstabelle

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Gebėjimų profilis (vardas) _____													
Užpildyti tik pilkus laukelius!													
Gėbėjimų vertinimas: silpnai = 1 vidutiniškai = 2 stipriai = 3 labai stipriai = 4 nepastebėta = 0	Grupių diskusijos	Žaidimas „Bokštas“	Parodyk savo talentą parduoti	Kaip rasti verslo idėją?	Kokia nauda iš geros idėjos, jei nėra klientų? - Klientų analizė	Jei aš nepralaimiu, kiti negali laimėti - Konkurencijos analizė	Rinkodaros tikslas - užuot pasyviai veikus, veržtis į rinką - Rinkodara	Be pradinio kapitalo nė žingsnio - Finansavimo gavimas	Trumpas verslo idėjos pristatymas („Lifto metodas“, angl. Elevator Pitch)	Rojus ar dykuma verslo pradžia?	Vidurkis	Bendras vertinimas	Galutinis vertinimas
	P1 Stropumas												
...atsižvelgia į užduoties reikalavimus (laiko ir turinio).											#####		
...teikia apgalvotus pasiūlymus dėl veiksmų ir produktų.											#####		
...darbus atlieka kruopščiai.											#####		
...dirba greitai, planuotai ir orientuojasi į rezultatą.											#####		
...atsižvelgia į patarimus ir užduoties formuluotę.											#####		
...teikia pasiūlymus, kuriuos pagrindžia.											#####	#####	#DIV/0!
P2 Ekstravertiškumas													
...neskatinamas dalyvauja diskusijose.											#####		
...užtikrintai gina savo nuomonę.											#####		
...reaguoja į kitų pasisakymus.											#####		
...pristato pasitikinčiai ir kai reikia, pradeda pirmas.											#####		
...džiaugiasi „savo“ produkto pristatymu.											#####		
...nebijo klausytojų, palaiko su jais kontaktą.											#####	#####	#DIV/0!
P3 Atkaklumas													
...dirba tikslingai ir orientuojasi į rezultatą.											#####		
...daro įtaką ir vadovauja grupei.											#####		

...siekia įtakos veiklos eigai ir rezultatui.			#####							
...skirsto užduotis.			#####							
...įgyvendina savo idėjas ir pasiūlymus.			#####							
...esant pagrįstiems prieštaravimams, gali atsisakyti savo nuomonės.			#####	#####	#DIV/0!					
P4 Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus										
...užduotis atlieka kūrybiškai.			#####							
...užduočių įvykdymui pritaiko žinias iš kitų sričių.			#####							
...problemas ir trūkumus performuluoja teigiamai.			#####							
...kuria verslo idėjas.			#####							
...aiškinasi apie verslo idėją (pvz., įgyvendinimo galimybės, teisėtumas).			#####							
...panaudoja žinias iš kitų sričių, norėdamas rasti ir patikrinti idėją.			#####	#####	#DIV/0!					
K1 Gebėjimas analizuoti situacijas										
...analizuoja konkurentus, ypač jų produktus, pagal tam tikras kategorijas.			#####							
...formuluoja klausimus, kad kuo daugiau sužinotų apie konkurentus.			#####							
...analizuoja konkurentų tikslus, strategijas ir veiksmus.			#####							
...randa finansavimo galimybių pradėjantiesiems verslininkams.			#####							
...nustato veiksnius, turinčius įtakos nuosavam kapitalui arba skolinantis.			#####							
...analizuoja reikalavimus verslui, susijusius su finansavimu.			#####	#####	#DIV/0!					
K2 Gebėjimas vertinti alternatyvius veiksmus										
...suformuluoja tam tikrus kriterijus, kad patikrintų verslo idėją.			#####							
...remdamasis kriterijais įvertina verslo idėją.			#####							
...priima pagrįstus sprendimus už arba prieš verslo idėją.			#####							
...numato galimas pasekmes priimant rinkodaros sprendimus.			#####							
...įvertina rinkodaros priemones, pavyzdžiui, jų teisėtumą, plusus ir minusus ir kt.			#####							
...pagrįstai nusprendžia už arba prieš konkrečias rinkodaros priemones.			#####	#####	#DIV/0!					
K3 Gebėjimas analizuoti poreikius										
...nustato konkurentų poreikius.			#####							

Mielieji 0 ,

Dalyvaujant „Jaunimo verslumo potencialo nustatymas“ projekte, turėjome galimybę būti šalia Jūsų. Remdamiesi verslumo potencialu, kurį mums pavyko pastebėti, trumpai pateikiame Jūsų stipriąsias puses.

Čia slypi Jūsų verslumo talentas:

Reikalavimas 1

Reikalavimas 2

Reikalavimas 2

Į ką ypač atkreipėme dėmesį:

Individualus tekstas : maždaug 3 sakiniai

Į ką ypač atkreipėme dėmesį:

Skatinimo galimybės, kurias per grįžtamojo ryšio pokalbį galima aptarti kartu su dalyviu

Pastaba: Šie rezultatai skirti tik Jums. Skirtingose srityse reikalavimai verslininkui gali skirtis. Atraskite, kurioje iš jų galite pritaikyti savo stipriąsias puses bei ugdyti jas toliau.

Linkime sėkmės ateityje!

Grižtamojo ryšio pavyzdžiai

P1 Stropumas	
Savybė	Aprašymas
silpnai	Užduotis atliekate palyginti atsakingai ir tiksliai. Mokymosi ir darbo strategijas (pavyzdžiui, laiko planavimas) kartais panaudojate efektyviai.
vidutiniškai	Užduotis atliekate atsakingai ir tiksliai. Mokymosi ir darbo strategijas (pavyzdžiui, laiko planavimas) dažniausiai panaudojate efektyviai.
stipriai	Užduotis atliekate labai atsakingai ir tiksliai. Mokymosi ir darbo strategijas (pavyzdžiui, laiko planavimas) dažniausiai panaudojate efektyviai.
labai stipriai	Užduotis atliekate visada labai atsakingai ir tiksliai. Mokymosi ir darbo strategijas (pavyzdžiui, laiko planavimas) panaudojate labai efektyviai.

Santrumpos

P1.1

P1.2

P1.3

P1.4

P2 Gebėjimas vertinti save	
Savybė	Aprašymas
silpnai	Gebate savo sėkmes ir galimas nesėkmes iš dalies priskirti savo gebėjimams.
vidutiniškai	Gebate savo sėkmes ir galimas nesėkmes dažniausiai teisingai priskirti savo gebėjimams.
stipriai	Gebate savo sėkmes ir galimas nesėkmes beveik visose situacijose teisingai priskirti savo gebėjimams.
labai stipriai	Gebate savo sėkmes ir galimas nesėkmes visada priskirti savo gebėjimams.

P2.1

P2.2

P2.3

P2.4

P3 Atkaklumas	
Savybė	Aprašymas
silpnai	Dirbdami grupėje, esate suinteresuoti planuoti darbo eigą. Kadangi siekiate harmonijos, labai greitai nusileidžiate prieštaravimams.
vidutiniškai	Dirbdami grupėje, gebate planuoti darbo eigą bei iš dalies paskirstyti užduotis. Kartu siekiate harmoningos darbo atmosferos ir greitai nusileidžiate prieštaravimams.
stipriai	Dirbdami grupėje, gebate suplanuoti darbo eigą bei paskirstyti užduotis. Kartu siekiate harmonijos ir reaguojate į prieštaravimus.
labai stipriai	Dirbdami grupėje, gebate suplanuoti darbo eigą bei labai gerai paskirstyti užduotis. Kartu siekiate harmonijos ir reaguojate į pagrįstus prieštaravimus.

P3.1

P3.2

P3.4

P4 Gebėjimas orientuotis į problemas ir jų sprendimus	
Savybė	Aprašymas
silpnai	Jūs stengiatės nebijoti susidurti su sunkiai išsprendžiamomis situacijomis. Susidorojate su neapibrėžtomis situacijomis ir kartais prisidedate, pasiūlydami kūrybingų sprendimų.
vidutiniškai	Dėl gebėjimų spręsti problemas, nebijote susidurti su sunkiai išsprendžiamomis situacijomis. Esate kūrybingas.
stipriai	Dėl didelių gebėjimų spręsti problemas, nebijote susidurti su sunkiai išsprendžiamomis situacijomis. Esate labai kūrybingas.
labai stipriai	Dėl didelių gebėjimų spręsti problemas, nebijote susidurti su sunkiai išsprendžiamomis situacijomis. Esate nepaprastai kūrybingas.

P4.1

P4.2

P4.3

P4.4

K1 Gebėjimas analizuoti situacijas	
Savybė	Aprašymas
silpnai	Gebate nustatyti įvairius verslo plano reikalavimus. Taip pat galite įvardinti poreikius verslininkui (pavyzdžiui, pokyčių), kuriant įmonę.
vidutiniškai	Gebate nustatyti esminius verslo plano reikalavimus. Taip pat galite pakankamai gerai įvardinti poreikius verslininkui (pavyzdžiui, pokyčių), kuriant įmonę.
stipriai	Gebate išsamiai nustatyti verslo plano reikalavimus. Taip pat galite įvardinti poreikius verslininkui (pavyzdžiui, pokyčių), kuriant įmonę.
labai stipriai	Gebate puikiai nustatyti verslo plano reikalavimus. Taip pat galite labai tiksliai įvardinti poreikius verslininkui (pavyzdžiui, pokyčių), kuriant įmonę.

K1.1

K1.2

K1.3

K1.4

K2 Gebėjimas analizuoti alternatyvius veiksmus	
Savybė	Aprašymas
silpnai	Gebate numatyti skirtingų sprendimų pasekmes, remdamiesi rizikos, organizavimo ir finansavimo analize. Galite atskirti veiksmų alternatyvas ir, renkantis bei kuriant verslo idėją, į jas atsižvelgti.
vidutiniškai	Gebate numatyti esmines skirtingų sprendimų pasekmes, remdamiesi rizikos, organizavimo ir finansavimo analize. Galite įvertinti veiksmų alternatyvas ir pakreipti verslo idėją bei prisidėti prie jos plėtojimo.
stipriai	Gebate beveik visose situacijose tiksliai numatyti skirtingų sprendimų pasekmes, remdamiesi rizikos, organizavimo ir finansavimo analize. Galite įvertinti veiksmų alternatyvas ir nukreipti bei išplėtoti geriausią verslo idėją.
labai stipriai	Gebate visiškai tiksliai numatyti skirtingų sprendimų pasekmes, remdamiesi rizikos, organizavimo ir finansavimo analize. Galite įvertinti veiksmų alternatyvas ir pakreipti bei pasiūlyti geriausią verslo idėją.

K2.1

K2.2

K2.3

K2.4

K3 Gebėjimas analizuoti poreikius

Savybė	Aprašymas	
silpnai	Gebate nustatyti įvairias suinteresuotas grupes (pavyzdžiui, verslo konsultantai, bankai, investuotojai) ir jų esminius poreikius suderinti su savaisiais.	K3.1
vidutiniškai	Gebate nustatyti įvairias suinteresuotas grupes (verslo konsultantai, bankai, investuotojai) ir jų poreikius suderinti su savaisiais.	K3.2
stipriai	Dėl savo analitinių gebėjimų gebate nustatyti įvairias suinteresuotas grupes (pavyzdžiui, verslo konsultantai, bankai, investuotojai) ir jų poreikius suderinti su savaisiais. Siekiate abiem pusėms palankios (angl. win-win) situacijos.	K3.3
labai stipriai	Dėl savo didelių analitinių gebėjimų gebate nustatyti įvairias suinteresuotas grupes (pavyzdžiui, verslo konsultantai, bankai, investuotojai) ir jų poreikius suderinti su savaisiais. Suderinę poreikius, gebate pasiekti abiem pusėms palankią (angl. win-win) situaciją.	K3.4

K4 Gebėjimas analizuoti ir vertinti bendradarbiavimo naudą

Savybė	Aprašymas	
silpnai	Nustatote bendradarbiavimo galimybes su potencialiais partneriais ir galite atpažinti bendradarbiavimo privalumus bei trūkumus.	K4.1
vidutiniškai	Nustatote bendradarbiavimo galimybes su potencialiais partneriais ir galite pateikti esminius bendradarbiavimo privalumus ir trūkumus. Atsižvelgiate ir į konkurenciją.	K4.2
stipriai	Nustatote bendradarbiavimo galimybes su potencialiais partneriais ir išsamiai analizuojate privalumus bei trūkumus. Visada išlaikote konkurenciją.	K4.3
labai stipriai	Nustatote bendradarbiavimo su potencialiais partneriais galimybes ir labai išsamiai analizuojate privalumus ir trūkumus. Visada ir visais atžvilgiais išlaikote konkurenciją.	K4.4

K5 Gebėjimas analizuoti rinką

Savybė	Aprašymas	
silpnai	Tokios rinkos analizės dalys, kaip, pavyzdžiui, paklausa, konkurencija, verslo idėjos inovatyvumas ir patekimo į rinką kliūtys, Jums yra žinomos.	K5.1
vidutiniškai	Gebate analizuoti rinką, įtraukdami tokius aspektus, kaip paklausa, konkurencija, verslo idėjos inovatyvumas ir galimos patekimo į rinką kliūtys.	K5.2
stipriai	Galite tvarkingai parengti rinkos analizę, kurioje atsižvelgiama į paklausą, konkurenciją, verslo idėjos inovatyvumą ir patekimo į rinką kliūtis.	K5.3
labai stipriai	Galite nepriekaištingai parengti išsamią rinkos analizę, kurioje atsižvelgiama į paklausą, konkurenciją, verslo idėjos inovatyvumą ir galimas patekimo į rinką kliūtis.	K5.4

K6 Gebėjimas analizuoti ekonomikos sistemas ir santvarkas

Savybė	Aprašymas	
silpnai	Jūs žinote, kad reikia atlikti sąlygų analizę pradedantiesiems verslininkams socialinės rinkos ekonomikoje, todėl atsižvelgiate į galimas valstybės ir privačias finansavimo programas.	K6.1
vidutiniškai	Jūs žinote, kad sąlygų analizę pradedantiesiems verslininkams socialinės rinkos ekonomikoje yra būtina. Turite pakankamai informacijos apie galimas valstybės ir privačias finansavimo programas.	K6.2
stipriai	Atlikti sąlygų analizę pradedantiesiems verslininkams socialinės rinkos ekonomikoje Jums atrodo būtina. Turite daug informacijos apie galimas valstybės ir privačias finansavimo programas.	K6.3
labai stipriai	Jums būtinybė atlikti sąlygų analizę pradedantiesiems verslininkams socialinės rinkos ekonomikoje yra savaime suprantama. Turite labai daug informacijos apie galimas valstybės ir privačias finansavimo programas.	K6.4



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_06

Agenda_Durchführung der Potenzialanalyse in Litauen

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





Deutsch-Baltische Handelskammer
in Estland, Lettland, Litauen
Vokietijos ir Baltijos šalių prekybos rūmai
Estijoje, Latvijoje, Lietuvoje

Projekto enterprise+ "Verslumo gebėjimų potencialo analizės" programa

2016 03 14 - 03 16

1 diena

09:00	Sveikinimo žodis Trumpas projekto "enterprise+ - inovatyvaus potencialo ir patirties sinergija" pristatymas Projekto dalies - verslumo gebėjimų potencialo nustatymo analizės <i>Losleger</i> pristatymas Projekto dalyvių/studentų susipažinimas (kontrolinis klausimas, elgesio taisyklės, tematinis įvadas)
-------	---

09:30	Asmenybės testas ir ekonominių žinių testas.
-------	--

10:45 Pertrauka

11:00	Pasiskirstymas į 3 grupes - 3 užduotys po 30 min. atskirose patalpose Užduotis 1 - grupių diskusijos (tema - Verslininkystė - sėkmės ir nesėkmės) Užduotis 2 - "Bokštas" Užduotis 3 - Pardavimo talentas
-------	---

12.30-13.15 Pietūs

13.15	Užduotis - kaip rasti verslo idėją, vienos idėjos atrinkimas (darbas tose pačiose grupėse) 45 min., trumpas pristatymas
-------	--

14.00	Užduotis - tikslinių grupių, potencialių klientų analizė, 90 min.
-------	---

16.00-16.15	Trumpas dienos aptarimas
-------------	--------------------------

2 diena

8.00	Praėjusios dienos apžvalga Užduotis - konkurentų analizė, duomenų susisteminimas, 90 min.
------	--

10.00	Užduotis - rinkodaros tikslai ir priemonės, trukmė 90 min.
12.00	Pietūs
12.45	Užduotis - pradinio kapitalo, finansavimo gavimas, trukmė 90 min.
14.15	Pasiruošimas trumpam (Lifto metodus) verslo idėjos pristatymui, 60 min.
15.15	3 grupių verslo idėjų/planų pristatymas po 5 min.
15.45-16.00	Trumpas dienos aptarimas
3 diena	
8.00	Praėjusios dienos apžvalga Pokalbių šou "Verslo steigimas Lietuvoje", darbas grupėse, 120 min.
10.00	Pertrauka
10.15-12.00	Kontroliniai klausimai dalyviams, pasiruošimas ir individualūs grįžtamojo ryšio pokalbiai su kiekvienu dalyviu
12.00	Pietūs
12.45-15.00	Tęsimi grįžtamojo ryšio pokalbiai. Vertinimo anketų pildymas.

Vieta: Vilniaus Kolegijos Ekonomikos fakultetas
Naugarduko g. 5

Visas dienas dalyvaus projekto ekspertė iš Vokietijos p. A. Dinh, Duisburgo-Eseno universiteto.





enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DER POTENZIALANALYSE

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-1]_07

Evaluationsbogen für Talentscouts

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Jūsų nuomonė...

...mums labai svarbi ir naudinga. Tai suteikia mums galimybių ir motyvacijos nuolatiniam tobulėjimui

SVARBA			Įvertinkite šias temas pagal jų svarbą (Jūsų lūkesčiai dalyvant šiuose mokymuose) ir turinio atskleidimo/realizavimo kokybę.	ĮVYKDYMAS					
Nelabai svarbu	Ivarbu	I. svarbu		Negaliu įvertinti	Labai blogai	blogai	Vidutiniškai	gerai	Labai gerai
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mokymų struktūra ir programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Prezentacijų temos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Prezentacijų turinys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Lektorių patirtis, kompetencija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informacinės medžiagos kiekis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Informacinės medžiagos kokybė (pateikimas, turinys...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Motyvavimas aktyviam dalyvavimui ir diskusijoms	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Diskusijų kokybė	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mokymų salė (estetika, atmosfera, įranga)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Maitinimo kokybė (pertraukų metu, pietūs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Labiausiai patiko...									
Nepatiko ...									
Pageidaučiau...									

Požiūris į enterprise+ įgyvendinimą Lietuvoje

Kokias matote stipriausias puses? [3 svarbiausios]	Kokios silpnosios vietos? [3 svarbiausios]
Kokie 3 svarbiausi palaikomieji veiksniai įgyvendinant projektą?	Įvardinkite 3 svarbiausius stabdančius veiksnius įgyvendinant projektą

Remdamiesi savo tarptautinio bendradarbiavimo patirtimi,
planuojame kitus projektus. Kurios temos būtų Jums aktualios?
[galimi keli atsakymai]

Kokybės
vadyba

Kokybė /
Kompetencijos

Vertinimo
sistemos

Viešasis
valdymas

E-vyriausybė

Aplinkosaugos
vadyba

Užimtumo didinimas

Žmogiškųjų
išteklų valdymas

Pageidaučiau gauti informacijos
apie kitus renginius

.....
Vardas, pavardė

.....
El. paštas

Dėkojame, kad dalyvavote!



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_08

Moderationsplan_Mentorenschulung

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Programa

1 DIENA:

LAIKAS	TURINYS
8:30 - 8:45 (15 MIN.)	SVEIKINIMO ŽODIS IR DALYVIŲ SUSIPAŽINIMAS
08:45-09:00 (15 MIN.)	VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ TIKSLAI IR TURINYS VYKDANT PROJEKTĄ BEI MOKYMO TIKSLAI IR PROGRAMOS PRISTATYMAS
09:00-09:45 (45 MIN.)	MENTORIŲ VAIDMUO IR UŽDUOTYS
09:45-10:00	<i>KAVOS PERTRAUKA</i>
10:00-12:15 (2 VAL.)	VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ KONCEPCIJA (PASIRUOŠIMAS; ĮVADAS; 1 IR 2 UŽDUOTYS)
12:15-13:15	<i>BENDRI PIETŪS</i>
13:15-15:15 (2 VAL.)	VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ KONCEPCIJA (3 IR 4 UŽDUOTYS)
15:15-15:30	<i>KAVOS PERTRAUKA</i>
15:30-17:30 (2 VAL.)	VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ KONCEPCIJA (5 IR 6 UŽDUOTYS)
17:30 – 18:00	KLAUSIMAI IR UŽBAIGIMAS

2 DIENA:

LAIKAS	TURINYS
9:00-9:15	SVEIKINIMO ŽODIS, TRUMPA APŽVALGA
9:15-11:15 (2 VAL.)	VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ KONCEPCIJA (FINANSINĖ DALIS)
11:15-11:30	<i>KAVOS PERTRAUKA</i>
11:30-13:30 (2 VAL.)	VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ KONCEPCIJA (5 DIENA)
13:30-14:30	<i>BENDRI PIETŪS</i>
14:30-16:00 (1 VAL. 30 MIN.)	SITUACIJŲ PAVYZDŽIAI: GRUPINĖ DINAMIKA <ul style="list-style-type: none"> • KOMANDOS KŪRIMAS (ANGL. TEAM BUILDING) • KŪRYBINIAI METODAI
16:00 – 16:15	<i>KAVOS PERTRAUKA</i>
16:15 - 17:45	SITUACIJŲ PAVYZDŽIAI: GRUPINĖ DINAMIKA <ul style="list-style-type: none"> • MOTYVACIJA • KONFLIKTAI • GRĮŽTAMASIS RYŠYS
17:45-18:15	KLAUSIMAI, VERTINIMAS



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_09

Präsentation "Mentorenschulung: Einführung, Ziele und Inhalte"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Projektas Enterprise+

innovative potential meets experience

- Naujovių perkėlimas –

Mentorių mokymai
Įvadas, tikslai ir turinys

Vilnius, 2015 10 26-27

Projektą finansuoja Europos Sąjunga



Erasmus+

Human Ressource
Management &
Qualification



IAW

RUB

1. Projekto pristatymas
2. Verslo kūrimo dirbtuvės
 2. 1 Tikslai ir tikslinės grupės
 2. 2 Struktūra ir turinys
 2. 3 Eiga
3. Mentorių mokymai
 2. 1 Verslo kūrimo dirbtuvės kaip pagrindas
 2. 2 Tikslai
 2. 3 Turinys

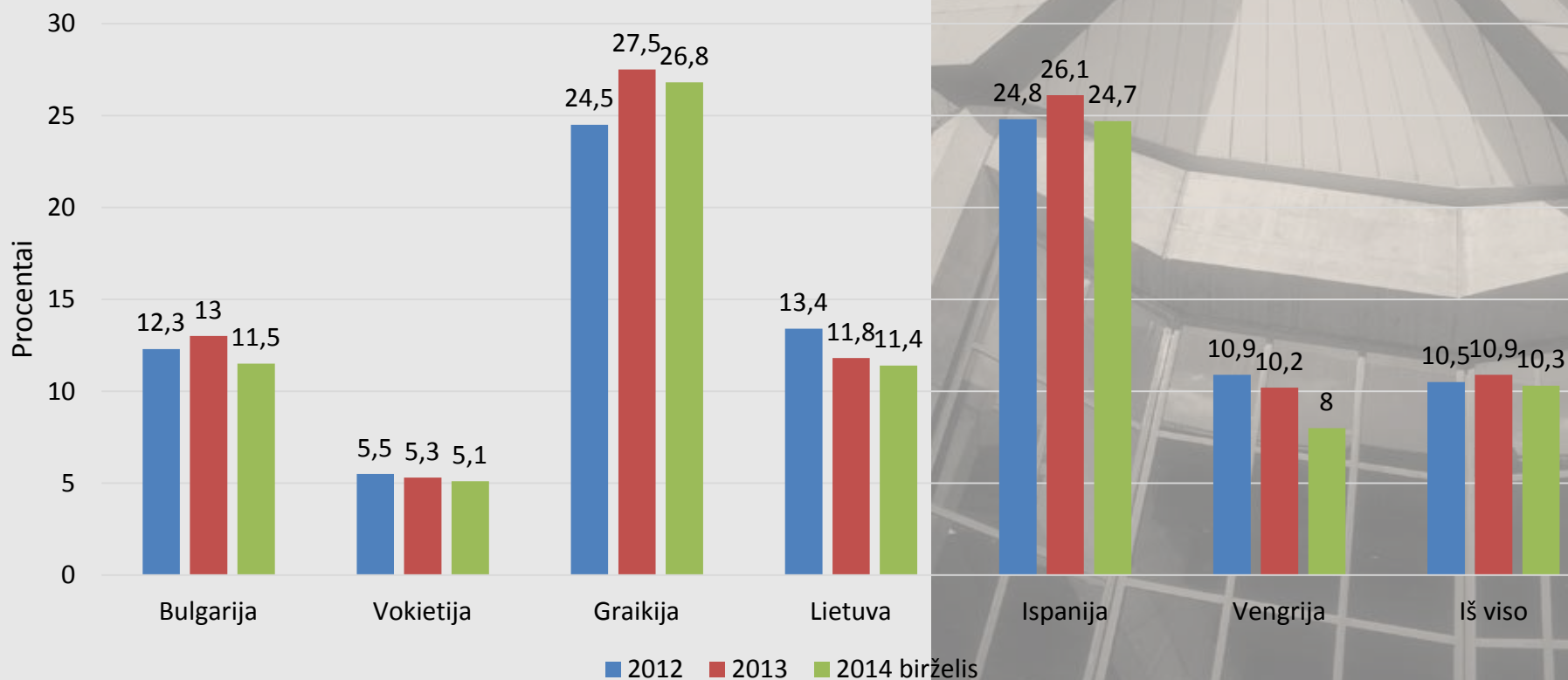


1. Europos iššūkiai



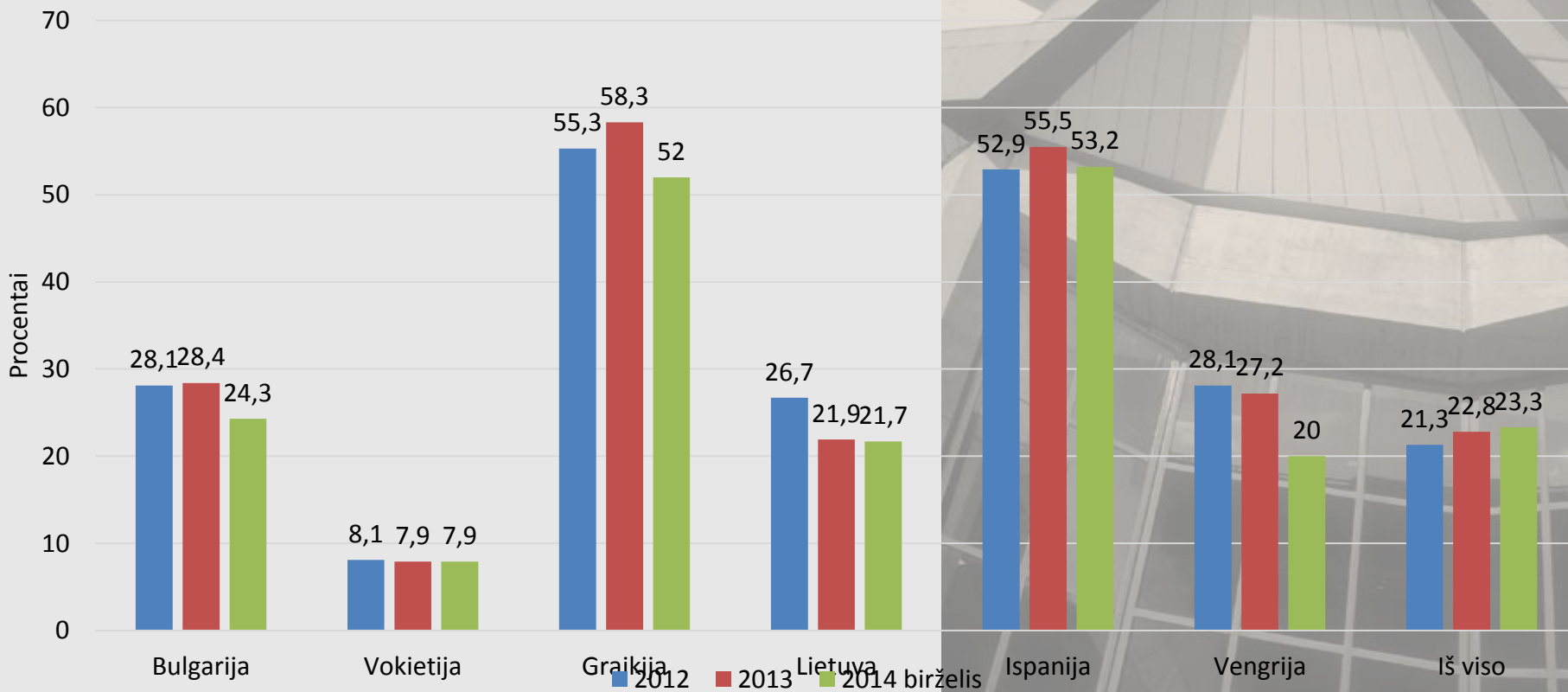
Iššūkis: Nedarbas Europoje

Registruotas bendras nedarbo lygis

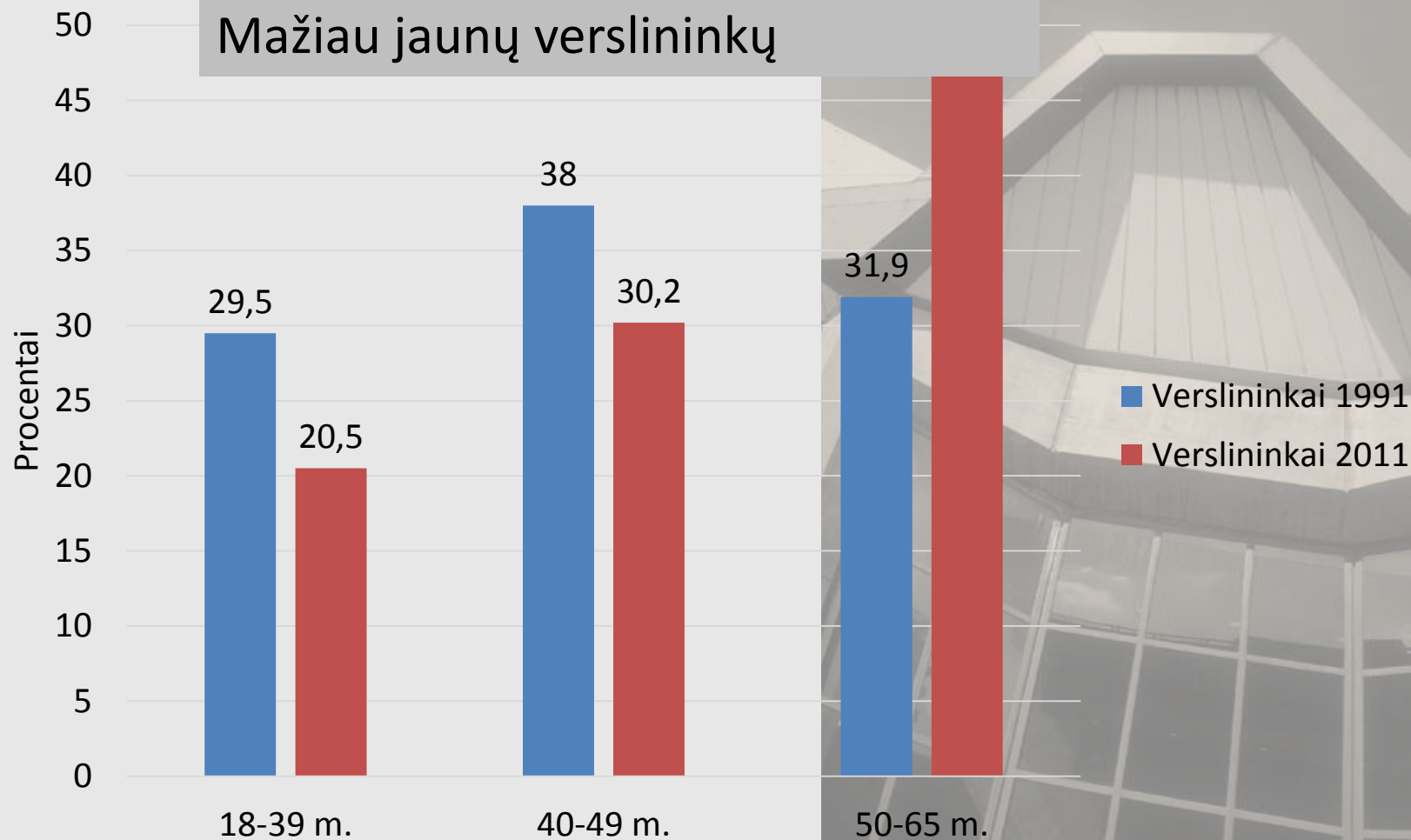


Iššūķis: Nedarbas Europoje

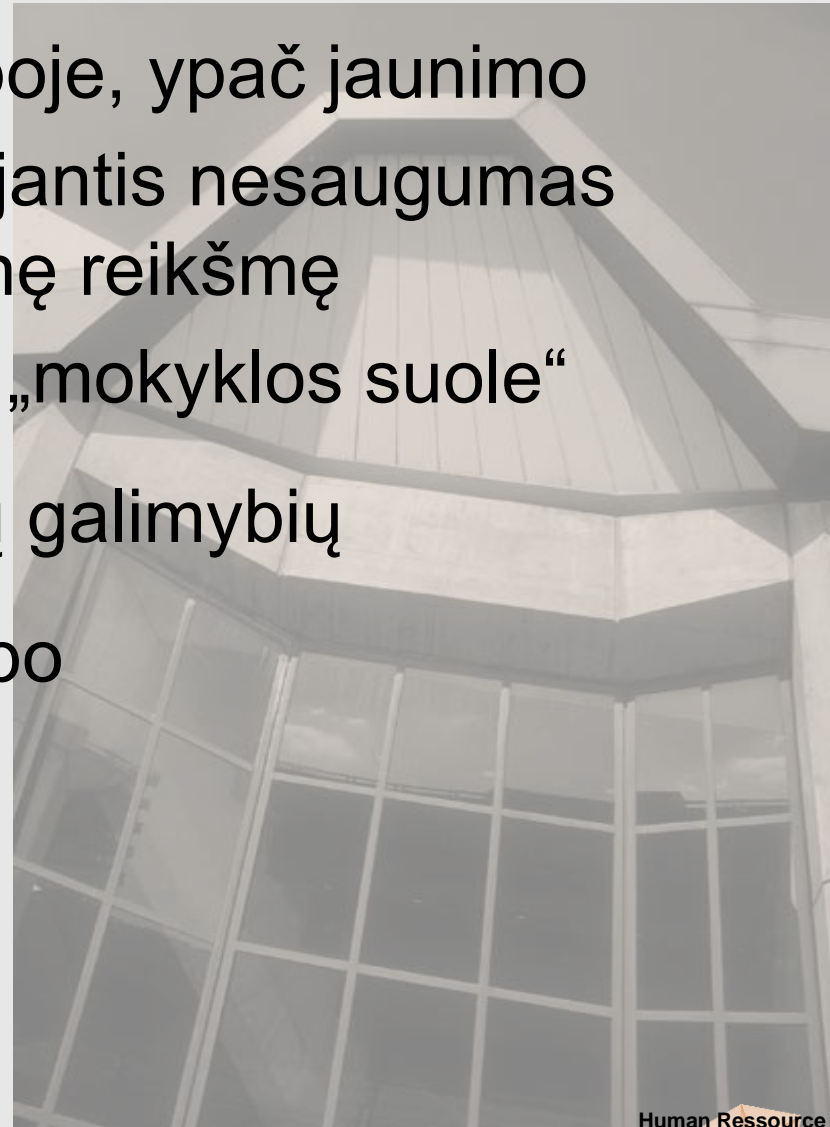
Jaunimo nedarbas: didesnis



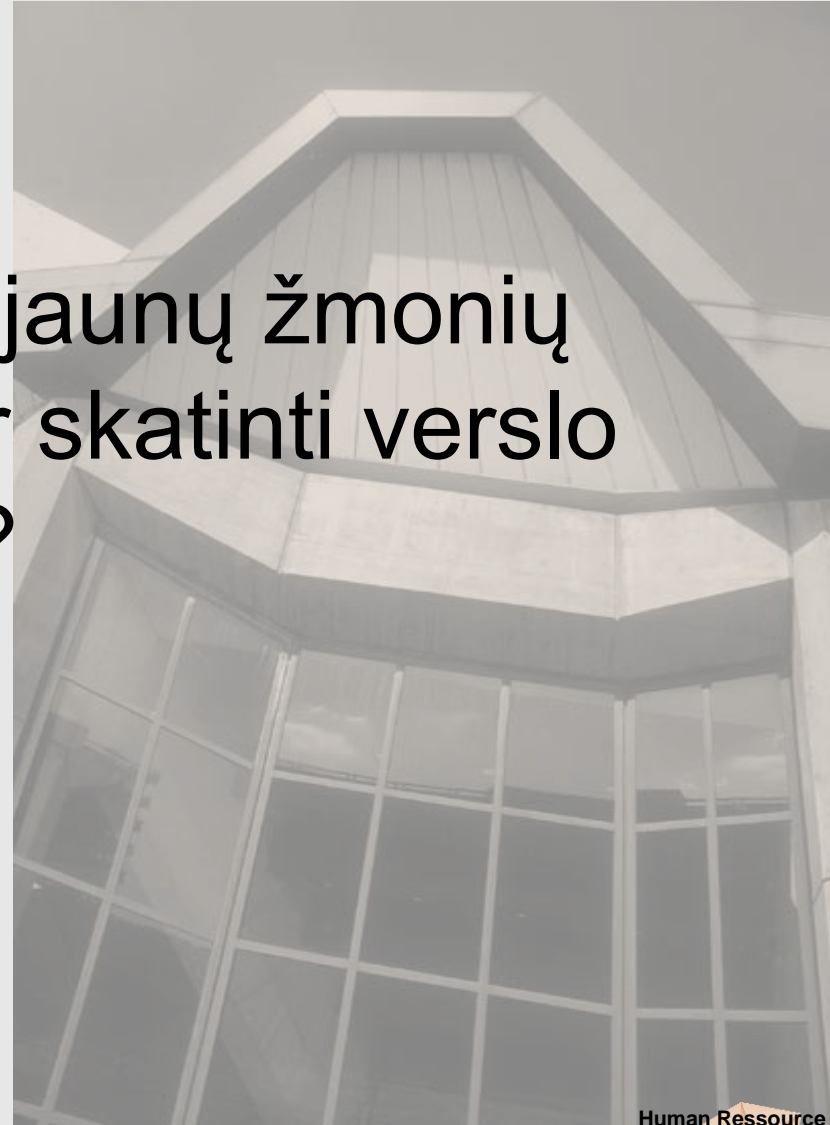
Iššūkis: Verslo kūrimo problemos



- Aukštas nedarbo lygis Europoje, ypač jaunimo
- Auganti globalizacija → didėjantis nesaugumas
→ verslumas įgyja vis didesnę reikšmę
- Verslumo įgūdžių neįgyjama „mokyklos suole“
- Reikia kurti naujų užsiėmimų galimybių
- Atotrūkis tarp švietimo ir darbo



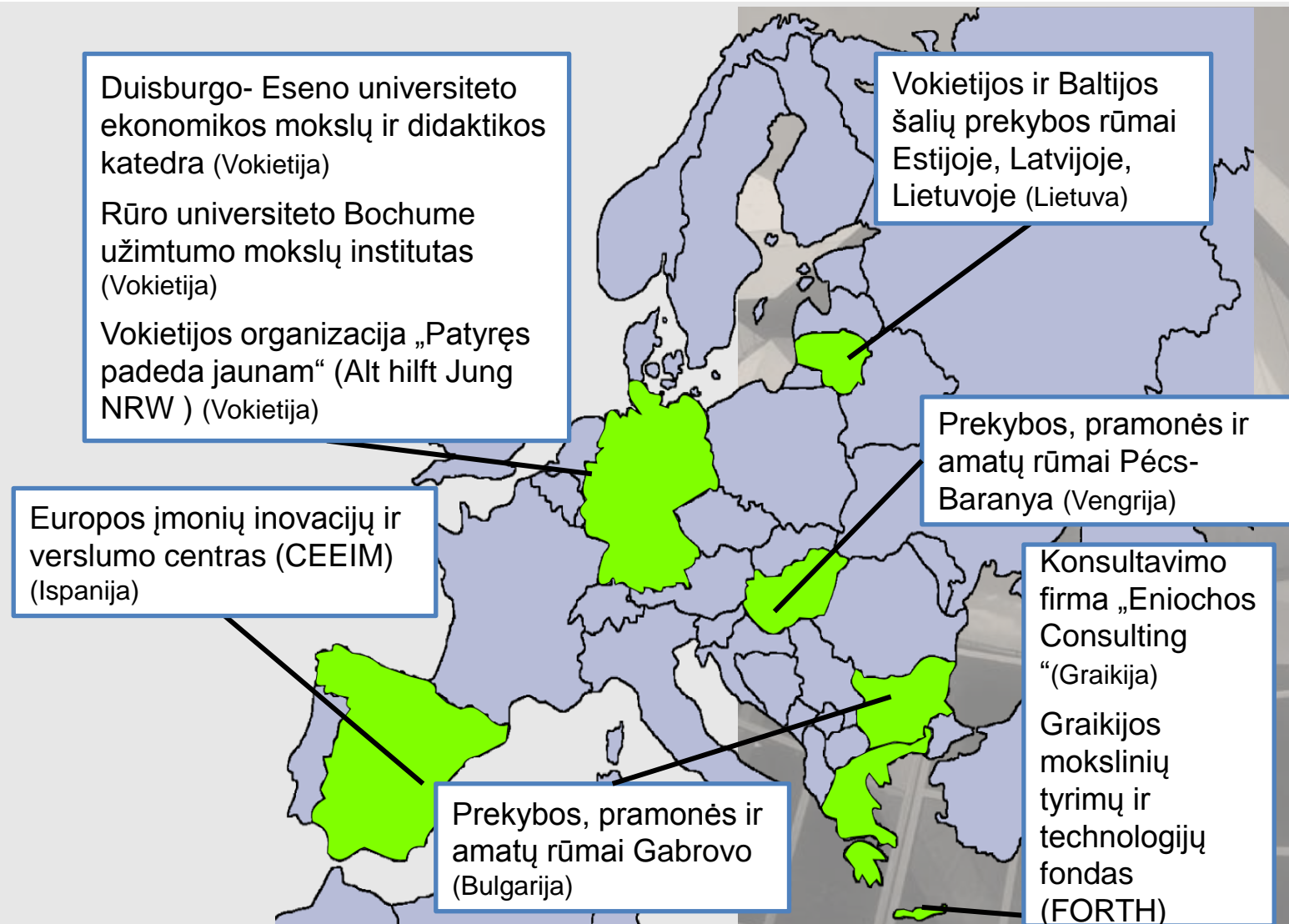
Kaip anksti atpažinti jaunų žmonių verslumo potencialą ir skatinti verslo kūrimą?



2. Projekto partneriai



Projekto partneriai



3. Projekto tikslai



- Jaunimo nedarbo mažinimas užtikrinamas...

Analizuojant ir
ugdant jaunų
žmonių
verslumo
įgūdžius

Parodant
verslo kūrimo
galimybę ir
skatinant
iniciatyvą

Skatinant
kartų
solidarumą
puoselėjan-
čias koman-
as ir kuriant
naujus mo-
kymo metodus

Kuriant
Europos
tinklą,
užtikrinantį
kartų
solidarumą
puoselėjan-
tį darbą

4. Įgyvendinimo priemonės



Du metodai, kurie turi būti taikomi visose ES šalyse:

Potencialo
analizė
(→ Projektas
„Jaunimo
verslumo
potencialo
nustatymas“)

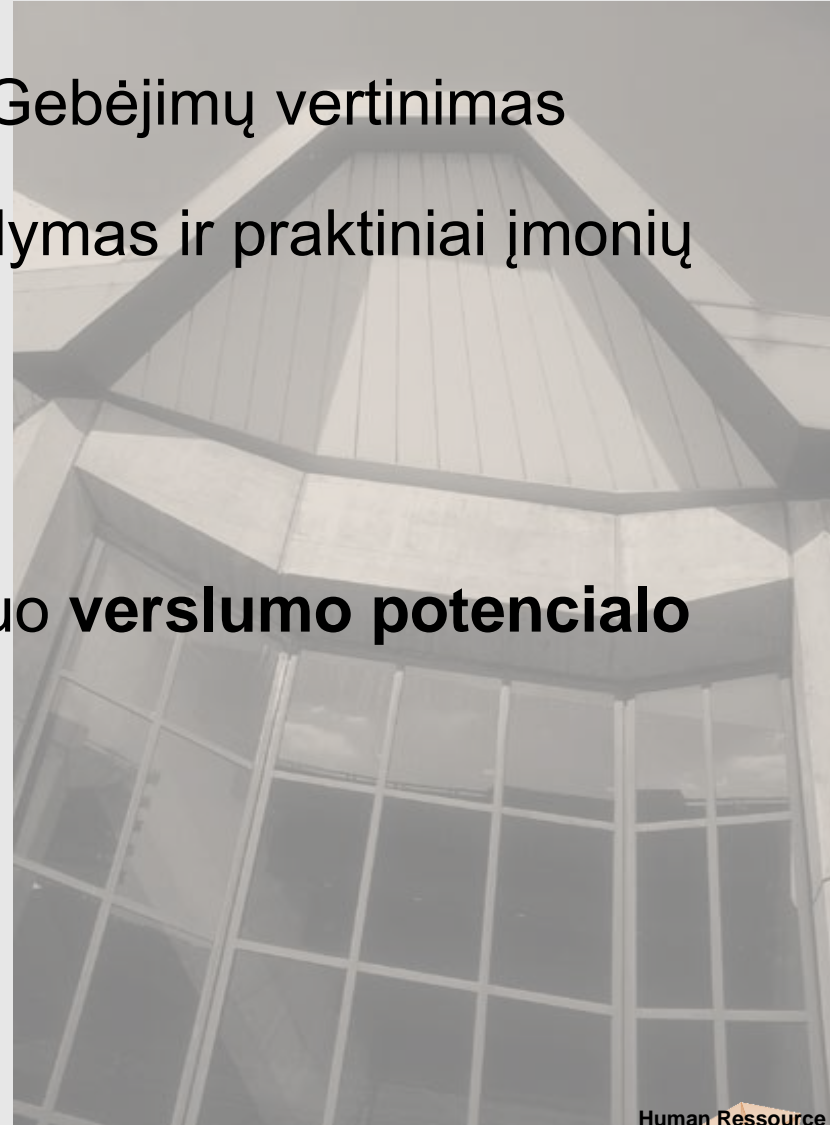
Mokinių
įmonės
(→ „Deutscher
Gründerpreis“)

Kaip jie suderinami?

Verlumo potencialo analizė → Gebėjimų vertinimas

Mokinių įmonės → Gebėjimų ugdymas ir praktiniai įmonių steigimo pratimai

- Gebėjimų ugdymas priklauso nuo **verlumo potencialo analizės** rezultatų



5. Projekto veikla ir etapai



Verslumo potencialo analizė

- Vertinimo priemonė
- Tokia išsami kaip vertinimo centre, kur pateikiamas detalus grįžtamasis ryšys apie verslumo įgūdžius

Verslo kūrimo dirbtuvės, mokinių/studentų imonės

- Patyrę vadovai konsultuoja jaunimą („Patyręs padeda jaunam“, Alt hilft Jung NRW e.V.)

Savarankiško mokymosi medžiagos kūrimas

Temos:

- Verslumo potencialo analizė jaunimui
- Nuo mokinių įmonių valdymo iki įmonės steigimo projektų
- Tinklų kūrimas ir inovacijų sąjunga jauniems verslininkams
- Verslo kūrimas kaip profesinė veikla jaunimui

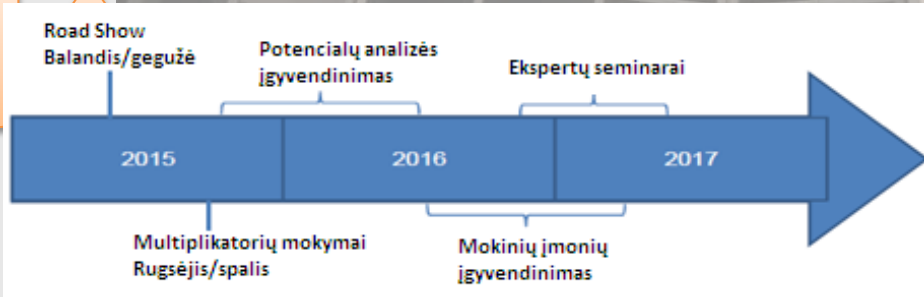
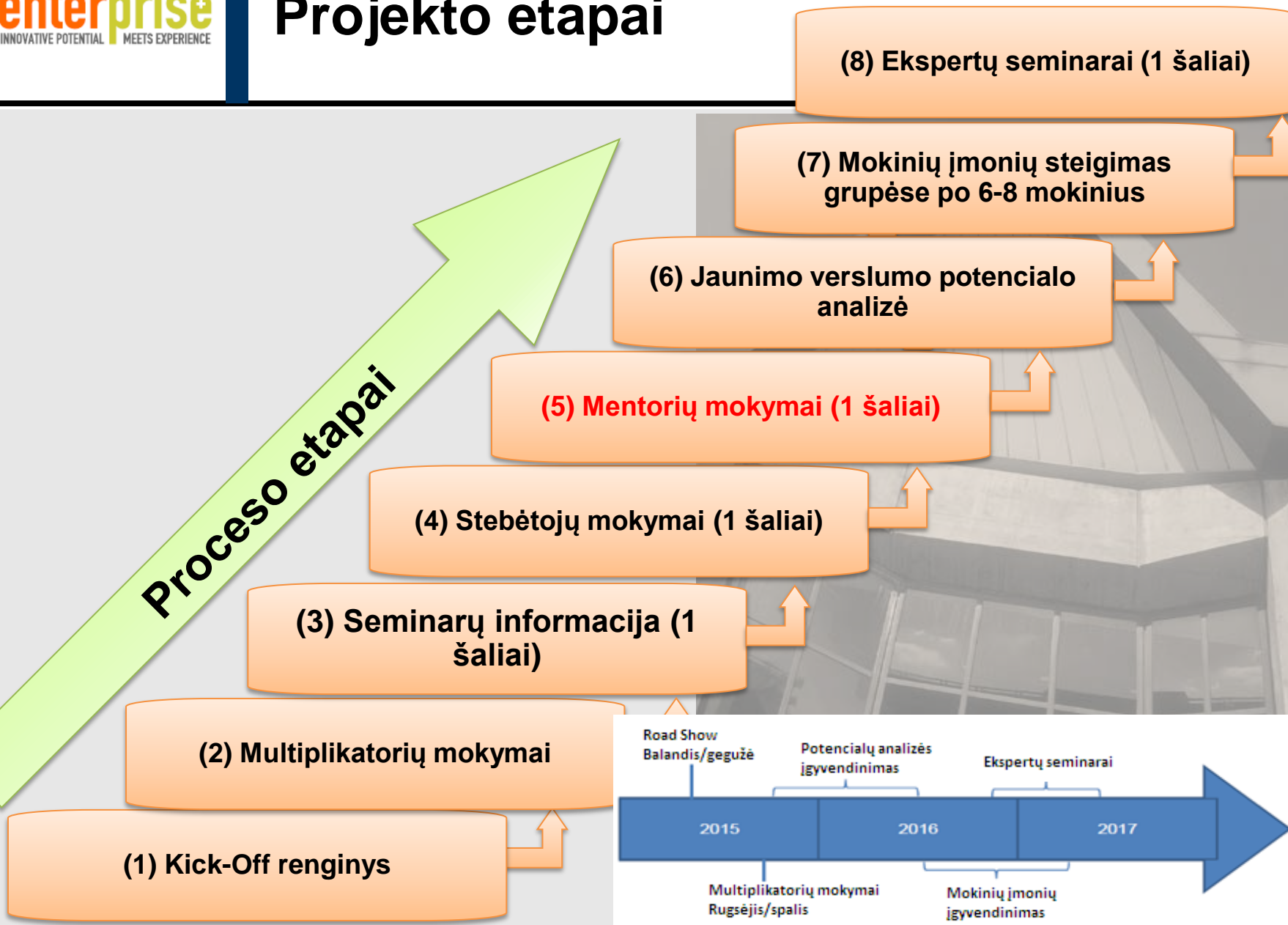
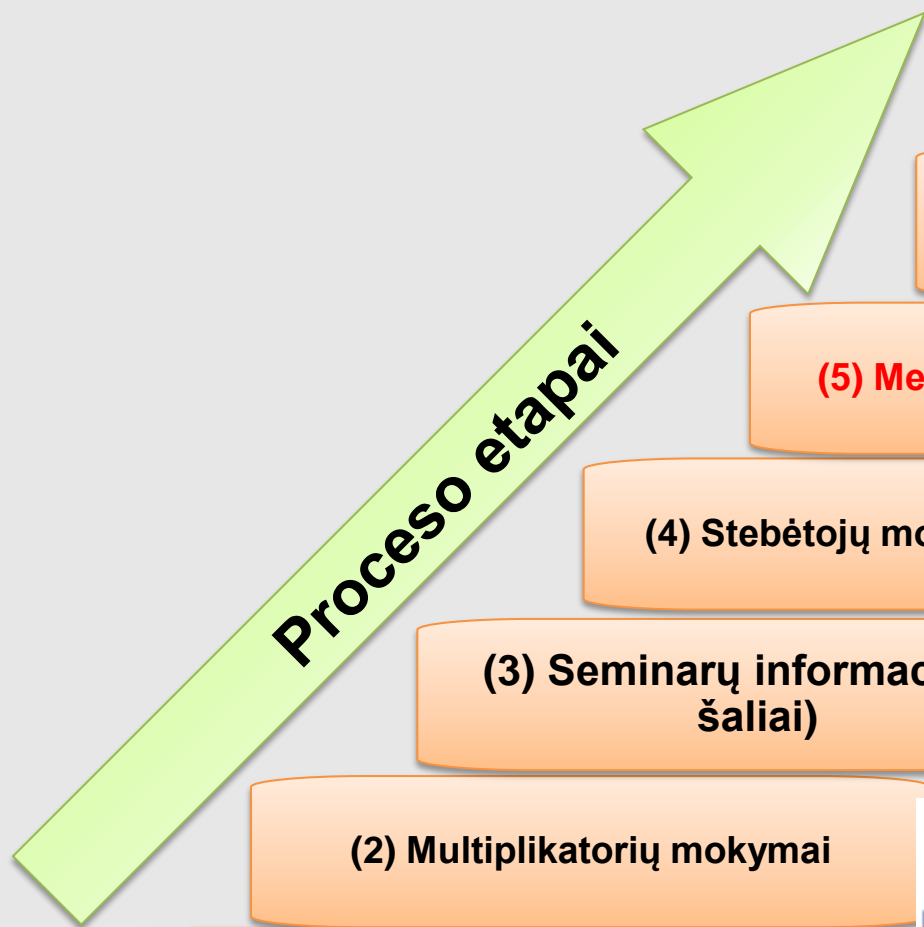
Pagrindinės prielaidos

Orientavimasis į stipriąsias puses

Verslumo mąstymo ir įgūdžių iš dalies išmokstama

Mokymasis veikiant (angl. Learning by doing)

Projekto etapai



Verslo kūrimo dirbtuvēs



Tikslas: Jaunimo verslumo įgūdžių ugdymas

1

Išmokti/sužinoti apie verslo plano struktūrą ir turinį iš patyrusių (buvusių) vadovų

2

Informuoti apie galimas kliūtis ir pavojus, taip pat galimybes ir šansus rengiant verslo planą

3

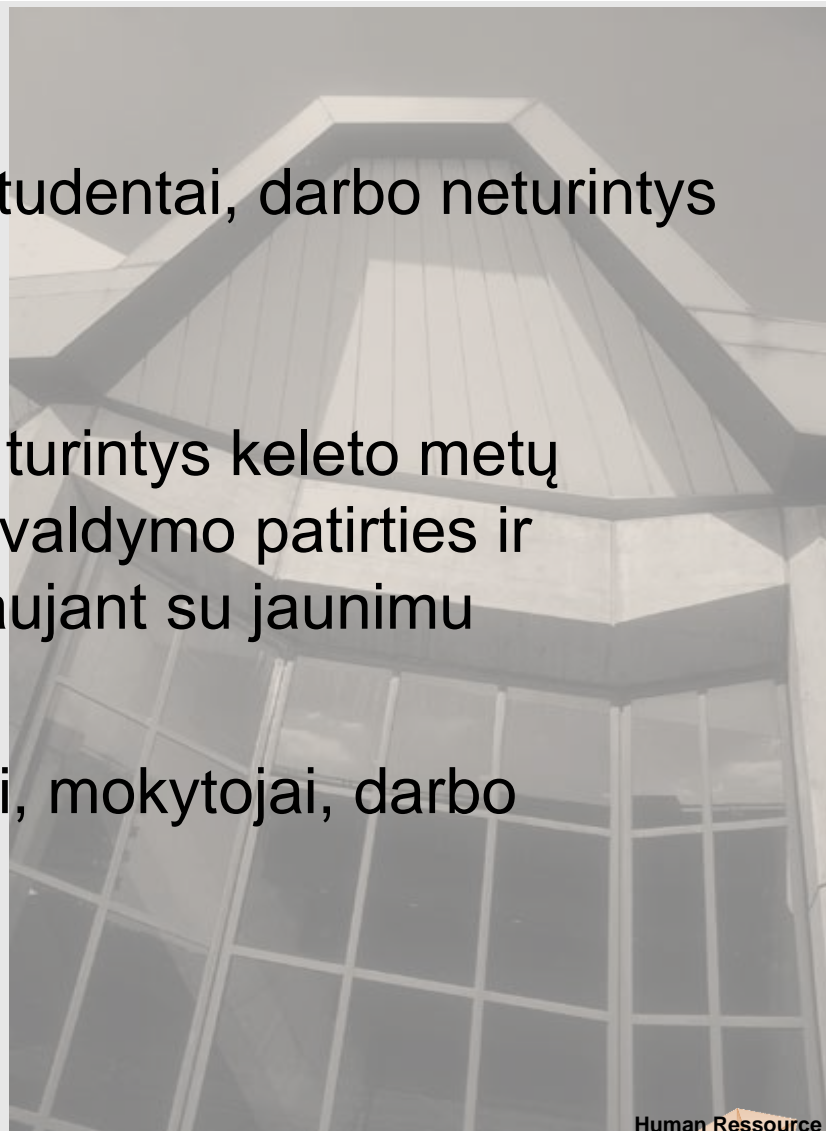
Parengti verslo planą mažose grupėse, padedant apmokytam ir patyrusiam mentoriui, pabaigoje pristatant planą bei suteikiant grįžtamąjį ryšį

4

Skatinti savarankiškumą ir išmokti bei išbandyti projektų valdymo metodus ir priemones

Dalyviai:

- 15 – 18 m. jaunuoliai: mokiniai, studentai, darbo neturintys jaunuoliai nuo 16 – 25 m.
- 10 mentorių: (buvusieji) vadovai, turintys keletą metų vadovavimo verslui arba įmonės valdymo patirties ir turintys socialinių įgūdžių, bendraujant su jaunimu
- 1 – 2 organizatoriai: AHK atstovai, mokytojai, darbo agentūros atstovai ir t.t.



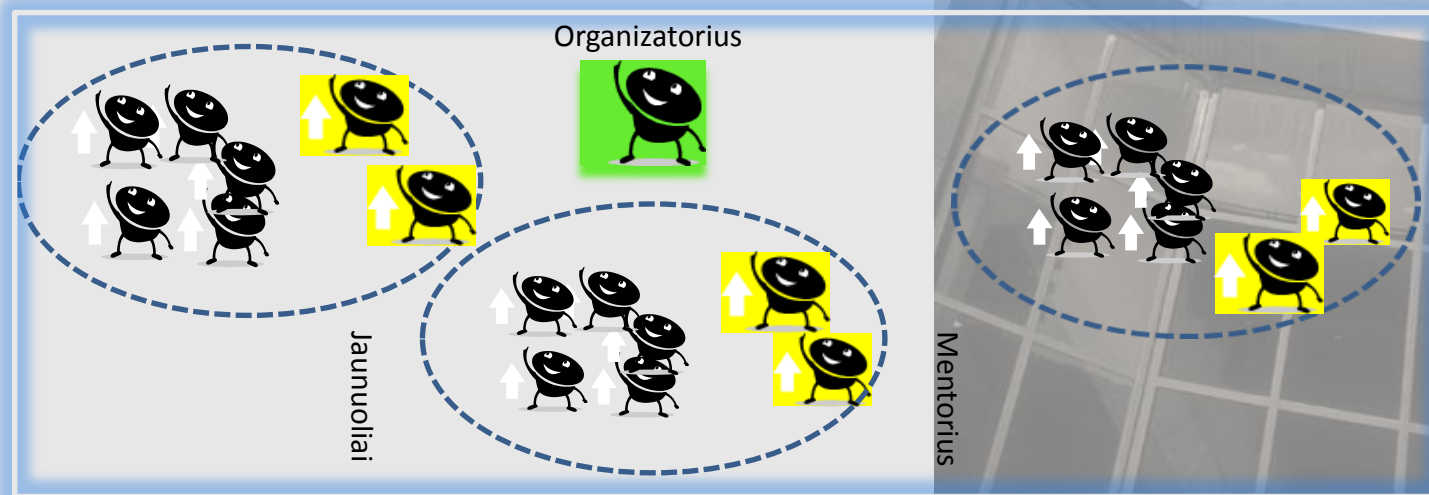
Verslo kūrimo dirbtuvės

Tikslas: Jaunimo verslumo įgūdžių ugdymas

Struktūra ir turinys

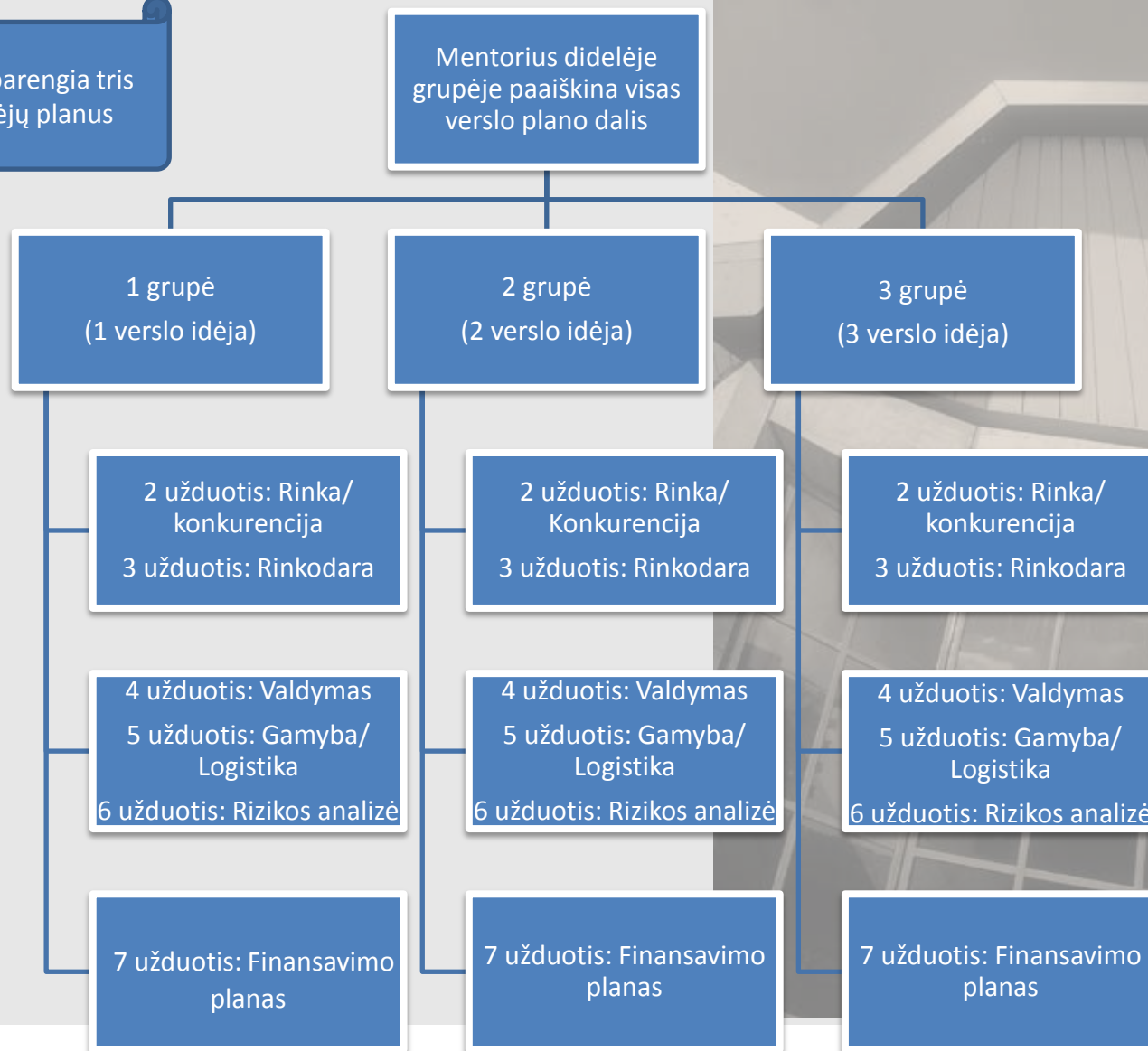
1 diena	2 diena	3 diena	4 diena	5 diena
Susipažinimas Verslo idėja	Rinka/ Konkurencija Rinkodara	Valdymas Gamyba/Logistika Rizikos analizė	Finansai	Verslo plano pristatymas

Mentoriaus vaidmuo ir užduotys



Darbo proceso organizavimas grupėje/ 1 variantas

Trys mažos grupės parengia tris skirtingų verslo idėjų planus



Darbo proceso organizavimas grupėje/ 2 variantas

Trys mažos grupės parengia tris skirtingų verslo idėjų planus

Mentorius didelėje grupėje paaškina visas verslo plano dalis

1 grupė
(1 verslo idėja)

2 grupė
(1 verslo idėja)

3 grupė
(1 verslo idėja)

Mentorių mokymai

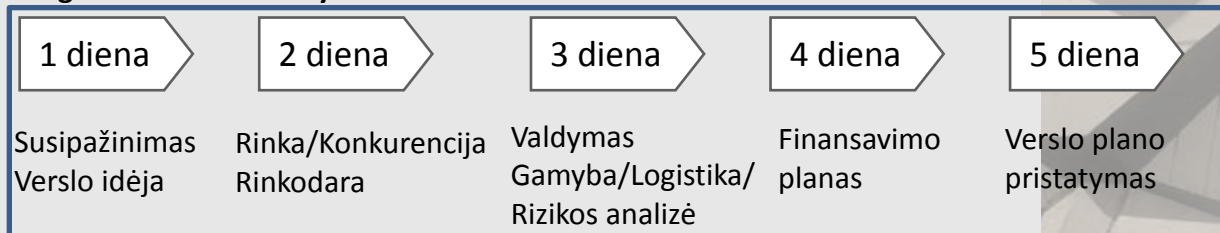


„Verslo kūrimo dirbtuvēs“ kaip pagrindas mentoriumi

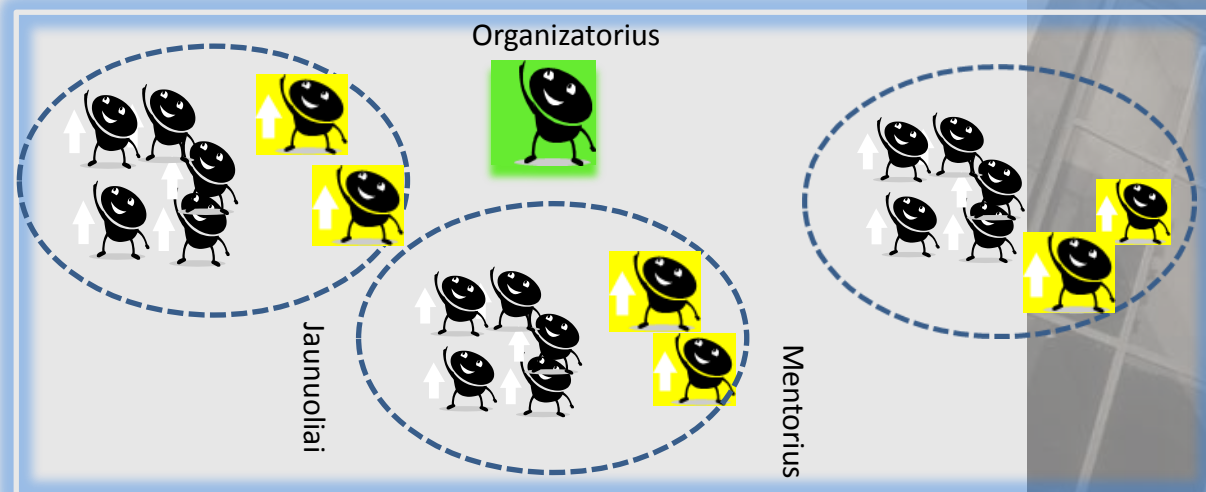
Verslo kūrimo dirbtuvēs

Tikslas: Jaunimo verslumo jūgūdzīų ugdymas

Organizavimas ir turinys



Mentoriaus vaidmuo ir užduotys



Ką turi sugebėti mentorius?

Verslo kūrimo dirbtuvių koncepcija:

- Tikslai
- Turinys
- Eiga

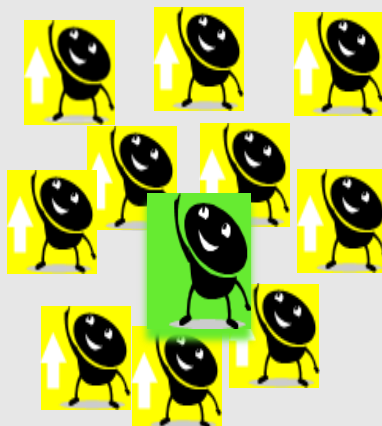


Gebėjimai

- Projektų valdymas
- Mentorstė/koučingas
- Moderacija

Verslo kūrimo dirbtuvių mentorių kvalifikacija

Mentorių mokymai



Tikslas: Būsimų mentorių kvalifikacija

1

Susipažinti su verslo kūrimo dirbtuvių koncepcijos tikslais, struktūra ir turiniu bei gebėti savarankiškai juos įgyvendinti

2

Paaikškinti mentoriaus vaidmenį ir jo užduotis bei reikšmę verslo kūrimo dirbtuvėms

3

Projektų valdymas; suprasti mentorystę ir metodus bei žinoti verslo kūrimo dirbtuvių tobulinimo priemones

4

Suprasti komandos kūrimo procesus ir žinoti, kaip tikslingai kontroliuoti procesą

Mentorių mokymų esmė

Perteikti žinias:

Ugdyti kompetencijas:

Verslo kūrimo dirbtuvių koncepcija	Kompetencijos
1) Darbas su užduočių sąsiuviniumi	1) Darbas su grupių dinamikos procesais
- 1 užduotis „Idėjos radimas“	- Komandos kūrimas - Kūrybiškumo strategijos
- 2 užduotis „Rinka/Konkurencija“ - 3 užduotis „Rinkodara“	- Motyvacija
- 4 užduotis „Valdymas“ - 5 užduotis „Gamyba/Logistika“ - 6 užduotis „Rizikos analizė“	- Konfliktai - Grįžtamasis ryšys
- 7 užduotis „Finansavimo planas“	

Ačiū už dėmesį!

**IAW projekto komanda dėliaugiasi
sėkmingu bendradarbiavimu su Jumis!**

**Kontaktai:
Dr. Martin Kröll
Martin.kroell@rub.de**



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_10

Präsentation "Aufgaben und Rollen von Mentoren"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Mentoriaus vaidmuo ir užduotys

Vilnius, 2015 10 26



Erasmus+



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Mentoriaus vaidmuo ir užduotys

Klausimai susirinkimo metu:

Kokį vaidmenį atlieka mentorius ir kuo jis skiriasi nuo mokytojo?
Kokios mentoriaus užduotys?
Kokias papildomas užduotis galėtų atlikti mentorius verslo kūrimo dirbtuvėse?



Mentoriaus vaidmuo

- Pavyzdys
- Savo patirtimi ir žiniomis dalijasi su kitais (praktiniai patarimai, socialiniai tinklai, neformalios taisyklės)
- Padeda nepatyrusiam (besimokančiam) asmeniui tobulėti profesiniu ir asmeniniu atžvilgiu
- Santykiai neparemti pavaldinio ir vadovo (mokytojo) vaidmenimis

- Vadovauja susirinkimams ir atliekant verslo kūrimo dirbtuvių užduotis
- Organizuoja ir kontroliuoja susirinkimus



Mentoriaus užduotys

- Motyvuoja ir įkvepia grupę
- Grupei paaiškina temą
- Iliustruoja sėkmės istorijų pavyzdžiais iš „tikro gyvenimo“
- Kuria teigiamą ryšį su mokiniu

- Teikia konstruktyvų grįžtamąjį ryšį
- Padeda mokiniui toliau ugdyti gebėjimus
- Pastebi problemas ir padeda jas spręsti
- Padeda į viską žvelgti objektyviai



enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Ačiū!



Erasmus+



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_11

Präsentation "Projektmanagement im Rahmen von Gründungsworkshops"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

**Projektų
valdymas
įgyvendinant
verslo kūrimo
dirbtuves**

Vilnius, 2015 10 26



Erasmus+



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Verslo kūrimo dirbtuvės kaip projektas

- Sudėtingas ir gana naujas
metodas
- Aiškūs turinio ir laiko tikslai
- Inovatyvi koncepcija
- Riboti ištekliai
- Aiški atsakomybė
- Tam tikros rizikos



Verslo kūrimo dirbtuvēs kaip projektas

Projektų valdymas

- Sudėtingo, naujo, laiko atžvilgiu riboto projekto valdymas, norint pasiekti tam tikrą tikslą
- Projekto planavimas, valdymas, reguliavimas ir kontroliavimas

Pagrindiniai verslo kūrimo dirbtuvių projekto valdymo elementai

1. Projekto tikslo paaiškinimas
2. Projekto etapų nustatymas ir laiko valdymas (laiko planas)
3. Organizacinės struktūros nustatymas
4. Socialinių procesų valdymas (komandos kūrimas, vadovavimas, komunikacija, konfliktų valdymas)

5. Problemų sprendimo metodų ir „geriausios praktikos“ taikymas
6. Rezultatų kokybės kontrolė (atsižvelgiant į tikslus)





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Ačiū!



Erasmus+



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_12

Präsentation "Gründerworkshop"

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

**Verslo kūrimo
dirbtuvių
konceptcija**

Vilnius, 2015 10 26



Erasmus+

Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Verslo kūrimo dirbtuvių konceptija

1. Pasiruošimas
2. 1 diena: Įvadas, verslo idėja
3. 2 diena: Rinka/konkurencija ir rinkodara
4. 3 diena: Gamyba/įsigijimas/logistika;
valdymas/teisinė forma; rizikos analizė
5. 4 diena: Finansavimo planas
6. 5 diena: Verslo plano pristatymas ir grįžtamasis
ryšys



1. Pasiruošimas

Organizaciniai dalykai:

- **Susisieki su organizatoriais:**
 - Informacija apie grupę (dalyvių skaičius ir grupės sudėtis, žinios, patirtis, verslo idėjos)
- Informuokite organizatorius apie (technines) pagalbines priemones, patalpų skaičių, kurių Jums reikės

Turinys:

- **Susipažinti su dalyvių užduotimis**
- **Apgalvokite, kaip paaiškinsite verslo plano dalis (atsižvelkite į dalyvių žinias)**
- **Apgalvokite bendro darbo taisykles**



→ Darbo rezultatas: įtikinamos verslo idėjos aprašymas

1 diena

— Įvadas

1 diena: Įvadas

Prieš grupėms pradėdant dirbti, skirkite laiko...

- Paaiškinti verslo kūrimo dirbtuvių tikslą (→projekto tikslas)
- Pristatyti laiko planą (→laiko planas)
- Susipažinti dalyviams (→ komandos kūrimas)
- Paaiškinti dalyvių lūkesčius dirbtuvėms
- Sukurti teigiamą atmosferą (komandos kūrimas)

- Nustatyti vaidmenis, užduotis, atsakomybę ir taisykles (su dalyviais) (→organizacinė struktūra) (→konfliktų prevencija)
- Paaiškinti, kad jūs vadovaujate, tačiau neatliekate drausmintuvo funkcijos, pristatydami savo kompetencijas ir kitą informaciją (patirtis ir t.t.)

– Verslo idėjos radimas
(1 užduotis)

→ Darbo rezultatas: įtikinamos verslo idėjos aprašymas

1 diena: Verslo idėjos radimas (1 užduotis)

3 įgyvendinimo galimybės:

1. Pačių dalyvių sugalvota idėja
2. Pasirinkimas iš dalyvių pateiktų pasiūlymų (Kriterijai: reikšmė vartotojams ir unikalus pardavimo pasiūlymas (angl. “Unique Selling Point”))
3. Mentorius pasiūlymas

1 diena: Verslo idėjos radimas (1 užduotis)

3 įgyvendinimo galimybės:

1. Pačių dalyvių sugalvota idėja
2. Pasirinkimas iš dalyvių pateiktų pasiūlymų (Kriterijai: reikšmė vartotojams ir unikalus pardavimo pasiūlymas (angl. “Unique Selling Point”))
3. Mentorius pasiūlymas

Pliusai ir minusai:

1) Už:

- + Didina motyvaciją
- + Skatina kūrybiškumą
- + Dalyvavimas bendrame procese

1) Prieš:

- Užima daug laiko

1 diena: Verslo idėjos radimas (1 užduotis)

3 įgyvendinimo galimybės:

1. Pačių dalyvių sugalvota idėja
2. Pasirinkimas iš dalyvių pateiktų pasiūlymų (Kriterijai: reikšmė vartotojams ir unikalus pardavimo pasiūlymas (angl. “Unique Selling Point”))
3. Mentorius pasiūlymas

Pliusai ir minusai:

2) Už:

- + Taupomas laikas
- + Dalyviai mokosi atpažinti „gerą idėją“ pagal kriterijus
- + Pasirinkimas iš įvairių dalyvių idėjų
- + Mentorius gali pasiūlyti idėjų iš „savo srities“
- + Mentorius gali iš anksto rasti svarbios informacijos apie rinką ir tam tikrą sritį

2) Prieš:

- Dalyviams idėja gali nepatikti– mažėja motyvacija
- Dalyvavimas ne visame procese
- Neskatinamas kūrybiškumas

1 diena: Verslo idėjos radimas (1 užduotis)

3 įgyvendinimo galimybės:

1. Dalyviai sugalvoja patys
2. Pasirinkimas iš dalyvių pateiktų pasiūlymų (Kriterijai: reikšmė vartotojams ir unikalus pardavimo pasiūlymas (angl. “Unique Selling Point”))
3. Mentorius pasiūlymas

Pliusai ir minusai:

3) Už:

- + Taupomas laikas
- + Dalyviai mokosi atpažinti „gerą idėją“ pagal kriterijus
- + Pasirinkimas iš įvairių dalyvių idėjų
- + Mentorius gali pasiūlyti idėjų iš „savo srities“
- + Mentorius iš anksto gali rasti svarbios informacijos apie rinką ir tam tikrą sritį

3) Prieš:

- Dalyviams idėja gali nepatikti – mažėja motyvacija
- Gali būti suprasta kaip liepimas
- Dalyvavimas ne visame procese
- Neskatinamas kūrybiškumas

1 diena: Verslo idėjos radimas (1 užduotis)

Užduotis dalyviams:

- Aprašykite savo prekės/paslaugos požymius ir savybes
- Ar Jūsų prekė/paslauga yra naujovė rinkoje ar tai geresnis jau esamo produkto variantas?
- Kuo Jūsų prekė/paslauga skiriasi nuo kitų (unikalus pardavimo pasiūlymas)?
- Ar yra tiesioginių arba netiesioginių substitūtų Jūsų prekei/paslaugai?
- Koks produkto pavadinimas ir kuo išsiskiria prekės ženklas?
- Koks Jūsų įmonės pavadinimas ir koks logotipas jai tinka?

1 diena: Verslo idėjos radimas (1 užduotis)

**“Unikalus pardavimo
pasiūlymas”:**

- Prekė/paslauga turėtų aiškiai skirtis nuo rinkoje esančių panašių produktų
- Į prekę/paslaugą reikėtų žvelgti iš vartotojų perspektyvos (vartotojui atlieka tą pačią funkciją, pvz., margarinas kaip sviesto pakaitalas)

- Rinka ir konkurencija
(2 užduotis)
 - Rinkodara
(3 užduotis)

→ Dienos darbo rezultatas:

- Rinkos ir konkurencijos aprašymas
- Rinkodaros koncepcija

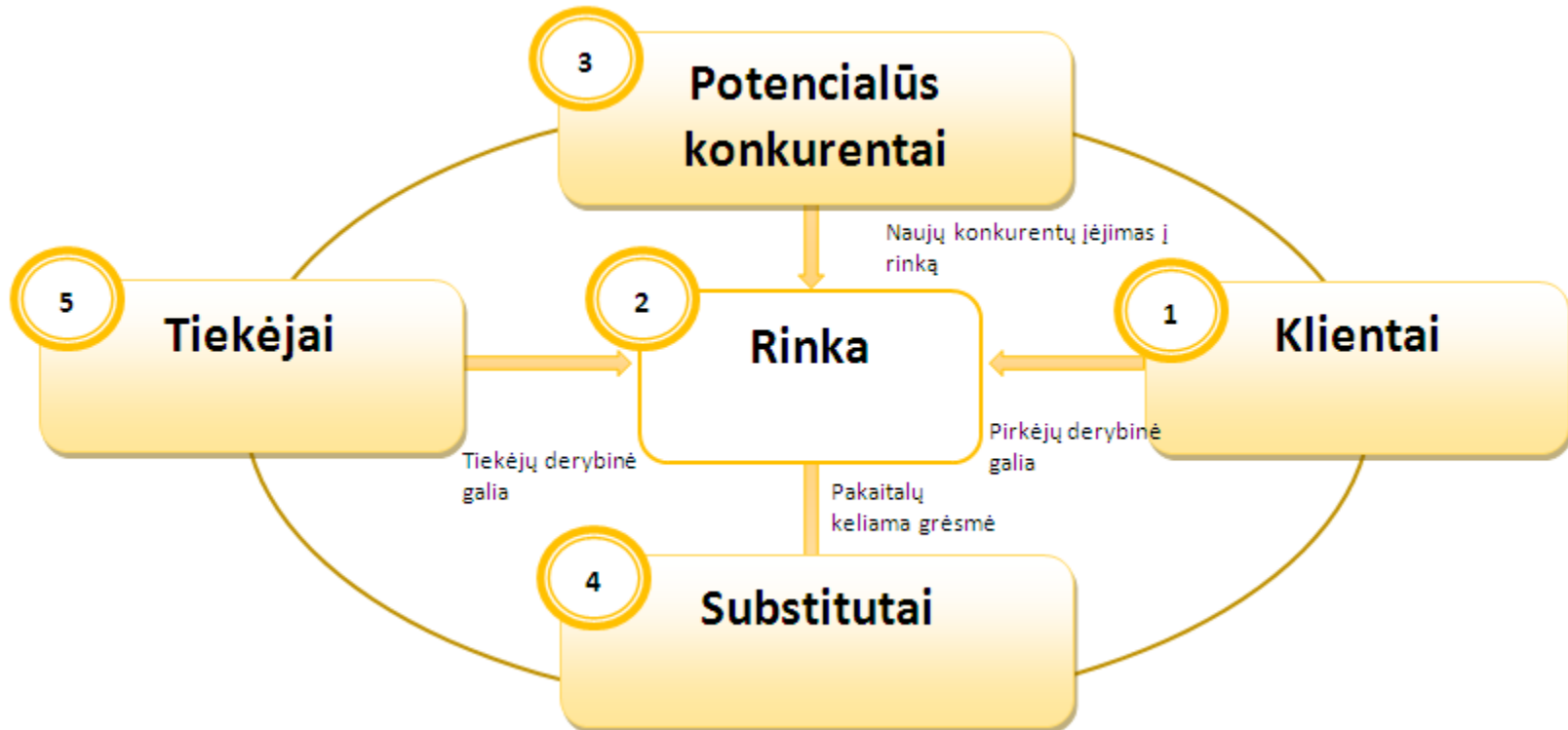
– Rinka ir
konkurencija
(2 užduotis)

→ Dienos darbo rezultatas:

- Rinkos ir konkurencijos aprašymas

2 diena: Rinka ir konkurencija

Porterio penkių konkurencinių jėgų modelis:



→ Kuo didesnė konkurencija, tuo mažesnės sėkmės galimybės

2 diena: Rinka ir konkurencija (2 užduotis)

1. Klientai-tikslinė grupė:

- Kam siūloma prekė/paslauga?
- Klientų požymiai:
- Demografinis aprašymas (lytis, amžius, namų ūkio dydis, namų ūkio pajamos, profesija ir t.t.)
- Pirkimo įpročiai
- Poreikiai

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

- Kokiai tikslinei grupei skirta Jūsų prekė/paslauga, t.y. kas gautų naudos iš Jūsų prekės/ paslaugos ir kas galėtų sau tai leisti?
- Apibūdinkite savo tikslinę grupę, remdamiesi išvardintais kriterijais.

2 diena: Rinka ir konkurencija (2 užduotis)

2. Rinkos potencialo nustatymas:

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

Atitinkama rinka:

Kokioje srityje siūlysite savo prekę/produktą?

Rinkos dydis:

Kokio dydžio yra Jums aktuali rinka/rinkos segmentas?

Raskite informacijos, remdamiesi statistika, AHK, bankais ir t.t. Atlikdami apytikslius skaičiavimus, remkitės surinkta informacija apie pramonės šaką.

Rinkos situacija:

Ar rinka prisotinta? Auganti?
Sustingusi ar mažėjanti?

2 diena: Rinka ir konkurencija (2 užduotis)

3. Konkurencijos nustatymas:

Didėjant pasiūlai ir išliekant tokiai pat paklausai, mažėja visų įmonių rentabilumas rinkoje.

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

- Kokie konkurentai siūlo panašius produktus Jums aktualioje rinkoje, srityje, segmente?
- Ar nauji konkurentai su panašia preke/paslauga gali lengvai patekti į rinką?
- Kiek reikia laiko, kad konkurentai nukopijuotų idėją?

– Rinkodara (3 užduotis)

- Dienos darbo rezultatas:
- Rinkos ir konkurencijos aprašymas
 - Rinkodaros koncepcija

2 diena: Rinkodara (3 užduotis)

Platinimo koncepcijos kūrimas:

- Platinimo būdai:
 - Tiesioginis platinimas
 - Mažmeninė prekyba
 - Platinimas pasitelkiant trečiuosius asmenis (didmenininkus)
 - Bendradarbiavimo partneriai
 - Franšizė
 - Internetinė prekyba

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

- Kokie galėtų būti Jūsų idėjos platinimo kanalai? Raskite informacijos apie skirtingas galimybes ir aptarkite grupėje, kokie kanalai ir kodėl tinka Jūsų įmonei. Įvardinkite privalumus ir trūkumus.

2 diena: Rinkodara (3 užduotis)

Kainų nustatymo metodai (žr. užduočių sąsiuvinyje):

- Remiantis realiai pasiekiamu valandiniu tarifu
- Remiantis faktinėmis išlaidomis
- Remiantis vertės įsivaizdavimu
- Remiantis vidutinėmis konkurentų kainomis

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

- Grupėje aptarkite išankstinius skaičiavimus. Raskite informacijos apie kainodarą, remdamiesi kredito įstaigomis, konsultantais, mokesčių inspekcija arba prekybos rūmais.
- Kokią įtaką turi Jūsų kaina numatytiems pardavimams?
- Kaip keičiasi apyvarta (= realizavimo kiekis x kaina), esant skirtingoms kainoms?

2 diena: Rinkodara (3 užduotis)

Komunikacijos politika:

- Kaip pasieksite savo tikslinę grupę?
 - Tiesioginė rinkodara (laiškai/skrajutės, telemarketingas ir t.t.)
 - Internetinis puslapis, paieškos sistemos optimizavimas
 - Dalyvavimas mugėse ir parodose
- Ryšiai su visuomene/Public Relations (straipsniai ir pranešimai apie Jus, Jūsų įmonę ir prekę/paslaugą)
- Reklama žiniasklaidoje (spauda, radijas, televizija, kinas, internetas, socialinė žiniasklaida)
- Apsilankymas pas klientus

2 diena: Rinkodara (3 užduotis)

Komunikacijos politika:

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

- Kokios sklaidos galimybės tinka Jūsų verslo idėjai? Rinkdamiesi komunikacijos priemonę, visuomet atkreipkite dėmesį į skvarbą ir išlaidas. Reklama televizijoje turi didžiausią skvarbą, tačiau gali labai daug kainuoti. Įvertinkite naudą ir išlaidas.

- Gamyba, įsigijimas, logistika
- Valdymas ir teisinė forma
- Rizikos analizė

→ Dienos darbo rezultatai:

- Gamybos ir pirkimo planas
- Logistikos strategija
- Organizacinė struktūra ir teisinė forma
- SSGG analizė

Gamyba, įsigijimas, logistika (4 užduotis)

- Darbo dienos rezultatai:
- Gamybos ir pirkimo planas
 - Logistikos strategija

3 diena: Gamyba, įsigijimas, logistika (4 užduotis)

Gaminant ir paskirstant prekes:

- Gamybai: pirminiai produktai/dalys, įrankiai/mašinos, vieta gamybai
- Prekybai: prekių pirkimas, sandėliavimas, pristatymas klientams

Teikiant paslaugas:

- Gamybos ir logistikos nebelieka. Klausimas: kaip reikėtų aptarnauti klientus?

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

- Produktus ketinate pirkti ar gaminti patys?
Aptarkite grupėje, ką, kaip, kur pirksite, gaminsite ir sandėliuosite. Apgalvokite ir transportavimą.

Valdymas (5 užduotis)

- Dienos darbo rezultatai:
- Organizacinė struktūra

3 diena: Valdymas (5 užduotis)

- Vidinės struktūros sąvoka
- Įmonės veikimo ir efektyvumo užtikrinimas

Klasikinės pozicijos įmonėje:

- Vadovavimas
- Rinkodara & platinimas
- Plėtra ir kokybės valdymas
- Prekyba, logistika & pirkimai
(tiekimo grandinė, angl. Supply Chain)
- Personalas
- Kontrolė & apskaita

3 diena: Valdymas (5 užduotis)

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

Kuris komandos narys kurią poziciją turėtų užimti?

Apibrėžkite, kokios užduotys priklauso tam tikrai pozicijai.

Teisinė forma (5 užduotis)

- Dienos darbo rezultatai:
- Teisinės formos nustatymas

3 diena: Teisinė forma (5 užduotis)

- Išorinės struktūros sąvoka
- Skirtingos teisinės formos turi skirtingas atsakomybę reguliuojančias ir mokestines pasekmes
- Galimų teisinių formų pavyzdžiai:
 - IĮ
 - UAB
 - ?

Pagrindiniai klausimai dalyviams:

Kokia teisinė forma geriausiai tinka Jūsų įmonei?

Savo pasirinkimą pagrįskite ir paaiškinkite, kodėl kitos teisinės formos tinka mažiau. Daugiau informacijos apie teises formas galite rasti internete.

Rizikos analizė (6 užduotis)

- Dienos darbo rezultatai:
- SSGG analizė

3 diena: SSGG analizė (6 užduotis)

- SSGG analizė (stiprybės, silpnybės, galimybės, grėsmės)
- Analizuojamos
 - Vidinės stiprybės ir silpnybės
 - Nuo išorinės aplinkos priklausančios galimybės ir grėsmės
- Sujungus stiprybių/silpnybių ir galimybių/grėsmių analizes, galima sukurti įmonės strategiją.

3 diena: SSGG-analizė (6 užduotis)

SSGG-analizė		Verslo idėjos analizės rezultatai (Įmonės vidaus atžvilgiu)	
		Stiprybės	Silpnybės
Rinkos analizės rezultatai (Įmonės išorės atžvilgiu)	Galimybės	Įmonės stiprybių panaudojimas, siekiant išnaudoti įmonės galimybes	Įmonės silpnybių nugalėjimas, siekiant išnaudoti įmonės galimybes
	Grėsmės	Įmonės stiprybių panaudojimas, siekiant sumažinti grėsmes	Įmonės silpnybių ir grėsmių sumažinimas

3 diena: SSGG-analizė (6 užduotis)

Vidinių stiprybių ir silpnybių pavyzdžiai:

- Turimo kapitalo dydis
- Produkto/paslaugos kokybė
- Korporacinė tapatybė/įmonės dizainas
- Įvaizdis
- Užduočių atlikimo efektyvumas
- Darbuotojų kvalifikacija/patirtis
- Motyvacija (darbo atmosfera; atsidavimas)
- ...

Išorinių galimybių/grėsmių pavyzdžiai:

- Potencialių klientų skaičius
- Konkurentų struktūra/potencialių konkurentų skaičius
- Biudžeto būklė
- Demografinė raida
- Klientų reikalavimai/pageidavimui
- Konkurentų strategijos/veikla
-

– Finansavimo planas (7 užduotis)

→ Dienos darbo rezultatai:

- Nuoseklus finansavimo planas

4 diena: Finansavimo planas (7 užduotis)

1. Reikalingo kapitalo planas

- Investicijos
- Įmonės steigimo išlaidos
- Įmonės kapitalas

2. Finansavimo planas

- Nuosavos lėšos
- Skolintos lėšos

3. Rentabilumo planas/pelno prognozė

- Apyvarta
- Išlaidos
- Pelnas

4. Likvidumo planas:

- Įplaukos
- Išlaidos

- Verslo plano santrauka (8 užduotis)
- Grįžtamieji pokalbiai

→ Dienos darbo rezultatai:

- Atskirų verslo plano dalių santrauka
- Grįžtamasis ryšys dalyviams

5 diena: Verslo plano santrauka (8 užduotis)

Užduotis dalyviams:

- Padarykite atskirų verslo plano dalių santrauką (ant vienos lapo pusės)
- Jei būtumėte bankininkas ir Jūsų paklaustų, ar duotumėte kreditą startuoliui, ką norėtumėte žinoti?

Pasirinktina, jei bus laiko:

Su dalyviais galite aptarti (elgesio) taisykles verslo pasaulyje:

- Ką noriu pasiekti, su kuo nors susitikdamas/a?
- Kaip norėčiau būti suprastas/a kitos pusės?
- Kaip turiu atrodyti ir elgtis, kad sukurčiau teigiamą požiūrį į save?



enterprise+
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Ačiū!



Erasmus+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_13

Präsentation „Methoden für Gruppenarbeit“

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





enterprise
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

**Situacijų
pavyzdžiai:
Grupinė dinamika**

Vilnius, 2015 10 27



Erasmus+

Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Situacijų pavyzdžiai: Grupinė dinamika

1. Komandos kūrimas
(team building)
2. Kūrybiškumas
3. Motyvacija
4. Konfliktai
5. Grįžtamasis ryšys



1. Komandos kūrimas

Situacija:

Dalyviai pakviesti dalyvauti verslo kūrimo dirbtuvėse ir suskirstyti į grupes. Jie vieni kitų nepažįsta, todėl jiems sunku apsibrasti grupėje. Visa grupė dirba neproduktyviai ir jai skubiai reikalinga orientyrai bei tam tikra struktūra.



1. Komandos kūrimas

Pagrindinis klausimas:

Ką mentoriai gali padaryti verslo kūrimo dirbtuvių pradžioje, kad padėtų grupei susiorientuoti ir paskatintų mokytis vienus iš kitų?

Atsakymas: Stiprinti „mes“ jausmą



1. Komandos kūrimas

„Mes“ jausmo
stiprinimas:

- Susipažinti
- Atsikratyti spaudimo nedelsiant pasiekti rezultatų
- Aptarti norus ir baimes
- Išsiaiškinti sąlygas ir tikslus
- Paaikinti, kaip tai svarbu
- Išsiaiškinti vaidmenis
- Pasiūlyti pagalbą



2. Komandos kūrimas

Susipažinimo metodas:

Mūsų (įmonės) herbas



Pasiruošimas:

Mentorius ant lapo nupiešia didelį herbą ir padalija jį į tiek dalių, kiek yra dalyvių.

Atlikimas:

Kiekvienas dalyvis ant vienos herbo dalies ką nors užrašo arba nupiešia pagal apačioje pateiktus punktus:

- Ypatingi gebėjimai (ką aš gerai moku?)
- Mokymosi/profesiniai tikslai (ko norėčiau pasiekti ateityje? (pvz.: savarankiškai padaryti x, x studijuoti, išvykti ir t.t.)
- Pomėgiai (ką veikiu laisvalaikiu?)

2. Komandos kūrimas

Susipažinimo metodas:

Mūsų (įmonės) herbas

Susipažinimo metodo vertinimas:

- Susipažinimo nauda: dalyviai mokosi pažinti vieni kitus, o mentorius apžvelgia komandos sudėtį
- Verslo kūrimo dirbtuvių metu kartu sukurtas herbas yra pirmas žingsnis link „Mes“ jausmo stiprinimo.
- Atskiros, skirtingų spalvų herbą sudarančios dalys simbolizuoja skirtingus grupės narius.



1. Komandos kūrimas

Apklausa I

Tikslas:

- Išsiaiškinti, ko tikimasi iš verslo kūrimo dirbtuvių
- Dalyviai prisideda rengiant dirbtuves



1. Komandos kūrimas

Apklausa I

Igyvendinimas:

Seminaro pradžioje atliekama apklausa, naudojant korteles, kurioje pateikiami tokie arba panašūs klausimai:

Kas turėtų įvykti, kad verslo kūrimo dirbtuvių pabaigoje galėčiau pasakyti „Dalyvauti buvo verta“?

„Dirbtuvės būtų sėkmingos, jei...“

„Čia aš norėčiau išmokti arba sustiprinti...“

1. Komandos kūrimas

Apklausa II

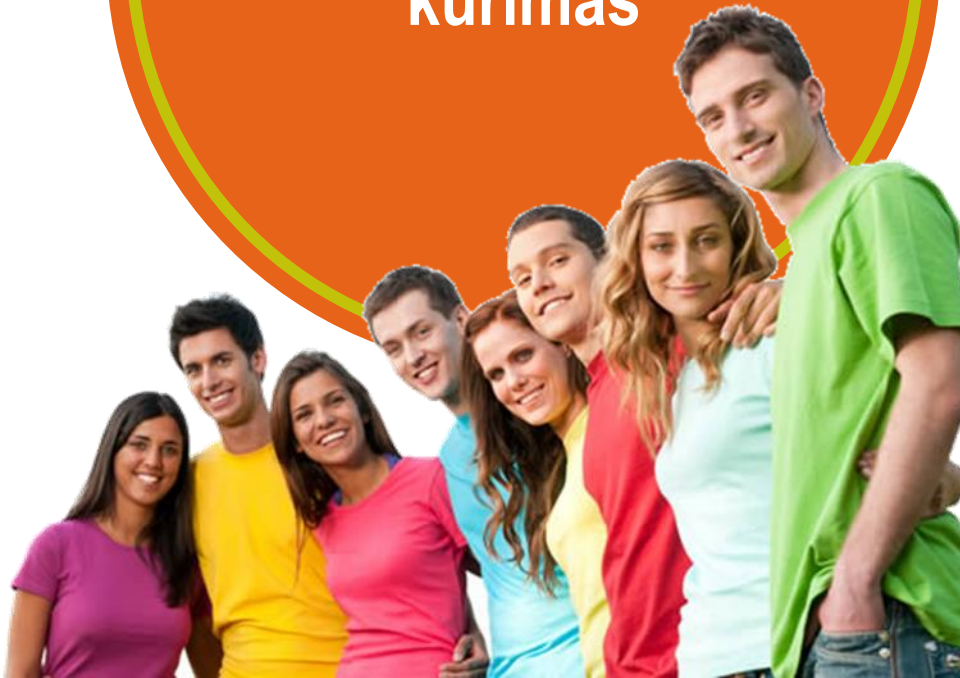
Igyvendinimas:

- Kiekvienas dalyvis gauna kortelę, ant kurios užrašo, ko tikisi iš dirbtuvių.
- Dalyviai korteles prisega prie lentos ir kartu su mentoriumi jas peržvelgia.
- Verslo kūrimo dirbtuvių metu dalyvių lūkesčius reikėtų išnagrinėti ir aptarti.
- Verslo kūrimo dirbtuvių programą reikėtų keisti, atsižvelgiant į dalyvių lūkesčius bei norus.



1. Komandos kūrimas

Elgesio taisyklių kūrimas



Įgyvendinimas:

- Verslo kūrimo dirbtuvių pradžioje, dalyvių susirinkimo metu jie sugalvoja bendras taisykles.
- Pagrindinis klausimas - kaip norėtume bendrauti vieni su kitais ateinančias penkias dienas?
- Taisykles reikia formuluoti pozityviai, pvz.: išklaudyti ir leisti kalbėti, priimti kito nuomonę, punktualumas, atvirumas kritikai
- Taisykles visi pasirašo ir išsidalija.

2. Kūrybiškumas

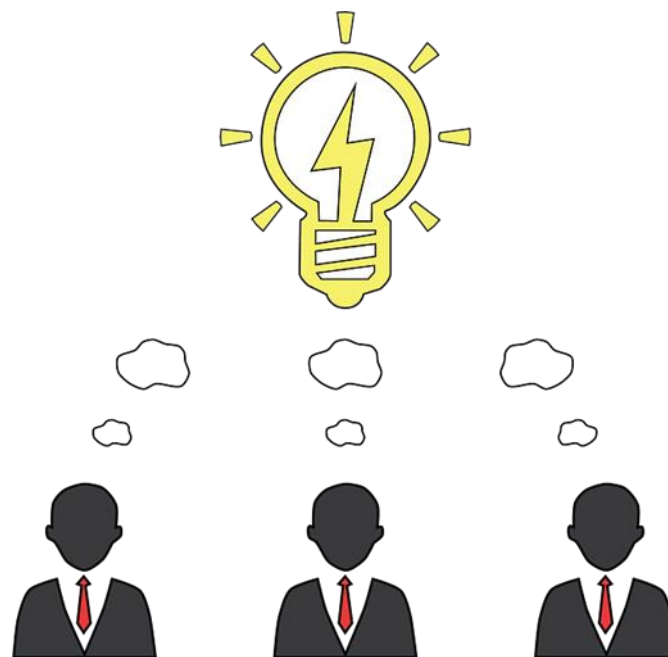
Situacija

Dalyviams sunkiai sekasi rasti idėją.



Sprendimas:

Mentorius gali pasitelkti kūrybiškumo strategijas, kad paskatintų idėjos generavimo procesą.



2. Kūrybiškumas

Kūrybiškumo strategijos:



Idėjos radimas:

- Idėjų rašymas: 6-3-5 metodas (6 dalyviai, 3 idėjos, 5 kartus peržiūrima)
- Minčių lietus: Diskusija 66 (6 dalyviai, 6 min. minčių lietai)
- „Walt Disney“ metodas (svajotojas, realistas, kritikas)

Idėjų vertinimas/pasirinkimas:

- Grupinė diskusija pasidalinant vaidmenimis (vok. 6 Hüte Methode)
- Prioritetinių idėjų atrinkimas (vok. Entscheidungstorte)

3. Motyvacija

Situacija:

Pastebima, kad vienam dalyviui trūksta motyvacijos, jis nedirba grupėje.

Sprendimas:

- Padidinti vidinę motyvaciją:
 - Sužadinti smalsumą
 - Parodyti įgyjamų žinių/gebėjimų svarbumą profesiniam gyvenimui
- Padidinti išorinę motyvaciją:
 - Atlygis (pvz., nedelsiant padaryti pertrauką, atsižvelgiant į dalyvių nuovargį)
 - Pratimai, žaidimai

3. Motyvacija

**Padidinti vidinę
motyvaciją**

Motyvacija, orientuota į tikslą:

- Paaikinti užduoties reikšmę išsikeltam (grupės, verslo kūrimo dirbtuvių) tikslui
- Akcentuoti svarbiausius dalykus projekte
- Tam rasti sąsajų su užduotimi

3. Motyvacija

**Padidinti vidinę
motyvaciją**

Motyvacija remiantis didaktika:

- Paaikinti reikalavimus dirbtuvėms (poreikių analizė, lūkesčių apklausa)
- Užmegzti asmeninį ryšį, kurti pasitikėjimą, pagirti
- Taikyti įvairius metodus
- Būti originaliam, motyvuoti dalyvius

3. *Motyvacija*

**Padidinti vidinę
motyvaciją**

Motyvacija, sukuriant gerą darbo aplinką:

- Jaukios patalpos, maloni atmosfera
- Sėkmės istorijų pasakojimas
- Klaidos leidžiamos ar netgi „pageidaujamos“
- Suteikti galimybę bendrauti grupėje
- Duoti daugiau laiko arba pagreitinti tempą, kai to reikia dalyviams
- Greitas grįžtamasis ryšys (žr. „Grįžtamasis ryšys“)

3. Motyvacija

Darbo žingsniai:

1. Asmeniškai pasikalbėti su dalyviu, siekiant išsiaiškinti pasyvumo priežastis.

Galimos priežastys:

- a) laiko stoka atliekant užduotis
- b) dalyvis grupėje jaučiasi neintegruotas, nepriimtas ir nepripažintas
- c) nepasitenkinimas savo dalyvavimu dirbtuvėse, neįdomi tema, kitos, pvz., asmeninės priežastys

2. Jei įmanoma, pašalinti priežastis ir dalyvį vėl įtraukti į grupės darbą

Galimybės:

- a) Diferencijavimas skiriant užduotis: supaprastinti užduotis, aiškinant užduotį pateikti praktinių pavyzdžių
- b) Grupinė dinamika, „Mes - jausmas“, apibendrintai (nesiejant su asmeniu) aptarti problemą grupėje, diskutuoti. Paminėti pavyzdžių iš dalyvių ar mentoriaus patirties. Situacijų pavyzdžiai.

3. Motyvacija

Darbo žingsniai:

1. Asmeniškai pasikalbėti su dalyviu, siekiant išsiaiškinti pasyvumo priežastis.

Galimos priežastys:

- a) laiko stoka atliekant užduotis
- b) dalyvis grupėje jaučiasi neintegruotas, nepriimtas ir nepripažintas
- c) nepasitenkinimas savo dalyvavimu dirbtuvėse, neįdomi tema, kitos, pvz., asmeninės problemos

2. Jei įmanoma, pašalinti priežastis ir dalyvį vėl integruoti į grupės darbą

Galimybės:

c)

- Pasiūlyti pasikalbėti per pertrauką arba ne renginio metu
- Grupėje pasikalbėti apie renginio tikslus, reikšmę
- Jei įmanoma, leisti dalyviams kartu aptarti turinį ir temas:
 - Ką reikėtų nagrinėti?
 - Kaip išsamiai?
 - Preliminari informacija: Kokia eiga? Pagrįsti, kodėl viskas suplanuota būtent taip.

3. Motyvacija

Situacija:

Grupė dirba prie rinkos analizės. Ji turi įvertinti rinkos apimtį. Du dalyviai grupės darbe nedalyvauja ir veikia demotyvuojančiai.

Sukurkite minčių žemėlapi (angl. Mindmap) tema „Dalyvių motyvacija“ ir atsižvelkite į šiuos aspektus:

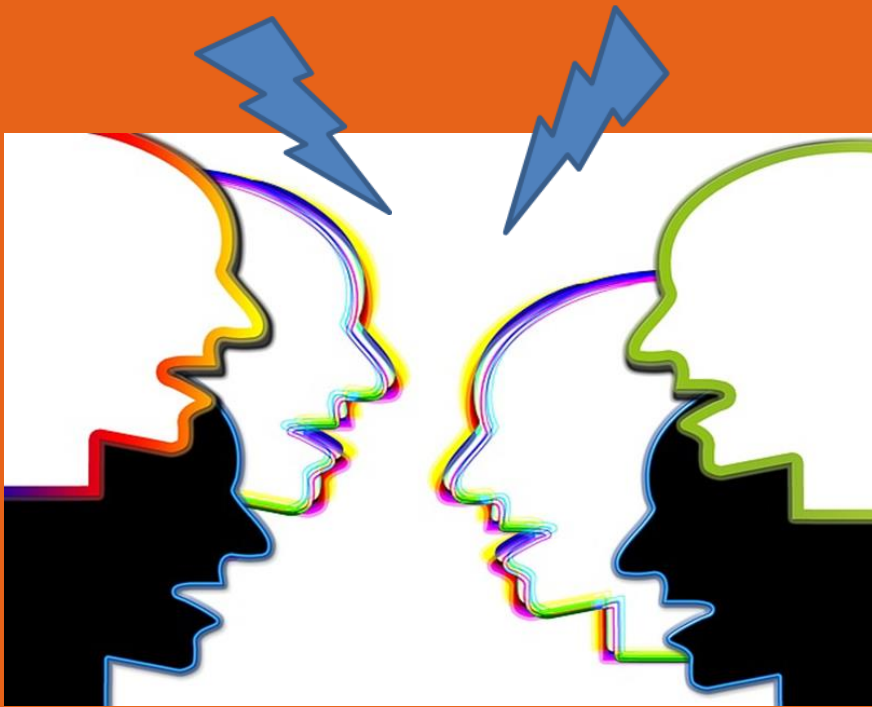
- Orientavimasis į tikslą
- Poreikiai ir lūkesčiai
- Darbo aplinka
- Galimas atlygis

Apgalvokite, ties kuriais punktais Jums, kaip mentoriui, reikėtų susikoncentruoti, kad būtų padidinta dalyvių motyvacija.

4. Konfliktai

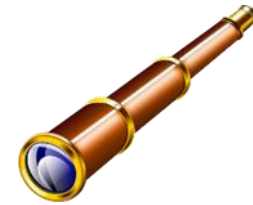
Situacija:

Grupėje kyla ginčų dėl darbo metodų.



Sprendimas:

a) Leisti vykti ginčui ir jį stebėti



b) Kartu su dalyviais rasti kompromisą



Leisti vykti ginčui:

Ginčai gali turėti ir teigiamą poveikį:

„Jeigu žmonės visada turi vienodą nuomonę, vienas iš jų nereikalingas“ (Winston Churchill)

- Skatina naują veiklą ir energiją
- Skatina idėjas
- Didina sąveiką grupėje
- Pašalina įtampą

→ Grupė gauna naujų impulsų ir idėjų

→ Šios idėjos ir impulsai didina motyvaciją



4. Konfliktai

Įsikišimas:

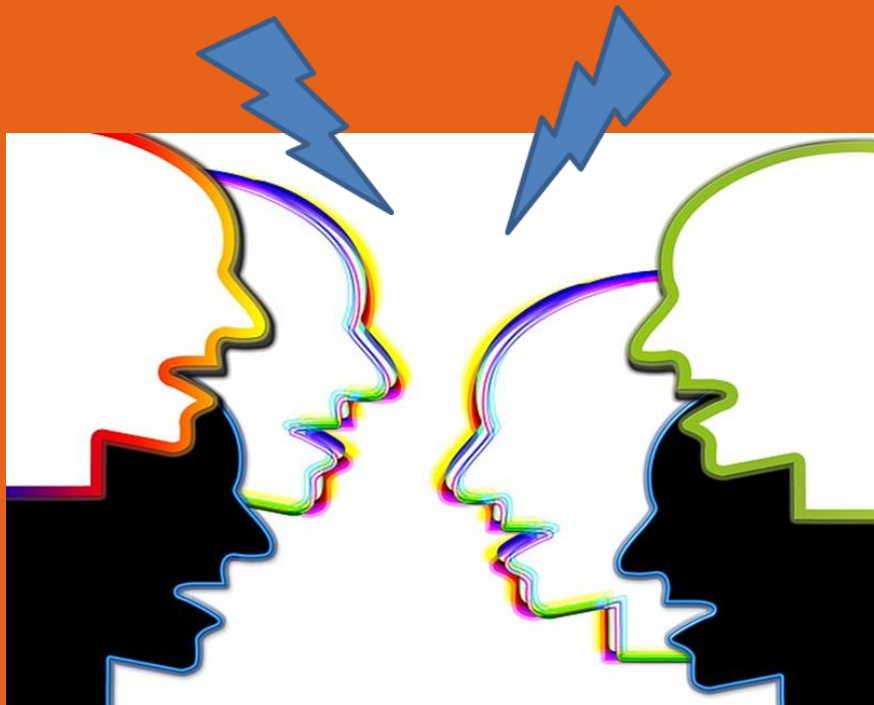
Konfliktai gali turėti ir neigiamų pasekmių:

- Kuria nestabilumą ir sumaištį
 - Silpnina racionalius veiksmus
 - Sukelia neigiamų emocijų
 - Sukelia stresą, nepasitenkinimą, mažėja motyvacija
- Grupės darbas sustoja
→ Kai kurie grupės nariai nebedirba kartu



4. Konfliktai

Kaip mentoriui atpažinti, kada reikėtų įsikišti į diskusiją?

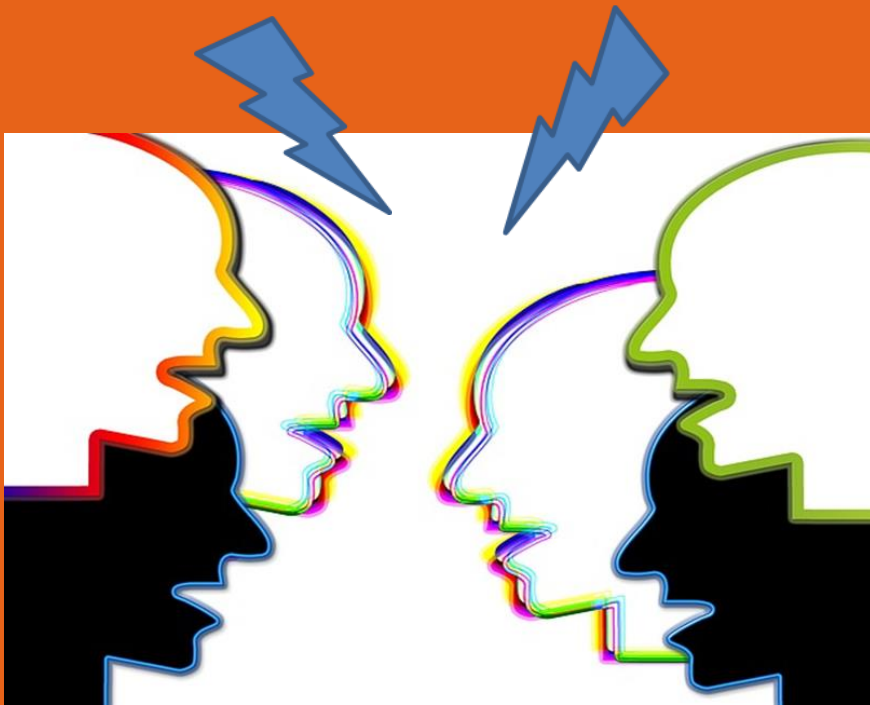


- Agresija: Argumentai išsakomi griežtu tonu; galima atpažinti asmeninį vienas kito puolimą
- Užsispyrimas: Grupės nariai nėra pasirengę priimti vienas kitą; vieni kitiems nekantrūs
- Interesų trūkumas: nedidelis aktyvumas
- Prieštaravimas: dalyviai išreiškia abejones dėl darbo grupėje prasmės; neatlieka savo užduočių arba nedalyvauja grupės darbe.

4. Konfliktai

Kokios galimos konflikto priežastys?

- Nesusipratimai
- Skirtingi tikslai
- Skirtingi asmeniniai poreikiai
- Nepalankus elgesys
-



4. Konfliktai

Kaip gali elgtis mentorius?

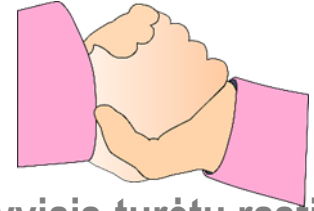
1. Orientavimasis į konfliktą:



Tikslai/ poreikiai turi būti aiškūs, kad būtų galima rasti sprendimą, atsižvelgiant į visas puses:

- Dėl ko ginčijamasi?
- Kokie klausimai sukėlė konfliktą?
- Kokie tikslai/ poreikiai/ interesai/ suvokimas?

2. Apdorojimas:



- Mentorius kartu su dalyviais turėtų rasti sprendimą bei kompromisą ir aptarti tolimesnius veiksmus



- Paskutinė galimybė: grupėje, remiantis daugumos balsais, nuspręsti dėl veiksmų

3. Pabaiga:

- Paklausti, ar visi patenkinti



4. Konfliktai

Situacija:

Grupė dirba prie reklamos strategijos. Du dalyviai diskutuoja apie sklaidos priemones. Vienas dalyvis mano, kad internetas yra šiuolaikiškesnė ir geriau į klientus orientuota priemonė. Kitas pirmenybę teikia televizijai dėl jos didelės skvarbos. Abu dalyviai neketina atsisakyti savo nuomonės ir neleidžia vienas kitam iki galo pasisakyti. Kiti grupės nariai atrodo susierzinę.

Pažiūrėjimas iš kitos perspektyvos: Ką Jūs, kaip mentorius, darytumėte, kad dar labiau sustiprintumėte konfliktą?



4. Konfliktai

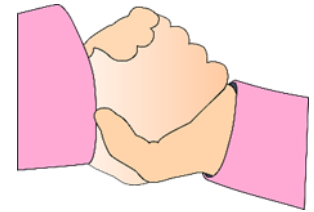
Kaip gali elgtis mentorius?

1. Orientavimasis į konfliktą:



- “Kokius klausimus nagrinėjate?”
- „Kokių idėjų turite ir kodėl?”
- „Kur slypi problema?”

2. Apdorojimas:



- „Kokie šios idėjos privalumai ir trūkumai, o kokie kitų?”
- „Ar sklaidos strategijas galima sujungti? Jei taip, kokius elementus?”
- Kaip galima tai įgyvendinti? Ką reikėtų daryti?

3. Pabaiga:

- Ar visi sutinka dėl šio kompromiso ir tolimesnių veiksmų?



5. Grįžtamasis ryšys

Situacija

Dalyviai klaidingame kelyje.



Sprendimas:

- Teigiamas atsiliepimas ir tikslingas grįžtamasis ryšys



5. Grįžtamasis ryšys



**Grįžtamojo ryšio
tikslas:**

- Pagalba taisant klaidas
- Pagalba vertinant save
- Mokymosi proceso skatinimas
- Elgesio valdymas
- Pagalba tikslingam darbui
- Pagalba vertinant ir svarstant sprendimus
- Motyvacijos didinimas
- Geros darbo aplinkos kūrimas

5. Grįžtamasis ryšys

Grįžtamojo ryšio taisyklės:

1. Subjektyviai (aš):

- “Manau, kad aspektas xy taip pat galėtų būti svarbus” vs. “Privalai atsižvelgti į xy aspektą”
- “Aš jaučiuosi klaidingai suprastas” vs. “Tu manęs nesupranti”

2. Aprašomuoju būdu (užuot interpretavus):

- “Manau, kad SSGG analizėje aptarti ne visi aspektai” vs. “Jūs atlikdami SSGG analizę pamiršote svarbius aspektus”

3. Pateikiant klausimą:

- “Kokią reikšmę įmonės vidinėms stiprybėms turi ryšiai su visuomene” vs. “Jūs, atlikdami SSGG analizę, neatsižvelgėte į ryšius su visuomene.”

4. Konstruktyviai (pasiūlymai, turinio pastabos)

- “[domu, ar ryšiai su visuomene turi reikšmės vidinėms įmonės stiprybėms” vs. “Atlikdami SSGG analizę, Jūs atsižvelgėte ne į visas vidines įmonės stiprybes”

5. Grįžtamasis ryšys

Grįžtamojo ryšio taisyklės:

5. Tiesiogiai :

- “Šiuo atveju manau, kad ryšiai su visuomene , atliekant SSGG analizę, galėtų būti įtraukti į vidines įmonės stiprybes.” vs. “Įmonės strategija atrodo nenuosekli, nes prieš tai, atliekant SSGG analizę, į ryšius su visuomene nebuvo atsižvelgta kaip stiprybę.”

6. Konkrečiai (užuot bendrai):

- “Manau, kad į SSGG analizę būtų galima įtraukti dar vieną svarbią stiprybę.” vs. “SSGG analizė neatlikta gerai.”

7. Siūlyti, o ne primesti:

- “Ar turite klausimų arba problemų?”
“Kokias įmonės vidines silpnybes/stiprybes galite atpažinti?”
vs. “Matau, kad esate klaidingame kelyje. Dabar Jums pasakysiu, kaip spręsti šią problemą. Jūs privalote...”

8. Teigiamai (užuot vertinamai):

- „Manau, kad labai gerai atsižvelgėte į stiprybes, atlikdami SSGG analizę. O kokios įmonės silpnybės?“ vs. „SSGG analizė be įmonės silpnybių negalima.“

5. Grįžtamasis ryšys

Grįžtamojo ryšio simuliacija: Kavos skrudinimo namų SSGG analizė

Grupė atlieka kavos skrudinimo namų SSGG analizę. Teigiamai vertinama galimybė, klientams kavą tiekti trim skirtingais būdais ir kavinės, kaip susitikimo vietos menininkams, įvaizdis. Tačiau grupė neatkreipia dėmesio į silpnybes ir grėsmes. Ji neatsižvelgia nei į tai, kad sunku koordinuoti, parduodant trim būdais (kavos baras, kavos pupelės/ malta kava kavinėje ir internetinė parduotuvė), nei į trūkstamas žinias, susijusias su finansavimu.

Grįžtamojo ryšio simuliacija:

Vienas dalyvis perima mentoriaus, o kitas-verslo kūrimo dirbtuvių dalyvio užduotis. Likusieji stebi.

Mentorius, atsižvelgdamas į grįžtamojo ryšio taisykles, turi mėginti paskatinti dalyvius, atliekant SSGG analizę, atkreipti dėmesį į išvardintas silpnybes.

Jei dalyviai mentoriaus netiesiogiai prašo suteikti grįžtamąjį ryšį, kažkas yra ne taip.

5. Grįžtamasis ryšys

Grįžtamojo ryšio simuliacija: Kavos skrudinimo namų SSGG analizė

Grupė atlieka kavos skrudinimo namų SSGG analizę. Teigiamai įvertinama galimybė, klientams kavą tiekti trim skirtingais būdais ir kavinės, kaip susitikimo vietos menininkams, įvaizdis. Tačiau grupė neatkreipia dėmesio į silpnybes ir grėsmes. Ji neatsižvelgia nei į tai, kad sunku koordinuoti, parduodant trim būdais (kavos baras, kavos pupelės/ milteliai kavinėje ir internetinė parduotuvė), nei į trūkstamas žinias, susijusias su finansavimu.

Grįžtamojo ryšio simuliacija:

Klausimas mentoriui: Ar Jums sunku laikytis grįžtamojo ryšio taisyklių?

Klausimas „dalyviams“ ir grupei: Kaip Jus paveikė mentoriaus grįžtamasis ryšys?

5. Grįžtamasis ryšys

**Klausimas
susirinkimo metu:
Kokį teigiamą ir
neigiamą poveikį gali
turėti grįžtamasis
ryšys?**

5. Grįžtamasis ryšys

**Klausimas susirinkimo metu:
Kokį teigiamą ir neigiamą poveikį gali turėti grįžtamasis ryšys?**

Teigiamas poveikis:

- Poveikis mokymuisi (naujos priemonės, sprendimai ir t.t.)
- Suteikia galimybę dirbti tikslingai
- Gali išspręsti nesusipratimus
- Motyvuoja
- Stiprina pasitikėjimą mentoriumi
- Palengvina savęs vertinimą

5. Grįžtamasis ryšys

**Klausimas susirinkimo metu:
Kokį teigiamą ir neigiamą poveikį gali turėti grįžtamasis ryšys?**

Neigiamas poveikis:

- Gali sukelti nesusipratimų
- Gali sukelti abejojimą savimi
- Gali sumažėti darbo našumas
- Gali demotyvuoti
- Gali pakenkti mentoriaus ir mokinio santykiams



enterprise+
INNOVATIVE POTENTIAL MEETS EXPERIENCE

Ačiū!



Erasmus+



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_14

Tagesplanung "Gründerworkshop" für Mentoren

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Verslo kūrimo dirbtuvių programa mentoriams 2016 m. gegužės mėn. 04, 05, 10, 12, 16 d.

Diena	Užduotis	Turinys	Mentoriaus užduotys	Studentų užduotys	Laiko poreikis
1 diena 2016 05 04, 9.00	Einführung in das Thema, Bekanntmachen der Teilnehmer, Regeln vereinbaren, Gruppen bilden	Programos apžvalga & susipažinimas; grupių sudarymas	Verslo dirbtuvių tikslai (→ projekto tikslai); laiko plano pristatymas (→flow chart); mentorių pristatymas (vaidmuo ir specifinė patirtis); dalyvių susipažinimas tarpusavyje (→ Team Building); dalyvių tikslų išsiaiškinimas (→ Team Building); bendro darbo taisyklių nustatymas (→ Team Building); pozityvios atmosferos sukūrimas (→ Team Building); darbo grupių sudarymas	Pristatyti, suformuluoti lūkesčius, sutarti dėl taisyklių, rasti grupę	apie 1 val.
	Verslo idėjos vystymas	Kūrybinis procesas	Išsiaiškinti klausimus, skatinti kūrybingumą, užrašyti idėjas	Idėjų vystymas, prekė/paslauga, rinkos tendencijos, pokyčiai	apie 2 val.
		Idėjų vertinimas	Tinkamos idėjos radimo valdymas	Apsispręsti dėl idėjų, kurios bus vystomos toliau	apie 1 val.
12.30-13.15	Mittagessen				
16.30	USP (unikalaus pardavimo pasiūlymo kūrimas)	Rinkos tyrimas	Pradėti tyrimą; pagalba kuriant unikalų pardavimo pasiūlymą (USP)	Patikrinti, ar tokios idėjos dar nebuvo, iširti, išmąstyti idėjos unikalumą	apie 2 val.
	Rinka ir konkurencija	Klientų - fikslinių grupių nustatymas	Grupinio darbo valdymas, darbo procesų stebėjimas	Tikslinė grupė, rinkos potencialas, konkurentų identifikavimas, produktai substitutai,	apie apie 2 val.
		Rezultatų pristatymas	Atgalinis ryšys	Grupės pristato darbo rezultatus	3 x 10 min.
9.00		Pasiruošimas, dienotvarkė	Pasisveikinimas, dienotvarkės aptarimas		apie 30 min.
2 diena, 2016 05 05 12.30-13.15	Rizikos įvertinimas	SWOT analizė	Darbo proceso stebėjimas, pagalbos suteikimas	objektyvi verslo idėjos silpnybių ir stiprybių analizė, galimybių ir grėsmių analize	apie 2 val.
	Verslo strategija	Vizija, misija, tikslai			apie 1 val.
	Marketingas	4 P - produktas, kaina, distribucija, rėmimas	Grupinio darbo valdymas, darbo procesų stebėjimas Grupinio darbo valdymas, darbo procesai	Kainodaros strategija, lūžio taškas, platinimo kanalai, reklamos priemonės, int. puslapis, viešieji ryšiai	apie 3,5 val.
16.45		Dienos apžvalga	Moderavimas		apie 30 min.
9.00		Pasiruošimas, dienotvarkė	Pasisveikinimas, dienotvarkės aptarimas		apie 30 min.

Diena	Užduotis	Turinys	Mentoriaus užduotys	Studentų užduotys	Laiko poreikis
3 diena, 2016 05 10 12.30-13.15	Gamyba ir pirkimai	Prekių pirkimas, gamyba, logistika		Tiekėjai, žaliavų pirkimas, įrangos įsigijimas/nuoma, sandėliavimas, transportavimas	apie 3 val.
	Mittagessen Finansavimo planas	Kapitalo poreikis, jo šaltiniai, rentabilumas, pelno prognozė, likvidumas	Darbo proceso stebėjimas, reikiamos pagalbos suteikimas	Finansų plano 3 metams sudarymas, padedant mentoriumi	apie 3 val.
	16.30	Dalyvių pasisakymai		Visų dalyvių pasisakymas, ar patenkinti rezultatais, darbo procesu	apie 30 min.
4 diena, 2016 05 12 12.30-13.15	9.00	Pasiruošimas, dienotvarkė	Pasisveikinimas, dienotvarkės aptarimas		apie 30 min.
	Valdymas ir teisinė forma	Įmonės teisinė forma, veiklos organizavimas, struktūra, žmogiškųjų išteklių planavimas		Įmonės struktūros sudarymos, vadovo kompetencijos, teisinės formos parinkimas	apie 1 val.
	Verslo plano paruošimas		Darbo proceso stebėjimas, atgalinis ryšys	visų dalių apjungimas, prezentacijos parengimas	apie 3 val.
	Pietūs Verslo plano ruošimas		Darbo proceso stebėjimas, atgalinis ryšys	savarankiškas darbas grupėse	apie 2 val.
	16.30	Verslo plano pristatymo bandymas, pakeitimai Dienos apžvalga	Pagalba ir atgalinis ryšys Moderavimas	Pristatymo ruošimas, bandomoji prezentacija grupės mentoriams, aptarimas	apie 1 val. apie 30 min.
5 diena, 2016 05 16 11.45	9.00	Pasisveikinimas, svečio prisistatymas			apie 30 min.
	Verslo planų pristatymas	grupės pristato verslo planus, trukmė po 15 min.	Planų vertinimas pagal pateiktus galimus kriterijus	Komentarai, klausimai	apie 2 val.
	Žiuri aptarimas				apie 15 min.
	Užbaigimas, sertifikatų, prizų įteikimas				apie 30 min.
	Dirbtuvių apžvalga			Komentarai	apie 30 min.
11.45	Aptarimas su mentoriais			įžvalgos, pastebėjimai, pasiūlymai	apie 1 val.



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_15

Aufgabenheft „Gründungsworkshop“

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.





VERSLO KŪRIMO DIRBTUVIŲ UŽDUOTYS

Skirta bendram darbui su mentoriumi

Rūro universiteto Bochume užimtumo mokslų institutas

Turinys

Paaiškinimai.....	1
1 užduotis	3
2 užduotis	6
3 užduotis	10
4 užduotis	14
5 užduotis	15
6 užduotis	17
7 užduotis	19
8 užduotis	19

Paaiškinimai

Pastaba dalyviams:

Projekto metu kartu su mentoriumi atliksite pateiktas užduotis, kurios Jums padės išnagrinėti verslo idėją ir sukurti verslo planą.

Atlikę visas užduotis, būsite paruošę pilną verslo planą, kurio dalys pateikiamos toliau:

1. Santrauka

Trumpas, vieno puslapio apimties idėjos aprašymas

2. Verslo idėja

- 2.1. Produktas /Paslauga
- 2.2. Nauda klientams, privalumai prieš konkurentus
- 2.3. Unikalus pardavimo pasiūlymas
- 2.4. Įgyvendinimo laiko planas

3. Rinka / Konkurencija

- 3.1. Klientai- tikslinė grupė
- 3.2. Rinkos analizė (galimybės ir plėtra)
- 3.3. Konkurentai

4. Rinkodara

- 4.1. Rinkodaros koncepcija
- 4.2. Kainodaros strategija
- 4.3. Reklamos strategija
- 4.4. Buveinės analizė

5. Valdymas / Teisinė forma

- 5.1. Verslininko profilis
- 5.2. Teisinė forma
- 5.3. Įmonės organizavimas
- 5.4. Žmogiškųjų išteklių planavimas, darbuotojų kvalifikacija

6. Gamyba / Įsigijimas / Logistika

- 6.1. Prekių pirkimas
- 6.2. Gamyba
- 6.3. Sandėliavimas
- 6.4. Transportavimas

7. Galimybės/grėsmės

- 7.1. Galimybės, galimybių išnaudojimas
- 7.2. Grėsmės, grėsmių valdymas

8. Finansinė dalis

- 8.1. Reikalingo kapitalo planas
- 8.2. Finansavimo planas
- 8.3. Rentabilumo planas/Pelno prognozė
- 8.4. Likvidumo planas

Dokumentai:

Gyvenimo aprašymas, rekomendacijos, kvalifikacijos tobulinimo kursų pažymėjimai
Sutartys (pvz., nuomos, bendradarbiavimo sutartys, bendrovės steigimo sutartis)
Draudimo polisai
Standartinės sutarčių sąlygos
Leidimai (koncesija, veiklos licencija)
Patentai, naudingųjų modelių apsauga

Kiekvienos užduoties metu pirmiausiai Jums bus pristatoma tam tikra verslo plano dalis. Atsižvelgdami į klausimus ir remdamiesi pagrindine informacija, pavyzdžiais bei mentoriaus įvadu, atliksite užduotis, kurių metu nagrinėsite Jūsų verslo idėjai ir verslo planui svarbius aspektus. Užbaigę užduotį, pereisite prie kitos verslo plano dalies.

Pastabos mentoriui:

Prieš dalyviams atliekant užduotis, rekomenduojame trumpai pristatyti atitinkamą verslo plano dalį. Pirmiausiai galite paklausti dalyvių, kaip jie įsivaizduoja tam tikrą verslo plano dalį ir užduotį (pvz., grėsmių analizavimas, remiantis SSGG analize) bei kodėl ši dalis svarbi verslo planui. Toliau, remdamiesi dalyvių idėjomis, galite pristatyti atitinkamą verslo plano dalį. Jums nebūtina pateikti pavyzdį apie kavos skrudinimo namus, aprašytą užduočių sąsiuvinyje, tačiau galite pasidalinti savo asmenine patirtimi, kad būtų paprasčiau suprasti temą. Aiškindami turinį, galite remtis užimtumo mokslų instituto prezentacija. Po trumpos įžangos dalyviai, remdamiesi pagrindiniais klausimais, pateiktais užduočių sąsiuvinyje, gali pradėti dirbti prie savo verslo idėjos ir tam tikros verslo plano dalies. Kai kuriuose skyriuose (4 užduotis: buveinės analizė; 5 užduotis: verslininko profilis, įmonės organizacija, žmoniškųjų išteklių planavimas, darbuotojų kvalifikacija) pagrindiniai klausimai nepateikiami. Čia galite nuspręsti individualiai, kokia forma su dalyviais atliksite užduotis. Darbo proceso metu dalyviams pateikite praktinių žinių ir pasidalinkite patirtimi (angl. know-how) bei atkreipkite dalyvių dėmesį, kad laikytųsi užduotims atlikti skirto laiko. Dalyviai atskirų užduočių rezultatus turėtų sistemingai užrašyti plakato ar Power Point prezentacijos forma, kad paskutinę dieną būtų galima apibendrinti ir panaudoti verslo plano pristatymui.

1 užduotis

Verslo plano dalis

1. Verslo idėja

1.1. Produktas / Paslauga

Išsamus produkto, paslaugos aprašymas (kuo paprastesnis, suprantamas visiems)

1.2. Nauda klientams, privalumai prieš konkurentus

Kokia ypatinga nauda, kokie privalumai?

1.3. Unikalus pardavimo pasiūlymas

Produktas/paslauga turi turėti mažiausiai vieną savybę, išskiriančią iš kitų panašių, rinkoje esančių produktų ir paslaugų

Sėkmingos įmonės steigimo pagrindas- **geros, naujos verslo idėjos radimas**. Tai gali būti verslo idėja iš visų sektorių: amatas, pramonės produktas, prekybos idėja arba paslauga.

Norėdami rasti verslo idėją, turėtumėte atsižvelgti į tam tikrus klausimus:

- Kokių ypatingų **pomėgių, gebėjimų ir savybių** turiu?
- Kokie žmonių **poreikiai** mano aplinkoje?
- Kokių produktų ar paslaugų **iki šiol nebuvo rinkoje?**

Žemiau esančiame žaliame laukelyje rasite verslo idėjos pavyzdį, kuris kaip paaiškinimas pateikiamas ir kitose užduotyse.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Įsivaizduokite, kad norite atidaryti kavos skrudinimo namus, kur parduotumėte skrudintą kavą. Įkūrę įmonę, savo produktą, t.y. skrudintą kavą, parduodate trim skirtingais būdais: siūlote kavą tiesiai iš kavos baro, parduodate maltą kavą/kavos pupeles pupeles kavinėje ir internetinėje parduotuvėje.

Su tokia įmonės koncepcija pritraukiate skirtingas tikslines grupes: klientus, norinčius gerti kavą kavinėje, klientus, pageidaujančius tik nusipirkti kavos ar užsisakyti jos internetu. Tokių skirtingų klientų galima pritraukti pasitelkiant skirtingas rinkodaros priemones.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Norėdami sukurti korporacinę tapatybę (angl. Corporate Identity), t.y. stiprinti įmonės charakteristikas, galite pardavinėti tokius produktus, kaip lėkštės, puodeliai, pakuotės su Jūsų įmonės ženklu.

Kad kavos pardavimai kavinėje būtų dar didesni, turite idėją, savo patalpose atidaryti ne įprastą, o kultūrinių renginių kavinę (Eventcafé). Tokia speciali kavinės forma siūlo platformą įvairiems menininkams, pavyzdžiui, aktoriams, muzikantams arba rašytojams. Siekiant šio tikslo, galima bendradarbiauti su aukštosiomis mokyklomis, muzikos mokyklomis ir pan.

Toks projektas suteikia dideles galimybes išreikšti savo kūrybiškumą.

Apie visas išvardintas temas išsamiai sužinosite atlikdami verslo plano kūrimo užduotis, tačiau pirmiausia šioje užduotyje kalbama apie tikslų idėjos apibrėžimą, todėl kol kas pakanka, kad turėtumėte įsivaizdavimą apie rinkodarą, teisinį reguliavimą ir t.t.

Produkto politika

Produkto politika (produktas/paslauga- Jūsų pasiūlymas) yra komunikacijos, rinkodaros ir galiausiai platinimo sprendimų pagrindas.

Produkto profilis - produkto savybės, pradedant funkcija, pakuote, dizainu ir baigiant klientų aptarnavimu, kurios lemia klientų apsisprendimą pirkti. Idealiu atveju, prekė ar paslauga yra aiškiai pranašesnė už kitas, ypač konkuruojant su panašiomis prekėmis ar paslaugomis. Tai vadinama **unikaliu pardavimo pasiūlymu** (angl. “unique selling proposition” = “USP”). Taigi, prekė/ paslauga turi aiškiai skirtis nuo kitų.

Siekiant ateityje išlaikyti **konkurencinį pranašumą**, reikėtų apgalvoti ir **variacijos bei diferenciacijos galimybes**, t.y. produkto tobulinimą. Ypač kuriant techninę įrangą produkto gyvavimo ciklas labai trumpas ir net pats pažangiausias įrenginys po kelių savaičių jau gali būti pasenęs. Kaip pavyzdys galėtų būti „Walkman“, tam tikra prasme šiandienos „iPod“ pirmtako, evoliucija: techninė pažanga, lyginat abu prietaisus, yra milžiniška. Be to, dydis, svoris ir dizainas nepalyginami.

Dabar turite užsiimti savo produkto politika. Atsakykite į pateiktus klausimus:



Kaip apibrėžti Jūsų produkto ar paslaugos idėją? Išsamiai pateikite savo produkto požymius ir savybes.

Ar Jūsų produktas yra visiškai naujovė rinkoje ar patobulintas esamo produkto variantas?

Kuo išskirtinis Jūsų produktas ir kuo jis skiriasi nuo kitų produktų?

Koks Jūsų produkto pavadinimas ir kuo jis išsiskiria rinkoje?

Koks Jūsų įmonės pavadinimas ir koks logotipas jai tiktų?

Kad būtų aiškiau, prisiminkite pavyzdį.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Unikalus pardavimo pasiūlymas (angl. USP) klientui būtų kavos skrudinimas jau minėtuose „Kavos skrudinimo namuose“, kuriuose jis galėtų mėgautis ypatinga, šviežia, aukštos kokybės kava. Prieš pirkdamas kavą klientas gali paragauti ir pasirinkti iš skirtingų rūšių bei įvairių skrudinimo būdų. Kavinė, kaip renginių vieta, kurioje gali pasirodyti menininkai, kavinę daro išskirtine ir, šalia malonumo geriant kavą, suteikia tam tikrų įspūdžių. Laikui bėgant, pasiūlymus galima keisti, pavyzdžiui, siūlant skirtingų kavos rūšių ar neįprastų kavos gėrimo idėjų.

Apibrėžiant savo verslo idėją, reikia pažvelgti į rinką ir ten vyraujančią konkurenciją. Išsamesnė rinkos analizė atliekama 2-oje užduotyje, tačiau jau dabar turėtumėte išsiaiškinti, kokių pakaitalų yra Jūsų prekėms/paslaugoms.

Pakaitalai

Dėl esamų pakaitalų tam tikros srities augimo potencialas yra ribotas. Klientai gali, pavyzdžiui, ant duonos tepti ne tik sviestą, bet ir margariną, o tai reiškia, kad margarino gamintojai gali būti potencialūs konkurentai rinkoje. Svarbu, kad į tai būtų pažvelgta iš vartotojų perspektyvos. Nepakanka, kad sviesto gamintojai sakytų, jog margarinas nėra sviestas. Esmė yra tai, kad vartotojų akimis sviestas arba margarinas vartojami kaip vienodi arba labai panašūs produktai.

Visą dėmesį turėtumėte skirti ne tiesiogiai konkurencingiems produktams, t.y. tokioms pat prekėms/paslaugoms, siūlomoms kitos įmonės, kuri siekia tų pačių klientų, o netiesiogiai konkurencingiems produktams, t.y. produktams, kurie nors, objektyviai žiūrint, ir yra kitokie, bet klientai juos laiko ir vartoja kaip Jūsų produkto pakaitalą.



Ar rinkoje yra tiesioginių ir/ar netiesioginių pakaitalų Jūsų prekėms/paslaugoms?

2 užduotis

Verslo plano dalis

2. Rinka / Konkurencija

2.1. Klientai– tikslinė grupė

Kam siūlysite savo prekę/paslaugą? Kokie Jūsų klientai:

Lytis, amžius, pajamos ir t.t.

2.2. Rinkos potencialas

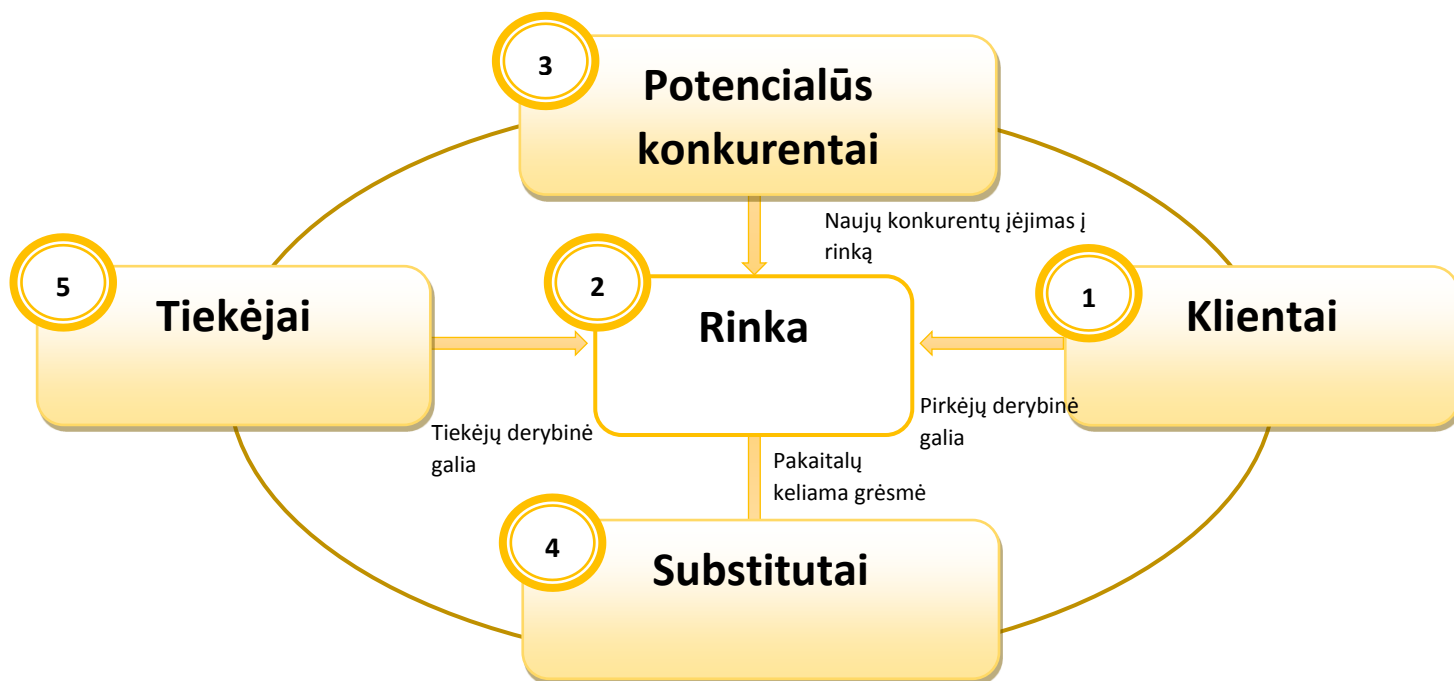
Rinkos dydis €, statistika, ekonomikos skatinimas, prekybos ir amatų rūmai, bankai ir t.t..

2.3. Konkurencija

Kas Jūsų konkurentai? Kiek laiko reikia konkurentams, kad nukopijuotų Jūsų idėją?

Atliekant rinkos analizę, išsamiau nagrinėjamas **Porterio penkių konkurencinių jėgų modelis** (Maiklas Porteris) (žr. 1 pav.). Kuo daugiau rinkos sėkmei įtakos turinčių konkurentų, tuo mažiau patraukli šaka ir tuo sunkiau pasiekti ilgalaikį **pranašumą prieš konkurentus**. O privalumų privalote turėti Jūs, kad galėtumėte sėkmingai veikti rinkoje. Turėtumėte stengtis dirbti vienoje srityje ir turėti patrauklią pramonės struktūrą. Čia kalbama apie tokią šaką, kurioje kiekvienos iš penkių konkurencinių jėgų neigiamas poveikis būtų kuo mažesnis. Paprastai paaiškėja, kad būtų naudinga rasti **rinkos nišą**, t.y. rinkos segmentą, kuriame nėra jokios visiškai žmonių poreikius tenkinančios prekės/paslaugos arba kuriame esančios prekės/paslaugos nevisiškai patenkina klientų poreikius. Čia Jūsų prekė/paslauga **turės mažai konkurentų** ir ras **klientų**. Kaip labai sėkmingas pavyzdys galėtų būti aukštos kokybės gyvūnų pašaras, parduodamas internetu.

Su pakaitalais jau dirbote ankstesnėje užduotyje, todėl dabar pereikite prie rinkos, klientų, tiekėjų ir konkurentų.



1 pav.: Porterio penkios konkurencinės jėgos

Rinka

Įmonei svarbu žinoti, kokia rinkos padėtis ir koks įmonės potencialas vystytis. Gali būti **brandi** (visi potencialūs klientai jau nusipirko produktą) ir **nebrandi** (paklausa didesnė už pasiūlą), **auganti**, **sustingusi ir mažėjanti rinka**.



Kokia Jūsų verslo sritis ir kaip ši sritis vystėsi anksčiau? Kokios ateities prognozės? Norėdami gauti daugiau informacijos apie rinką, galite kreiptis, pavyzdžiui, į Prekybos ir amatų rūmus, statistikos departamentą, asociacijas. Kartais galite sužinoti, kad pastaraisiais metais „Jūsų“ rinkos vystymasis buvo neigiamas. Tai gali būti ženklas, dar kartą apgalvoti savo norą pradėti verslą arba gerai pagrįsti ir įrodyti savo idėjos unikalumą, kodėl Jums turėtų pasisekti.

Galbūt prognozės bus teigiamos.

Rinkos apimtis

Planuojant pardavimus, ypač svarbi rinkos apimtis. Rinkos apimtis reiškia ne apyvartą (pvz., euras), bet **parduotą kiekį**. Remdamiesi parduo tu kiekiu, galite apskaičiuoti **suvartojimą vienam asmeniui**, kuris padės rengiant biudžeto planą.

Rinkos dydis

Rinkos dydis reiškia apyvartą (eurais), kuri pasiekama per tam tikrą laiką Jūsų tikslinėje rinkoje. Taigi:

$$\text{Rinkos dydis} = \frac{\text{Apyvarta}}{\text{Apimtis}}$$



Kaip įvertinti rinkos apimtį?

Kokio dydžio yra bendroji šakos rinka? Remdamiesi prieš tai gautu rinkos tyrimu, galite greitai atlikti apytikslius skaičiavimus.

Kalbėdami apie **klientus**, savo tikslinę grupę turėtumėte apibūdinti tiksliau. Svarbūs ir apsvarstymai, kurie buvo atlikti kalbant apie naudą klientams.

Tikslinė grupė

Tai žmonės, kuriems įdomus Jūsų pasiūlymas. Reikėtų žinoti tiek tikslinės grupės **demografinį aprašymą** (lytį, amžių, namų ūkio dydį, namų ūkio pajamas, profesiją, pilietybę ir t.t.), tiek **pirkimo įpročius** ir **poreikius**. Turėtumėte atsižvelgti ir į tendencijas.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Kavos skrudinimo namų koncepcija skirta vyrams ir moterims, pradėdant jaunimu ir baigiant suaugusiais. Kadangi čia parduodamas aukštos kokybės produktas, manoma, kad tai pritrauks didesnes pajamas turinčių asmenų. Skrudintos kavos pirkimas savarankiškam ruošimui ir kavos gėrimas kavinėje skiriasi. Kavinės lankytojai labai priklauso nuo kiekvieną kartą siūlomo renginio. Net ir laiko aspektai turi įtakos tikslinei grupei. Pavyzdžiui, vaikiškos knygos skaitymas prieš pietus gali pritraukti šeimų.



Kokiai tikslinei grupei skirta Jūsų prekė/paslauga, t.y. kas gautų naudos iš Jūsų prekės/paslaugos ir kas galėtų sau tai leisti? Apibūdinkite savo tikslinę grupę, remdamiesi išvardintais kriterijais.

Potencialūs konkurentai

Kuo naujiems konkurentams sunkiau **patekti į Jūsų rinką**, tuo šioje rinkoje mažiau įmonių. Nauji paslaugų tiekėjai tiesiogiai turės įtakos Jūsų konkurenciniam pranašumui ir sėkmei. Didesnė pasiūla, esant tokiai pat paklausai, sumažina visų įmonių **rentabilumą** rinkoje. Tai dar vadinama „**Konkurencija tarp konkurentų**“.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Kavinės konkurentai yra ir kitos kavinės, ir kiti pramogų teikėjai. Taigi, konkurentais laikomos tiek paprastos kavinės, galbūt savo produktus siūlančios pigiau, tiek kavinės, siūlančios kultūrinių renginių.



Ar Jūsų rinkoje ir šakoje yra konkurentų? Jei taip, su kokia pasiūla?

Ar nauji konkurentai su Jūsų preke/paslauga ar panašia preke/paslauga gali lengvai patekti į rinką?

Atsakymai į šiuos klausimus yra labai svarbūs nustatant kainas. Produkto kaina stipriai priklauso nuo pasiūlos ir paklausos santykio. Jei sritis tokia nauja, kad nėra jokių tiesioginių konkurentų, vis tiek turėtumėte pasidomėti apie panašius produktus, nes ir jie gali turėti įtakos Jūsų įmonei.

3 užduotis

Verslo plano dalis

3. Rinkodara

3.1. Platinimo koncepcija

Paskirstymo kanalai: tiesioginis paskirstymo kanalas, mažmeninė prekyba, paskirstymas per trečiuosius asmenis (prekybininkus), bendradarbiavimo partneriai, prekyba internetu

3.2. Kainų strategija

Jūsų gamybos sąnaudos, valdymo išlaidos ir pelnas, lyginant su konkurentais (rinkos kaina), kaip pozicionuosite savo produktą kainos atžvilgiu?

3.3. Komunikacijos politika

Kaip pasieksite savo tikslinę grupę: tinklalapis, paieškos sistemos optimizavimas, skrajutės, laiškai, reklama vietos laikraščiuose ir periodiniuose leidiniuose, užrašas ant automobilio, vizitinės kortelės.

Dėmesio: Išlaidos!!!

3.4. Vietos analizė

Pasiekiami pėsčiomis, verslo aplinka, visuomeninis keleivių transportas, galimybė plėsti; internetinė parduotuvė;

Reklamos strategija

Klientas nusipirks Jūsų produktą tada, kai apie jį žinos ir **atreips dėmesį**. Jūsų produktas klientui gali būti labai naudingas, tačiau to niekada nesužinosite, jei būsite pasislėpęs. **Komunikacijos politika** apima priemones, kuriomis siekiama užmegzti **kontaktą su klientais** ir jį stiprinti. Galite pasinaudoti šiomis priemonėmis:

- **Reklama žiniasklaidoje** (spauda, radijas, televizija, kinas, internetas ir mobilieji telefonai)
- **Tiesioginė rinkodara** (tiesioginiai laiškai pasirinktiems klientams, telerinkodara, internetas ir t.t.)
- **Mugės ir parodos**
- **Ryšiai su visuomene** – straipsniai ir pranešimai apie Jus, Jūsų įmonę ir prekę/ paslaugą
- **Apsilankymas pas klientus**

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Mūsų pateikto pavyzdžio komunikacijos politika galėtų būti, pavyzdžiui, nuolatiniai skelbimai vietiniame dienraštyje ir ne vietos laikraščiuose bei žurnaluose (internetinės prekybos paskatinimui), interneto svetainėje su informacija apie kavinę, kur būtų aprašomos kavos ypatybės ir kilmė. Be to, kas kažkiek laiko centrinėje miesto vietoje būtų galima rengti nemokamas degustacijas ir įvairiose parduotuvėse dalinti skrajutes. Taip pat įmonė galėtų atstovauti „coffeena“ tarptautinėje kavos parodoje Kelne.



Kokios sklaidos galimybės tinka Jūsų idėjai? Rinkdamiesi komunikacijos priemonę, visuomet atkreipkite dėmesį į skvarbą ir išlaidas. Reklama televizijoje turi didžiausią skvarbą, tačiau gali labai daug kainuoti. Įvertinkite naudą ir išlaidas.

Paskirstymo kanalai

Paskirstymo politika nustato, per kokį paskirstymo kanalą parduosite savo prekę /paslaugą, t.y. koku būdu Jūsų pasiūlymas pasieks klientus. Tai priklauso nuo produkto rūšies, klientų ir kainų strategijos. Todėl svarbu, **kiek yra potencialių klientų**, kokiam **apsipirkimo būdui** jie teikia pirmenybę, kokiame kainų segmente esate su savo produktu, ar reikia **paaiškinimo apie produktą**, ar savo produktą parduodate **įmonėms ar galutiniams vartotojams** ir t.t. Iš esmės turite nuspręsti, ar paskirstymą perimsite Jūs, ar pasitelksite tokių **paslaugų teikėjų** pagalbą. Paskirstymo kanalų pavyzdžiai galėtų būti: pardavimo vietos, užsienio mažmeninės prekybos parduotuvės, didmenininkai arba internetinės parduotuvės. Juos, žinoma, galima **derinti**.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Kavinės produktas (skrudinta kava) išsiskiria ypatinga paskirstymo politika. Kava parduodama per tris paskirstymo kanalus privatiems galutiniams vartotojams. Jos galima nusipirkti renginių kavinėje, ten pat jos galima įsigyti išsinešimui bei nusipirkti internetinėje parduotuvėje. Siekdami pabrėžti kavos ypatybes, ją turėtumėte parduoti tik Jūs ir jokie kiti paslaugų teikėjai.



Kokie paskirstymo kanalai tiktų Jūsų idėjai? Raskite informacijos apie skirtingas galimybes ir grupėje aptarkite, kokie kanalai ir kodėl geriausiai tinka Jūsų įmonei. Paaiškinkite privalumus ir trūkumus.

Dabar bus aptariama Jūsų pasiūlymo kaina.

Jūsų prekės ar paslaugos kainą reikia apskaičiuoti taip, kad būtų padengtos įmonės išlaidos ir pamažu gautumėte pelną.

Pateikiami skirtingi kainų nustatymo metodai.

Kainų nustatymas

Kainos nustatymas remiantis realiai pasiekiamu valandiniu tarifu

$$\text{Valandinis tarifas} = \frac{\text{Išlaidos} + \text{pelnas}}{\text{Bendras produktyvių valandų skaičius}}$$

kur į metines išlaidas įeina atlyginimai, nuoma, medžiagų sąnaudos ir t.t.

Prie apskaičiuoto valandinio tarifo dar reikia pridėti PVM.

Savo sumą palyginkite su kitose srityse esančiais įprastais tarifais- jei esate tarp jų, tuo geriau! Jei Jūsų valandinis tarifas turėtų būti didesnis, raskite gerų argumentų, kad galėtumėte jį pagrįsti.

Kainų nustatymas remiantis faktinėmis išlaidomis

Galite remtis prekių gaminto ir paslaugų teikimo išlaidomis.

$$\text{Vieneto kaina} = \frac{\text{Išlaidos}}{\text{Planuota ar apskaičiuota pardavimų apimtis}} + \text{numatomas pelnas už vienetą}$$

Kartu peržvelkite kainas rinkoje. Dažniausiai pralaimi tie, kurie tikisi didžiulio pelno ir kainas iškelia per aukštai.

Kainos nustatymas remiantis vertės įsivaizdavimu

Kitas būdas nustatyti kainą - atsižvelgti į produkto vertę, kurią įsivaizduoja potencialūs klientai. Čia svarbus klausimas, kiek mano prekė/paslauga atrodo vertinga klientui? Jei pasiūlymui teikiama pirmenybė, kainą galima pakelti. Esant inovatyviems pasiūlymams ir šakoms, nėra nei vertės, nei kainos įsivaizdavimo. Pardavėjui tai privalumas, nes gali parduoti savo produktą už paties nustatytą kainą. Trūkumas, jei jis tos kainos negali pateisinti.

Kainos nustatymas remiantis vidutinėmis konkurentų kainomis

Norint nustatyti savo produkto kainą, dar vienas būdas yra peržvelgti konkurentų kainas. Tačiau būkite atsargūs! Konkurentų kainas patikrinkite ir atsižvelkite į savo faktines išlaidas.



Aptarkite šiuos išankstinius skaičiavimus grupėje. Raskite informacijos apie kainodarą, remdamiesi konsultantais, kredito įstaigomis, mokesčių inspekcija, arba prekybos rūmais. Sudarykite savo galimų pajamų planą pirmiems trimis metams, esant optimaliai (angl. Best Case) ir blogiausiai (angl. Worst Case) verslo plėtrai.

Apskaičiuotas pajamas įtraukite į Excel lentelę su pavadinimu „Finansų planas“.

4 užduotis

Verslo plano dalis

4. Gamyba / Įsigijimas / Logistika

tik gaminant ir paskirstant prekes

4.1. Prekių pirkimas

Kokios prekės ir kur bus perkamos, kokių pirminių produktų reikės tolimesniam apdirbimui?

4.2. Gamyba

Ką gaminsite patys, kokiomis gamybos priemonėmis?

4.3. Sandėliavimas

Kur ir kaip bus sandėliuojami pirminiai produktai ir pagamintos prekės?

4.4. Transportavimas

Jei reikės, kaip transportuosite pirminius produktus ir pagamintas prekes klientams?

Norėdami įvesti naują produktą į rinką, privalote gaminti patys, arba pirkti. Jei gaminsite patys, Jums reikės pirminių produktų/dalių, įrankių/mašinų, taip pat vietos gamybai. Jei norite užsiimti prekyba, turite pirkti prekes ir, jei reikia, jas sandėliuoti bei transportuoti klientams. Teikdami paslaugas, gamybos ir logistikos išvengsite, tačiau turite apgalvoti, kaip aptarnausite savo klientus.

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Įsigijimas/Logistika: žalios kavos galite gauti iš įvairių šalių tiesiogiai arba per didmenininkus. Perkant tiesiogiai iš užsienio, reikia pirkti vietoje, logistika sudėtingesnė (gabenimas laivu, kelių transportas, muitinės procedūros), taip pat reikia kruopščiai tikrinti kokybę. Žalios kavos gaunant iš didmenininkų (pvz., iš uosto), pirkimas ir logistika vyksta paprasčiau, tačiau mažesnė ir marža.

Gamyba: Žalios kavos apdirbimui (skrudinimui) reikalinga įranga, kurią reikia rasti, gauti (pirkti/nuomotis), ją valdyti ir prižiūrėti.



Kokias problemas, susijusias su gamyba, įsigijimu ir logistika turite išspręsti? Aptarkite grupėje, ką, kaip, kur pirsite, gaminsite ir sandėliuosite. Apgalvokite ir transportavimą.

5 užduotis

Verslo plano dalis

5. Valdymas / Teisinė forma

5.1. Steigėjo profilis

Gebėjimai, noras tobulėti, profesinės ir socialinės kompetencijos

5.2. Teisinė forma

Individuali įmonė, UAB (uždaroji akcinė bendrovė)

5.3. Įmonės organizacija

Organizacija ir įgaliojimai

5.4. Žmogiškųjų išteklių planavimas, darbuotojų kvalifikacija

Darbuotojų skaičius verslo pradžioje ir ateityje; ką darbuotojai privalo sugebėti

Kai jau apibrėžėte savo verslo idėją, toliau kalbėsime apie **vidinę ir išorinę įmonės struktūrą**. Kad funkcionuotumėte kaip įmonė ir efektyviai bendradarbiautumėte, įmonėje svarbu klasikines užduotis paskirstyti komandos nariams. Be to, pagal įstatymą įmonei būtina turėti **teisinę formą**, kurią turi pasirinkti. Su skirtingomis teisinėmis formomis susijusios ir skirtingos ekonominės pasekmės. Čia reikia apgalvoti, pavyzdžiui, su **civiline atsakomybe ir mokesčiais susijusius aspektus**.

Pozicijos

Visais atvejais reikėtų apsvarstyti šias pozicijas:

- Vadovavimas
- Rinkodara & platinimas
- Plėtra & kokybės valdymas
- Gamyba, logistika & pirkimai (tiekimo grandinė, angl. Supply Chain)
- Personalias
- Kontrolė & apskaita



Kuris komandos narys kurią poziciją turėtų užimti? Apibrėžkite, kokios užduotys priklauso tam tikrai pozicijai.

Teisinės formos

Įmonės teisinių formų pavyzdžiai:

- IĮ
- KB
- AB
- UAB



Kokia teisinė forma geriausiai tinka Jūsų įmonei? Pagrįskite savo pasirinkimą ir paaiškinkite, kodėl kitos teisinės formos tinka mažiau. Daugiau informacijos apie teises formas galite rasti internete.

6 užduotis

Verslo plano dalis

6. Galimybės/grėsmės

6.1. Galimybės, galimybių išnaudojimas

Kokių ypatingų galimybių turite ir kaip jas išnaudosite?

6.2. Grėsmės, grėsmių valdymas

Kokios galimos grėsmės (liga, nelaimingas atsitikimas, per mažas kapitalas) ir kaip jų išvengsite?

Dabar patikrinkite savo verslo idėją, atlikdami SSGG analizę ir nagrinėdami įmonės stiprybes, silpnybes, galimybes ir grėsmes.

SSGG (SWOT) analizė

SSGG=S=Stiprybės(Strength); S=Silpnybės(Weaknesses); G=Galimybės (Opportunities); G=Grėsmės (Threats)

Remiantis paprasta ir lanksčia SSGG analize, nagrinėjamos **vidinės stiprybės ir silpnybės** bei nuo **išorinės aplinkos priklausančios galimybės ir grėsmės**, turinčios įtakos įmonės veiklai. **Sujungus** stiprybių/ silpnybių ir galimybių/ grėsmių analizes, galima sukurti **įmonės strategiją**. Stiprybės ir silpnybės yra santykiniai dydžiai ir pirmiausiai gali būti vertinamos tik lyginant su konkurentais.

SSGG-analizė		Verslo idėjos analizės rezultatai (Įmonės vidaus atžvilgiu)	
		Stiprybės	Silpnybės
Rinkos analizės rezultatai (Įmonės išorės atžvilgiu)	Galimybės	Įmonės stiprybių panaudojimas, siekiant išnaudoti įmonės galimybes	Įmonės silpnybių nugalėjimas, siekiant išnaudoti įmonės galimybes
	Grėsmės	Įmonės stiprybių panaudojimas, siekiant sumažinti grėsmes	Įmonės silpnybių ir grėsmių sumažinimas

Galimybės/grėsmių ir stiprybių/silpnybių pavyzdžiai:

Išorinės galimybės/ grėsmės	Vidinės stiprybės/ silpnybės
Klientai/Potencialių klientų skaičius	Paslaugų kokybė
Konkurentai/Potencialių konkurentų skaičius	Ryšiai su visuomene
Biudžeto būklė	Komunikacija internetu
Demografinė raida	Korporacinė tapatybė (angl. Corporate Identity)/Įmonės dizainas (angl. Corporate Design)
Klientų reikalavimai/Pageidavimai	Įvaizdis
Konkurentų strategijos/veikla	Užduočių atlikimo efektyvumas
Konkurentų stabilumas	Darbuotojų kvalifikacija/patirtis
Pagrindinių teisinių sąlygų keitimas	Motyvacija (Darbo atmosfera; atsidavimas)
Ekonominė padėtis/Darbo rinka	

Pavyzdys „Kavos skrudinimo namai“

Stiprybės: Korporacinės tapatybės kūrimas, gaminant produktus su prekės ženklu (lėkštės, puodeliai...), kavinė kaip susitikimo vieta menininkams, kava parduodama trim skirtingais būdais

Silpnybės: sunku koordinuoti ir didelė atsakomybė, parduodant trim būdais, Jūsų žinios, susijusios su įmonės valdymu ir finansavimu, dar ribotos

Galimybės: Renginių kavinė jau turėjo didelį pasisekimą keliuose mažesniuose miestuose, bet Jūsų mieste dar nėra nei vienos, ji skirta įvairioms tikslinėms grupėms, todėl išaugs potencialių klientų skaičius, auga internetinė prekyba

Grėsmės: Teisiniai reikalavimai (gastronomija, maitai, mokesčiai...), rinkoje daug kavos tiekėjų, didelis priklausymas nuo kavos importuotojų ir tarptautinių kavos kainų



Kokios Jūsų idėjos galimybės ir grėsmės? Kaip susidorosite su jomis?
Nepamirškite savo stiprybių ir silpnybių.

7 užduotis

Verslo plano dalis

7. Finansinė dalis

- 7.1. Reikalingo kapitalo planas
- 7.2. Finansavimo planas
- 7.3. Rentabilumo planavimas / Pajamų prognozavimas
- 7.4. Likvidumo planavimas

Čia kalbama apie finansų planavimą. Turėtumėte patikrinti, ar atskirų verslo plano dalių finansų planas realus, ir teisingai įvertinti atskirus elementus. Naudokite Excel lentelę ir atkreipkite dėmesį į pateiktus klausimus ateinantiems trejiems metams:

- Kokių turite finansavimo šaltinių?
- Iš ko susideda Jūsų produkto/paslaugos kaina?
- Kokios ateinančių trejų metų išlaidos? Kada pelnas padengs išlaidas (lūžio taško analizė)? Kokio augimo tikėtės? Atkreipkite dėmesį, kad atlyginimai auga, todėl atsižvelgiant į tai turi būti nustatoma atitinkama produkto/paslaugos kaina.
- Kur norite investuoti?

8 užduotis

Verslo plano dalis

8. Padarykite pagrindinių verslo plano dalių santrauką, daugiausiai vieno puslapio apimties (bendrą apžvalgą, nesileidžiant į detales).
Jei būtumėte bankininkas ir Jūsų paklaustų, ar duotumėte kreditą startuoliui, ką norėtumėte žinoti?



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_16

Excell_Tabelle „Kostenplanung“

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



KAPITALO POREIKIO PLANAVIMAS

--

1. INVESTICIJOS	EUR
Žemės sklypai ir pastatai	
Renovacijos/Perstatymo išlaidos / Papildomos išlaidos	
Įranga (biuro įranga, mašinos, darbo įrankiai ir t.t.)	
Transporto priemonės	
Prekės	
Pirkimo kaina	
Suma	0,00 €

2. PAPILDOMOS VERSLO STEIGIMO IŠLAIDOS (vienkartinės)	
Registravimai, leidimai, įrašai juridinių asmenų registras, koncesijos)	(Notaras,
Nuomos depozitas	
Užmokestis makleriui už tarpininkavimą	
Konsultacijos (verslo, mokesčių klausimais)	
Įėjimas į rinką (rinkodara, reklamos priemonės)	
Patento, licencijos, franšizės mokestis	
Kita	
Suma	0,00 €

3. Gamybos priemonės	
Pradiniai kaštai ir pridėtinės išlaidos (pirmiesiems 6 mėn.)	
Išankstinis užsakymų finansavimas	
Rezervai (pvz., nenumatytiems atvejams)	
Suma	0,00 €

Bendrieji įmonės poreikiai (Investicijų, papildomų verslo kūrimo išlaidų ir gamybos priemonių sum)	0,00 €
---	---------------

Į investicijų ir papildomas verslo kūrimo išlaidas įtraukite sumas, kurios yra vienkartinės ir reikalingos kuriant ar perimant verslą. Turima įranga, naudojama versle (pvz., privatus nešiojamas kompiuteris), gali būti įtraukta su aktualia naudojimo verte ir finansavimo plane įrašyta kaip materialus įnašas.

Apskaičiuokite, kiek reikia gamybos priemonių pirmiems šešioms mėnesiams. Pridėtinės išlaidos apima nuomą, energijos sąnaudas (elektra, šildymas, dujos), draudimus, mokesčius, įmokas, transporto išlaidas, reklamą, kelionių išlaidas, reprezentaciją, mašinų ir įrangos priežiūrą, biuro reikmenis, telefoną, mokesčių ir teisinės konsultacijas, buhalterinę apskaitą.

Daugeliui jaunų įmonių nepavyksta dėl per mažo kapitalo ir dėl to atsirandančio likvidumo trūkumo. Pirmų šešių mėnesių einamąsias išlaidas reikėtų padengti iš rezervo. Atsižvelkite į tai, kad verslo pradžioje iš verslo uždirbtų lėšų tikriausiai negalėsite padengti savo pragyvenimo išlaidų.

FINANSAVIMO PLANAS

--

1. NUOSAVOS LĖŠOS	EUR
Grynieji pinigai, santaupos	
Giminių paskola/trečiųjų šalių lėšos (ilgalaikės, neužtikrintos)	
Turtinis įnašas /nuosavas įnašas	
Suma	0,00 €

2. SKOLINTOS LĖŠOS	
Parama nuosavo verslo steigimui bedarbiams	
Viešoji finansavimo pagalba (pvz., pradinis kapitalas/mikropaskola)	
Banko paskola	
Kita	
Suma	0,00 €

Bendra nuosavų išteklių ir skolintų lėšų suma	0,00 €
--	---------------

Nuosavi ištekliai turėtų sudaryti įmonės finansavimo pagrindą- mažiausiai 15 %, kad būtų išvengta krizių.

Per pokalbį su banku dėl kredito Jums pasiseks, jei aiškiai parodysite, kad esate pasiruošę investuoti savo išteklius bei esate įsitikinę savo verslo sėkme.

Hinweis zur Rentabilitätsberechnung

Zu den wichtigsten, wohl aber auch schwierigsten Berechnungen im Rahmen des Unternehmenskonzeptes zählt die Ertragsvorschau. Wenn auch eine derartige Prognose naturgemäß mit Unwägbarkeiten behaftet ist, so müssen Sie doch in der Lage sein, die Erfolgchancen Ihres Leistungsangebotes möglichst realistisch einzuschätzen. Daraus beantwortet sich die zentrale Frage, ob Sie mit Ihrem Vorhaben eine tragfähige Vollexistenz erreichen und Ihren künftigen finanziellen Verpflichtungen nachkommen können.

Beachten Sie, dass Ihre geschäftlichen Erwartungen mit Ihren individuellen betrieblichen Kapazitäten übereinstimmen. Erläutern Sie Ihre Umsatzprognose (Menge, Preis der Produkte / Dienstleistungen). Da der Geschäftserfolg in der Aufbauphase meist geringer und später als geplant eintritt, sollten Sie eine zu optimistische Darstellung vermeiden. Lassen sich die Absatzchancen für Ihre Produkte / Dienstleistungen nur schwer abschätzen, bietet eine zunächst auf Kostendeckung angelegte Planung eine grobe Orientierung.

Berücksichtigen Sie für die Erstellung Ihrer Ertragsvorschau bitte folgende Hinweise:

Umsätze bzw. Erlöse, Provisionen, Waren- und Materialeinsatz ohne Umsatzsteuer und ohne Mehrwertsteuer angeben

Für Unternehmen mit unterschiedlichen Geschäftszweigen (z.B. Handel, Dienstleistung) sollten die Umsätze / Erlöse separat ausgewiesen werden

Alle Kosten beziehen sich auf den Gewerbebetrieb, nicht auf den privaten Bereich !!!

Die Personalkosten müssen nicht nur die Bruttogehälter und -löhne enthalten, sondern auch die Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung und freiwillige soziale Aufwendungen.

Berücksichtigen Sie in der Ertragsvorschau die Kreditzinsen; die Tilgungsbeiträge sind von den Überschüssen (dem versteuerten Gewinn) aufzubringen

Abschreibungen sind der Begriff für die Absetzung kalkulatorischer Beträge für die Abnutzung der Sachanlagen; sie umfassen die Abschreibungen geringwertiger Wirtschaftsgüter wie z.B. KFZ, Laptop

Für die Prognose Ihrer Umsätze, Kosten und Gewinne sollten Sie möglichst eigene Erfahrungen einbringen oder auch erfahrene Fachleute (Unternehmensberater, Steuerberater) hinzuziehen. Für bestimmte Branchen, z.B. Einzelhandel, liegen Betriebsvergleichsergebnisse vor, die Ihnen Anhaltspunkte für die eigene Planung bieten können.

PAJAMŲ PROGNOZAVIMAS/ RENTABILUMO APSKAIČIAVIMAS

Visos išlaidos susijusios su įmonės veikla, o ne su asmeninėmis išlaidomis!

Asmeninės išlaidos, paskolų dengimas ir socialinio draudimo įmokos (sveikatos draudimas, pensinis draudimas, bedarbystės draudimas) turi būti apmokamos iš apmokestinamojo pelno ir todėl neįtraukiamos į pajamų prognozavimą!

	1 verslo metai	2 verslo metai	3 verslo metai
Visos sumos be PVM	EUR	EUR	EUR
Laikotarpis	nuo - iki	nuo - iki	nuo - iki
Apyvarta	0,00 €	0,00 €	0,00 €
./ Prekių savikaina/ medžiagų sąnaudos	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Bendrosios pajamos/ bendrasis pelnas (bruto)	0,00 €	0,00 €	0,00 €
./ Personalo išlaidos (neskaitant savininko)			
./ Direktoriaus darbo užmokestis (tik ribotosios atsakomybės I)			
./ Nuoma (biuro, komercinių patalpų, sandėlių)			
./ Papildomos išlaidos (elektra, šildymas, vanduo)			
./ Išlaidos reklamai			
./ Transporto išlaidos (draudimas/mokesčiai, remontas)			
./ Kelionių išlaidos (verslo kelionės užsienyje, mokymai, nakvynės)			
./ Telefonas, faksas, internetas			
./ Biuro reikmenys, pakavimas, paštas			
./ Remontas, techninė priežiūra			
./ Draudimai (pvz., įmonės civilinės atsakomybės draudimas)			
./ Mokesčiai (Asociacijos, profesinė sąjunga)			
./ Transporto priemonių ir/ar įrengimų lizingas			
./ Buhalterija, konsultacijos (mokesčių konsultacijos)			
./ Verslo mokesčiai, mokami savivaldybei			
./ Kiti mokesčiai			
./ Palūkanos (kreditų)			
./ Kitos išlaidos			
Iš viso išlaidų	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Bendrosios pajamos/ bendrasis pelnas (bruto)	0,00 €	0,00 €	0,00 €
./ Iš viso išlaidų	0,00 €	0,00 €	0,00 €
= Pelnas prieš palūkanas, mokesčius, nusidėvėjimą	0,00 €	0,00 €	0,00 €
./ Nusidėvėjimas	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Pelnas / Nuostolis	0,00 €	0,00 €	0,00 €

Savininko paimtos lėšos padengiamos iš pelno prieš palūkanas, mokesčius, nusidėvėjimą

Likvidumo planas

	Pirmieji verslo metai											
	1. mėnuo	2. mėnuo	3. mėnuo	4. mėnuo	5. mėnuo	6. mėnuo	7. mėnuo	8. mėnuo	9. mėnuo	10. mėnuo	11. mėnuo	12. mėnuo
Pradinis grynyųjų pinigų kiekis (kasoje, banke)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pajamos (įskaitant PVM)												
+ kiti mokėjimų gavimai (pvz. kitos pajamos)	0											
= Iš viso piniginių lėšų	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Personalo atlyginimas (įskaitant socialinio draudimo įmokas)	0											
- Medžiagos/prekės iš tiekėjų												
- Pirkimai, mokant grynaisias	0											
- Reklamos išlaidos		0										
- Komisiniai pardavėjams												
- Nuoma, komunaliniai mokesčiai												
- Investicijos į įrangą		0										
- Mokesčiai (pvz., mokėtinas PVM)	0											
- Draudimai												
- Kredito palūkanos												
- Kredito grąžinimas	0											
- Įmonės lėšų paėmimas asmeninėms reikmėms												
- Kitos išlaidos (įrašykite)												
= Iš viso išlaidų	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Likvidumas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Likvidumo planas

Antrieji verslo metai

	13. mėnuo	14. mėnuo	15. mėnuo	16. mėnuo	17. mėnuo	18. mėnuo	19. mėnuo	20. mėnuo	21. mėnuo	22. mėnuo	23. mėnuo	24. mėnuo
Pradinis grynyųjų pinigų kiekis (kasoje, banke)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pajamos (įskaitant PVM)												
+ kiti mokėjimų gavimai (pvz. kitos pajamos)												
= Iš viso piniginių lėšų	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Personalo atlyginimas (įskaitant socialinio draudimo įmokas)												
- Medžiagos/prekės iš tiekėjų												
- Pirkimai, mokant grynaisiais												
- Reklamos išlaidos												
- Komisiniai pardavėjams												
- Nuoma, komunaliniai mokesčiai												
- Investicijos į įrangą												
- Mokesčiai (pvz. mokėtinas PVM)												
- Draudimai												
- Kredito palūkanos												
- Kredito grąžinimas												
- Įmonės lėšų paėmimas asmeniniams reikalams												
- Kitos išlaidos (įrašykite)												
= Iš viso išlaidų	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Likvidumas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Likvidumo planas

Tretieji verslo metai

	25. mėnuo	26. mėnuo	27. mėnuo	28. mėnuo	29. mėnuo	30. mėnuo	31. mėnuo	32. mėnuo	33. mėnuo	34. mėnuo	35. mėnuo	36. mėnuo
Pradinis grynųjų pinigų kiekis (kasoje, banke)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+ Pajamos (įskaitant PVM)												
+ kiti mokėjimų gavimai (pvz., kitos pajamos)												
= Iš viso pajamų	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Personalo atlyginimas (įskaitant socialinio draudimo išmokas)												
- Medžiagos/prekės iš tiekėjų												
- Pirkimai, mokant grynaisiais												
- Rinkodara												
- Komisiniai pardavėjams												
- Nuoma, komunaliniai mokesčiai												
- Investicijos į įrangą												
- Mokesčiai (pvz., mokėtinas PVM)												
- Draudimai												
- Kredito palūkanos												
- Kredito grąžinimas												
- Įmonės lėšų paėmimas asmeniniams reikalams												
- Kitos išlaidos (įrašykite)												
= Iš viso išlaidų	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Likvidumas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Įmonės lėšų paėmimas savo reikmėms / savininko atlyginimo apskaičiavimas

Mėnesio išlaidos	EUR
Būsto nuoma, įskaitant papildomas išlaidas	
Šildymas/ elektra	
Išlaidos kasdieniams poreikiams (maistas, drabužiai)	
Išlaidos vaikų priežiūrai	
Telefonas	
Privataus transporto išlaidos	
Privalomas civilinės atsakomybės ir namų turto draudimas	
Vaikų, tėvų, buvusio sutuoktinio išlaikymas	
Rezervas	
Asmeninių kreditų palūkanos ir jų grąžinimas	
Pensijinis draudimas	
Sveikatos draudimas	
Fizinių asmenų pajamų mokestis/ išankstiniai mokėjimai ir rezervas	
Gyvybės draudimas	
Galutinė mėnesio suma	0,00 €

Mėnesio pajamos	
Asmeninės pajamos	
Gyvenimo partnerio/ės grynosios pajamos	
Pašalpa vaikų turinčioms šeimoms/priežiūros pašalpa	
Alimentai	
Pajamos už nuomą	
Pajamos iš investuoto kapitalo	
Kitos pajamos	
Iš viso pajamų/mėn.	0,00 €
Reikalinga lėšų suma asmeninėms reikmėms/ mėn.	0,00 €
Parama kuriant verslą	
Reikalinga lėšų asmeniniams reikalams suma mėnesiui, išminusavus paramą	0,00 €

Pastabos dėl rentabilumo apskaičiavimo

Svarbiausia, tačiau ir sunkiausia užduotis apskaičiuoti prognozuojamą pelną. Nors tokios prognozės gali būti labai neaiškios, turite kaip įmanoma realiau įvertinti savo verslo galimybes. Remiantis tuo galima sužinoti, ar Jūsų verslas bus tvarus ir galės įvykdyti būsimus finansinius įsipareigojimus.

Atkreipkite dėmesį, kad Jūsų verslo poreikiai turi atitikti verslo apimtį. Aptarkite savo verslo prognozes (produktų/paslaugų kiekis, kaina). Kadangi verslo sėkmė iš pradžių būna ne tokia didelė, kaip planuota, ir ji pajuntama kiek vėliau, reikia būti ne per daug optimistiškiems. Jei produkto/paslaugos pardavimo galimybes įvertinti sunku, pirmiausiai reikėtų pasidaryti išlaidų padengimo planą.

Sudarydami prognozuojamo pelno planą, atkreipkite dėmesį į pateiktas pastabas:

Apyvartą, pajamas, komisinių mokesčių, prekių, medžiagų panaudojimą nurodykite be PVM

Įmonių, kurių verslo sektoriai skirtingi (prekyba, paslaugos), pelną ir pajamas reikėtų įtraukti atskirai

Visos išlaidos susijusios su verslo įmone, o ne privačiu sektoriumi!

Išlaidos personalo išlaikymui turi apimti ne tik bruto darbo užmokesčių, bet ir darbdavio dalį socialiniam draudimui ir asmenines socialines išlaidas.

Sudarydami prognozuojamo pelno planą, atkreipkite dėmesį į kredito palūkanas; kredito grąžinimo suma padengiama iš perviršių (apmokestinamojo pelno)

Laipsniškas vertės nusidėvėjimas yra sumos nurašymas nusidėvėjus materialiajam turtui, jis apima nedidelės vertės turto nurašymą, pvz., automobilio ar nešiojamo kompiuterio

Prognozuodami apyvartą, išlaidas ir pelną, turite kiek galima remtis savo patirtimi arba kreiptis į patyrusius specialistus (verslo, mokesčių konsultantus). Esant kai kurioms šakoms pvz., mažmeninei prekybai, lyginami veiklos rezultatai, sudarantys Jūsų plano pagrindą.



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_17

Evaluationsbogen für Mentoren

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Evaluation Sheet Founder Workshop (Mentors)

© Dr. Martin Kröll <http://www.enterpriseplusproject.eu>

The project enterprise+ deals with the testing and the improvement of the concept of the founder workshop. Therefore, your positive and negative experiences as mentor are very important for us. Please take some minutes to answer the following questions.

The questionnaire is divided in several sections and includes questions focussing on the following topics:

- (A) Preparation of the Founder Workshop
- (B) Implementation of the Founder Workshop
- (C) Quality of the Task Book
- (D) Methodical-didactical aspects
- (E) Country-specific circumstances
- (F) General evaluation of the concept of the Founder Workshop
- (G) You as a mentor

(A) Questions concerning the preparation of the Founder Workshops:

1. Did you participate in the Mentor Training?

Yes No

2. If yes, which contents of the Mentor Training were useful for the Implementation of the Founder Workshop?

3. Which contents and competences should be trained more intensively in a Mentor Training to enhance a successful Implementation of the Founder Workshop?

4. What would you change if you would realise your own Mentor Training?

(B) Questions concerning the Implementation of the Founder Workshops:

5. In which version of the Founder Workshop did you participate?

compact version for 5 days

extended version for several weeks

6. Was this an appropriate way to implement the Founder Workshop?

Yes No

7. If yes, why?

8. If no, why?

9. On a scale reaching from 1 (“not good at all”) to 5 (“very good”) how would you rate the realisation of the Founder Workshop?

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Scale: 1 = not good at all, 2 = not good, 3 = satisfying, 4 = gut, 5 = very good

10. Which factors supported the realisation of the Founder Workshop?

11. Which factors impeded the realisation of the Founder Workshop?

(C) Questions concerning the quality of the Task Book:

12. How useful and relevant was the Task Book for you work as a mentor?

13. Which contents, that would have been useful for you as a mentor, are missing in the Task Book?

14. Were the explanations and examples appropriate with regard to the level of knowledge of the participants (pupils, students)?

Yes No

15. If not, how could the content of the Task Book be adapted to the needs of the target group you have worked with to improve the achievement of the goals of the Founder Workshop?

16. Providing Feedback is a key task for a mentor. Which advices should the Task Book contain to support you as a mentor concerning this task?

17. Which further information or support do the participants need to be successful future entrepreneurs?

(D) Questions on methodical-didactic aspects:

18. Please mark on a scale 1-6 how helpful the methodical-didactic supplements mentioned above would have been.

Scale: 1 = is completely true, 2 = is true, 3 = is more or less true, 4 = is rather not true, 5 = is not true, 6 = is not at all true

Results

	1	2	3	4	5	6
Slide set for you as mentor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Worksheets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hints on single and groupwork	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formulation of learning targets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Which methodical-didactic assistance would you have desired in addition?

(E) Questions on country-specific conditions:

20. Do you know vivid and well-made examples "**possibly successful founding ideas**", which are relevant in your country against the background of these country-specific situations or which are very helpful for the explanation of the coherence in the exercise book? Please shortly depict the central features of these examples!

From the areas:

„Production“

„Services“

„Internet“

21. Which legal regulations in your country being relevant should be informed on if pupils want to act entrepreneurial and/or want to found an enterprise?

22. Which references in your mother tongue and on which areas would you give a mentor?

23. Which references in your mother tongue and on which areas would you give the participants?

(F) Questions on the general evaluation of the founder workshop concept:

24. Which strengths and weaknesses do you see with regard to the founder workshop concept?

Strengths:

27. Do you regard mentoring concepts within the founder workshop as an appropriate learning method in the field of entrepreneurship from the point of your experience?

Yes No

Why?

28. If you were to be an mentor again, what would you do exactly the same or what would you do in another way?

(G) Information on your function as a mentor:

29. Are you currently employed?

Yes No

30. Are you entrepreneurial active?

Yes No

If yes: in which branch and on which focus?

If no: Which occupation do you currently practise?

Have you gained some experience as a mentor still bevor the founder workshop?

Yes No

If yes: in which form?

Have you got some experience in working with youths?

Yes No

If yes: in which form?

Thank you very much for your feedback!

Would it be possible for us to get into contact with you if there are further questions on the workshop and/or on your answering the questions?

Yes No

If yes: By telephone: Your telephone number:

Or per email: Your email address:



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_18

Evaluationsbogen für die Jugendlichen

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Evaluation Sheet

© Dr. Martin Kröll <http://www.enterpriseplusproject.eu>

Among other things, the project enterprise+ deals with the test of the mentoring concept within the founder workshops and the subsequent improvement. Therefore your experiences are very important for us. Please, take some time and answer the following questions.

No	Characteristics of a mentor	How important are the following criteria for you? 1 – irrelevant, 5-very important					In which measure does the following criteria match your mentor? 1-very low, 5 – very high				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	The mentor has the necessary long- standing professional experiences e.g. in the area of corporate management and business development or in marketing and distribution and/ or is/ was independent.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	The mentor acts in an area or sector to which your business idea fits.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	The mentor is sincerely interested in you and your project.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	The mentor disposes of empathy and is friendly and respectful towards you.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	The cooperation is characterized by mutual trust.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	The mentor is always well accessible to you.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	The mentor answers fast and reliable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	The mentor is willing to invest enough time for you and your project.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	The mentor listens to you	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	and answers questions and reacts to statements.									
10	The mentor also tells about his own mistakes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	The mentor manages to motivation you and in particular if a something went wrong.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	The mentor reacts to group conflicts and tries to handle it constructively.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	The mentor can identify problems and support the team by the development of their solutions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	The mentor can moderate discussions and contributes constructively to it.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	The mentor gives you an adequate feedback and takes the feedback rules into account.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	The mentor grasps all ideas of the different team members and discusses these together in the team.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



enterprise+: Innovative Potential Meets Experience [2014-1-DE02-KA202-001602]



WEITERENTWICKLUNG DES KONZEPTEES DER SCHÜLERUNTERNEHMEN

INTELLEKTUELLER OUTPUT 1 | LITAUISCH

APPENDIX

[IO-01]_19

Flyer

Herausgeber:

Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum

Redaktionell verantwortliche Organisation:

AHK Service UAB [Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen]

Copyright-Hinweis:

© Dr. Martin Kröll, Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Alle Marken, eingetragenen Marken, Produktnamen und Firmennamen oder Logos, die in dieser Publikation erwähnt werden, gehören ihren jeweiligen Eigentümern und werden lediglich für Identifikationszwecke verwendet.



Trumpai apie projektą

Projekto pavadinimas: Enterprise+ | Innovative potential meets experience
Finansavimas: Europos Komisija 100 %
Programa: Erasmus+
Tarpinis projektas: Profesinio mokymo strateginės partnerystės
Trukmė: nuo 2014 m. rugsėjo iki 2017 m. rugpjūčio
Šalys-partnerės: Lietuva, Bulgarija, Vengrija, Graikija, Ispanija

Finansavimas

Nationale Agentur
 beim Bundesinstitut
 für Berufsbildung
NABiBB
 BILDUNG FÜR EUROPA

**Nationale Agentur Bildung
 für Europa
 beim Bundesinstitut
 für Berufsbildung**

Robert-Schuman-Platz 3
 D - 53175 Bonn
 www.na-bibb.de



Projekto koordinavimas



Ruhr-Universität Bochum
 Institut für Arbeitswissenschaft
 Universitätsstraße 150, D - 44780 Bochum
 www.iaw.rub.de

Projektleiter: Dr. Martin Kröll
 Tel.: +49 (0) 234 32-23293
 Email: martin.kroell@rub.de

Projekto partneriai Europoje

Science & Technology Park of Crete	Габровска търговско-промишлена палата	STEP-C Science & Technology Park of Crete, Graikija [Mokslų ir technologijų parkas, Heraklionas, Kreta-Graikija]
ceeim	CENTRO EUROPEO DE EMPRESAS E INNOVACION DE MURCIA	Gabrovска търговско-промишлена палата [Prekybos ir Pramonės rūmai, Gabrovas, Bulgarija]
AHK	eniochos CONSULTING	Pécs-Baranyai Kereskedelmi és Iparkamara [Prekybos ir Pramonės rūmai Pécs, Baranija-Vengrija]
AHK	AHK Service UAB	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia [Mursijos europinis verslo ir inovacijų centras, Mursija-Ispanija]
AHK	AHK Service UAB	eniochos CONSULTING [monių konsultavimas, Heraklionas, Kreta-Graikija]
AHK	AHK Service UAB	AHK Service UAB [Vokietijos ir Baltijos šalių prekybos rūmai, Vilnius, Lietuva]

Projekto partneriai Vokietijoje

UNIVERSITÄT DUISBURG ESSEN	Lehrstuhl für Wirtschaftswissenschaften und Didaktik der Wirtschaftslehre Universität Duisburg-Essen Universitätsstraße 2, D - 45141 Essen www.wida.wiwi.uni-due.de
DIE WIRTSCHAFTS SENIOREN NRW.AHJ	Ansprechpartner: Prof. Dr. Thomas Retzmann Tel: +49 (0) 201 183-3667 e-mail: thomas.retzmann@uni-due.de
DIE WIRTSCHAFTS SENIOREN NRW.AHJ	ALT HILFT JUNG NRW e.V. Die Wirtschafts senioren NRW.AHJ Existenzgründerzentrum Rudolf-Diesel-Straße 3 D - 40822 Mettmann www.althilftjung-nrw.de

Informacija internete

Su projekto vykdymo etapais galite susipažinti projekto svetainėje.
 Svetainėje rasite ir kitą naudingą informaciją.

www.enterpriseplusproject.eu

Enterprise+ | TRUMPA INFORMACIJA APIE PROJEKTĄ [LIT] [REV. 00 III, 2015]



TARPTAUTINIS TYRIMŲ PROJEKTAS

Su Europos Komisijos parama pagal programą Erasmus+

Projektas... ...at a glance!

TRUMPA INFORMACIJA APIE PROJEKTĄ



2014 m. rugsėjis, Bochumas, Vokietija

Dokumento kilmė

ENTERPRISE+ – PROJEKTAS...AT A GLANCE – TRUMPA INFORMACIJA APIE PROJEKTĄ | ORIGINALAS VOKIEČIŲ K. Redaktorius: Dr. Martin Kröll | Užimtumo mokslų institutas Bochume | Rugsėjis 2014
 Šis projektas yra finansuojamas remiant Europos Komisiją. Šis leidinys atspindi tik autoriaus požiūrį, todėl Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokį jame pateikiamos informacijos naudojimą.



Motyvacija dalyvauti projekte Enterprise+

Situacija Europos darbo rinkoje reikalauja potencialo išnaudojimo

Prie pagrindinių projekto „Enterprise+ Innovative Potential Meets Experience“ motyvų galima priskirti **tris esminius faktorius**: aukšto lygio jaunimo nedarbą Europoje, žemą verslo steigimo rodiklį ir darbo jėgos emigraciją. Pagrindinė jaunimo nedarbo mažinimo priemonė yra **gebėjimo dalyvauti darbo rinkoje stiprinimas**, kurį visų pirma galima paskatinti per konkrečių ekonominės ir verslo realybės situacijų nagrinėjimą.

Be to, matyti, kad dažniausiai verslą steigia asmenys, priklausantys amžiaus grupei virš 50 metų. Iš to išeina, kad **jaunimo verslumo kompetencijos skatinimas turi potencialo**. Atsižvelgiant į tai, kad emigracijos mastas šalyse-partnerėse ženkliai padidėjo, šis projektas sieks sukurti jaunimui **patrauklius mokymosi metodus** bei dalyvavimo darbo rinkoje **galimybes**, tuo pagerindamas šansus jaunimui likti dirbingiems jų šalyje.

Projekto Enterprise+ tikslai

Mažinti jaunimo nedarbą Europoje ir skatinti verslumą

Projekto tikslas – prisidėti prie **nedarbingumo mažinimo**, ypatingai jaunimo, skatinant jų **verslumą**. Tai vyksta įmonių steigėjų ir partnerių verslumo kompetencijos stiprinimo dėka.

Projektas skirtas **jaunimui nuo 16 iki 25 metų**. Numatomas bendradarbiavimas su mokyklomis ir darbo biržomis penkiose šalyse-partnerėse.

Jauniems projekto „Enterprise+“ dalyviams

padės **patyrę verslininkai**. Vadovai turi būti vyresni nei 55 m. amžiaus ir dalinai vykdančios darbinę veiklą arba jau esantys pensijoje. Savo darbinės bei gyvenimo patirties dėka jie padės jaunimui atpažinti bei vystyti savo verslumo stipriąsias puses.

Remiantis projekto metu gauta patirtimi atskirose šalyse bus išvystytos savarankiško mokymosi programos (moduliai).



Projekto Enterprise+ organizacija

Priemonės efektyviam projekto vykdymui

Visi projekto partneriai iš atskirų ES šalių dalyvauja **multiplikatorių mokymuose**, po kurių jie galės vykdyti potencialo analizę.

Po to kita partnerių užduotis bus suorganizuoti **informacinį seminarą**, kurio metu bus pristatyta projekto koncepcija.

Kitas žingsnis yra paruošti **stebėtojus iš atskirų ES šalių** stebėjimo užduotims, kurias jie atliks potencialo analizės metu.

Įmonių vadovai (buvę) iš organizacijos „Alt hilft Jung“ iš Vokietijos (liet. asociacija „Patyręs padeda jaunam“) paruošia **įmonių vadovus** (buvusius) **atskirose ES šalyse**, kad jie toliau galėtų padėti mokiniams, dalyvavusiems potencialo analizėje, kaip **mentoriai**.

Be to, kiekvienoje projekte dalyvaujančioje ES šalyje vyks **ekspertų seminarai**. Jų metu bus pasikeičiama patirtimi bei užtikrinamas projekto veiklos tvarumas.

Projekto Enterprise+ tikslinės grupės

Bendradarbiaujant įvairioms amžiaus grupėms pasiekti sinergijos efektą

Yra identifikuojamos trys centrinės tikslinės grupės:

Multiplikatoriai:

pvz. pramonės ir prekybos rūmų konsultantai, (profesinio rengimo) mokyklų atsakingi asmenys arba mokymo centrai, darbo biržų darbuotojai arba verslumo skatinimo centrų darbuotojai.

Mentoriai:

pvz. buvę arba dar dirbantys vadovai arba vadybininkai nuo 55 m. amžiaus.

Jaunimas:

pvz. vidurinės mokyklos mokiniai, praktikantai arba darbo ieškantys jaunuoliai nuo 16 iki 25 m. amžiaus.



Nustatyti ir skatinti verslumo potencialą

Metodas: verslumo nustatymo ir skatinimo potencialo analizė

Ši potencialo analizė buvo sukurta projekto „**Losleger – verslumo talento profilio nustatymas**“ metodo pagrindu ir skirta vidurinės mokyklos mokiniams. Ši analizė bus skleidžiama ES šalyse partnerėse ir projekto metu pritaikyta šalių specifiniams poreikiams. Kartu bus skatinami „**verslumo talentai (startuojančiuose) projektuose**“, kurių metu mentorių profesinė patirtis susilies su jaunų žmonių naujomis idėjomis.

Potencialo analizės įvykdymui ir įvertinimui **multiplikatoriai iš Jūsų organizacijos bus** apmokomi ir tikslingai vadovaujami, kad jie galėtų savarankiškai įgyvendinti analizės metodus, instrumentus bei būdus.

Projekto tvarumo užtikrinimui **bus išvystytos mokymosi programos (moduliai)**, kurias potencialūs vartotojai galės naudoti savarankiškai.

Projekto Enterprise+ etapai

Orientuotas į rezultatus ir sistemingas projektų tikslų įgyvendinimas

