



Co-funded by
the European Union



CREASSE

**MANUAL PRAKTIK "PËR ORGANIZIMIN E
AKTIVITETEVE NË SIPËRMARRJEN KOLEKTIVE":
ROLI I LEHTËSUESIT SOCIAL**

**UDHËZIME PËR ZHVILLIMIN E
SESIONEVE TË TRAJNIMIT**

TABELA E PËRMBAJTJES

Marketing

	1
• Përmbledhje e Shkurtër	1
• Objektivat e Modulit	2
• Listë Kontorlli / Checklist	2
• Përmbajtja Mësimore	4
• Shembuj	7
• Listë Kontrolli Finale / Checklist	8
• Ushtrime për Reflektim	9
• Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme	10

Lidershipi, Kujdesi për Vetën dhe Menaxhimi i Kohës

• Përmbledhje e Shkurtër	11
• Objektivat e Modulit	12
• Listë Kontorlli / Checklist	12
• Përmbajtja Mësimore	13
• Shembuj	13

- Ushtrime për Reflektim
- Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

14

16

Kuadri Ligjor dhe Rregullator

18

- Përmbledhje e Shkurtër
- Objektivat e Modulit
- Listë Kontorlli / Checklist
- Përmbajtja Mësimore
- Shembuj
- Listë Kontrolli Finale / Checklist
- Ushtrime për Reflektim
- Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

18

19

19

20

22

24

25

26

Modeli i Biznesit

27

- Përmbledhje e Shkurtër
- Objektivat e Modulit
- Listë Kontorlli / Checklist
- Përmbajtja Mësimore
- Shembuj

27

28

28

29

31

- Listë Kontrolli Finale / Checklist 35
- Ushtrime për Reflektim 36
- Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme 37

Analiza Ekonomike dhe Aksesit në Financa 39

- Përmbledhje e Shkurtër 39
- Objektivat e Modulit 39
- Listë Kontrolli / Checklist 40
- Përmbajtja Mësimore 40
- Shembuj 41
- Listë Kontrolli Finale / Checklist 44
- Ushtrime për Reflektim 46
- Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme 47

Komptencat që lidhen me Sipërmarrjen Kolektive 47

- Përmbledhje e Shkurtër 47
- Përmbajtja Mësimore 49
- Ushtrime për Reflektim 52

MARKETING

Përmbledhje e Shkurtër

Ky modul i njeh pjesëmarrësit me thelbin e marketingut brenda kontekstit unik të ndërmarrjeve sociale. Ndryshe nga bizneset tradicionale, ndërmarrjet sociale duhet të komunikojnë si ofertat e tyre komerciale ashtu edhe misionin e tyre social, duke e bërë marketingun një mjet të fuqishëm për të nxitur ndikimin dhe qëndrueshmërinë. Moduli mbulon bazat e ndërtimit të një historie bindëse ndikimi dhe një narrative marke, të cilat janë thelbësore për angazhimin e klientëve, përfituesve dhe mbështetësve.

Pjesëmarrësit do të mësojnë të identifikojnë dhe hartojnë palët e interesuara kryesore, të segmentojnë dhe targetojnë audiencat e tyre dhe të përshtasin mesazhet e tyre për t'u përshtatur me grupe të ndryshme. Moduli eksploron miksën e marketingut - produktin, çmimin, vendin dhe promovimin - me fokus në përshtatjen e këtyre elementëve me misionin shoqëror dhe vlerat e ndërmarrjes. Vëmendje e veçantë i kushtohet marketingut dixhital dhe mediave sociale, duke ofruar udhëzime praktike se si të shfrytëzohen platformat online për rrëfimin e historive, angazhimin e komunitetit dhe ndërtimin e ndërgjegjësimit.

Përmes ushtrimeve interaktive, studimeve të rasteve nga jeta reale dhe aktiviteteve praktike, pjesëmarrësit do të zhvillojnë aftësi praktike të marketingut. Ata gjithashtu do të hartojnë një plan bazë të marketingut, duke vendosur objektiva të qarta, duke identifikuar audiencat e synuara, duke zgjedhur kanalet e duhura dhe duke përcaktuar metrika për sukses.

Në fund të modulit, pjesëmarrësit do të kuptojnë se si marketingu efektiv mund t'i ndihmojë ndërmarrjet e tyre sociale të tërheqin mbështetës, të ndërtojnë besim dhe të krijojnë ndikim të qëndrueshëm në komunitetet e tyre. Moduli thekson autenticitetin, transparencën dhe rëndësinë e lidhjes së misionit me nevojat e tregut.



Objektivat e Modulit

Në fund të këtij moduli, pjesëmarrësit duhet të jenë në gjendje të:

- Kuptoni sfidat dhe mundësitë unike në marketing për ndërmarrjet sociale.
- Zhvilloni një histori bindëse ndikimi dhe një narrativë marke.
- Identifikoni dhe angazhoni palët kryesore të interesuara dhe audiencat e synuara.
- Zbatoni strategji të marketingut dixhital dhe tradicional.
- Krijoni një plan bazë marketingu në përputhje me misionin e tyre shoqëror.

Listë Kontrolli / Checklist

1. Kuptoni konceptet thelbësore të ndërmarrjes sociale - misionin, ndikimin social dhe qëndrueshmërinë e biznesit.
2. Të jeni në gjendje të artikulonit qartë rëndësinë e marketingut për ndërmarrjet sociale, duke përfshirë edhe ndryshimin e tij nga marketingu tradicional i biznesit.
3. Studioni dhe praktikoni hartimin e një "historie ndikimi" që shpjegon qëllimin dhe misionin social të ndërmarrjes.
4. Rishikoni parimet e krijimit të markës autentike dhe si ta përshtasni atë me misionin dhe vlerat e ndërmarrjes.

5. Njihuni me teknikat e rrëfimit të historive që lidhen emocionalisht me audiencën dhe i bëjnë misionet komplekse të realizueshme.
6. Mësoni si të identifikoni dhe segmentoni audiencat e synuara, duke përfshirë krijimin e personazheve të klientëve.
7. Rishikoni teknikat e hartëzimit të palëve të interesuara për të identifikuar klientët, përfituesit, financuesit dhe partnerët.
8. Kuptoni bazat e miksit të marketingut (produkti, çmimi, vendi, promovimi) ashtu siç zbatohen në ndërmarrjet sociale.
9. Studioni bazat e marketingut dixhital: mediat sociale, strategjinë e përmbajtjes, përzgjedhjen e platformës dhe taktikat e angazhimit.
10. Të dish si të vendosësh objektiva marketingu SMART (Specifike, të Matshme, të Arritshme, Realiste, të Kufizuara në Kohë).
11. Rishikoni strategjitë për zgjedhjen e kanaleve të përshtatshme të marketingut bazuar në audiencën dhe burimet.
12. Mësoni si të matni dhe vlerësoni efektivitetin e marketingut duke përdorur analizat dhe reagimet.
13. Përgatitni shembuj të fushatave të suksesshme të marketingut të ndërmarrjeve sociale dhe studime rastesh për diskutim.
14. Jini të gatshëm t'i udhëzoni pjesëmarrësit përmes procesit të hartimit të një plani të thjeshtë marketingu.
15. Kuptoni rëndësinë e qëndrueshmërisë në mesazhe dhe identitetin vizual në të gjitha materialet e marketingut

Përmbajtja Mësimore

Struktura e modulit:

TEMA	KOHËZGJATJA	METODOLOGJIA
Hyrje në marketingun për sipërmarrjet sociale	30 min	Prezantim, diskutim në grup
Përcaktimi i historisë dhe markës suaj të ndikimit	45 min	Tregim historish, trajnim
Identifikimi i aktorëve të interesit	45 min	Ushtrim në grup, studim rasti
Marketing Mix për Sipërmarrjet Sociale	60 min	Leksion interaktiv, punë në grup
Marketingu Digjital & Mediat Sociale	60 min	Demo, ushtrime praktike
Partneritete & Angazhimi i Komunitetit	30 min	Stuhi idesh, lojë me role
Zhvillimi i Planit të Marketingut	60 min	Plotësimi i formateve me udhëzime

Hyrje në marketingun për sipërmarrjet sociale

- Marketingu në ndërmarrjet sociale shkon përtej shitjes së produkteve ose shërbimeve; ai duhet të komunikojë misionin social dhe të krijojë lidhje emocionale.
- Diskutoni dualitetin: balancimin e qëllimeve tregtare me ndikimin social.

Përcaktimi i historisë suaj të ndikimit dhe narrativës së markës

- Historia e ndikimit: Artikuloni qartë se çfarë bën ndërmarrja juaj, pse ka rëndësi dhe ndryshimin që kërkon të krijojë.
- Narrativa e markës: Zhvilloni një markë autentike, të orientuar nga misioni, që rezonon si me klientët ashtu edhe me mbështetësit.
- Tregimi i historive: Përdorni histori të vërteta (përfitues, themelues, komunitet) për të ndërtuar besim dhe angazhim.

Këshillë për trajnerin: Ndërtoni një ushtrim ku pjesëmarrësit hartojnë historinë e tyre të ndikimit dhe marrin reagime nga kolegët.

Identifikimi i aktorëve të interesit

- Identifikoni palët kryesore të interesuara: klientët, përfituesit, financuesit, partnerët, politikëbërësit.
- Hartoni motivimet dhe rrugët e tyre të vendimmarrjes (pse do t'ju mbështesnin ose do të blinin prej jush?).
- Segmentoni dhe targetoni audiencën bazuar në vlerat dhe nevojat e tyre.

Këshillë për trajnerin: Përdorni një shabllon për hartëzimin e palëve të interesuara dhe udhëzojini pjesëmarrësit ta plotësojnë atë për ndërmarrjen e tyre.

Marketing mix për sipërmarrjet sociale

- Produkti: Çfarë ofrohet? Si e zgjidh një problem social?
- Çmimi: Merrni parasysh përballueshmërinë, perceptimin e vlerës dhe ndikimin social.
- Vendi (Shpërndarja): Si do t'i arrijnë produktet/shërbimet audiencës? (online, shitje me pakicë, ngjarje komunitare).
- Promovimi: Si do ta komunikoni vlerën dhe misionin tuaj? (mediat sociale, evente, partneritete, media tradicionale).

Këshillë për trajnerin: Ushtrim në grup për të zhvilluar një mini-marketingu për një ndërmarrje sociale shembullore.

Marketingu Digjital & Mediat Sociale

- Ndërtoni një faqe interneti të lehtë për t'u përdorur dhe të optimizuar për celularë si qendrën tuaj dixhitale.
- Përdorni platformat e mediave sociale (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter) për rrëfimin e historive, angazhimin e komunitetit dhe ndërgjegjësimin.
- Marketingu i përmbajtjes: blogje, video, histori ndikimi, lidhshipi i mendimit.
- Përdorni marketingun video për një angazhim më të lartë.
- Merrni në konsideratë grantet Google Ads dhe reklamat e synuara në mediat sociale për një shtrirje më të gjerë.
- Bashkëpunoni me influencers dhe ambasadorë të lidhur me misionin tuaj.

Këshillë për trajnerin: Demonstroni krijimin e një faqeje bazë në mediat sociale dhe planifikimin e një jave me postime.

Partneritete & Angazhimi i Komunitetit

- Bashkëpunoni me organizata me të njëjtat interesa, persona me ndikim dhe udhëheqës të komunitetit për të zgjeruar shtrirjen dhe besueshmërinë.
- Organizoni ose merrni pjesë në evente dhe punëtori për të ndërtuar marrëdhënie dhe besim.

Zhvillimi i Planit të Marketingut

- Udhëzoni pjesëmarrësit në hartimin e një plani të thjeshtë marketingu, duke përfshirë:
- Objektivat (në përputhje me misionin)
- Audiencat e synuara
- Mesazhe kryesore
- Kanalet dhe taktikat
- Afati kohor dhe përgjegjësitë
- Metrikat për sukses

Këshillë për trajnerin: Jepni një model plani marketingu dhe lehtësoni një seancë përfundimi hap pas hapi..

Shembuj

Aktivitete dhe ushtrime të sugjeruara:

- Trajnime për historitë e impaktit: Pjesëmarrësit shkruajnë dhe ndajnë historitë e tyre të impaktit.
- Identifikimi i grupeve të interesuara: Ekipet hartëzojnë palët e interesuara për një ndërmarrje sociale hipotetike ose reale.
- Stuhi idesh për Marketing Mix : Grupet zhvillojnë një përzierje marketingu për një ndërmarrje shembull.

- Audit digjital: Pjesëmarrësit shqyrtojnë dhe kritikojnë faqet ekzistuese të internetit të ndërmarrjeve sociale ose faqet e mediave sociale.
- Lojë me role: Praktikoni prezantimin e ndërmarrjes sociale para grupeve të ndryshme të palëve të interesuara.
- Hartimi i planit të marketingut : Sesion i udhëhequr duke përdorur një shabllon.

Listë Kontrolli Finale / Final Checklist

Listë Kontrolli për Lehtësuesit pas përfundimit të Modulit:

1. Mund të shpjegojë qartë rolin dhe rëndësinë unike të marketingut në ndërmarrjet sociale, duke e dalluar atë nga marketingu tradicional i biznesit.
2. Mund t'i udhëzojë pjesëmarrësit në zhvillimin dhe rafinimin e një historie bindëse me ndikim dhe një narrative autentike të markës për një ndërmarrje sociale.
3. Ka zotëruar hartëzimin e palëve të interesuara, duke përfshirë identifikimin, segmentimin dhe prioritizimin e palëve të interesuara kryesore, siç janë klientët, financuesit, partnerët dhe përfituesit.
4. Mund të lehtësojë ushtrime në segmentimin, targetimin dhe pozicionimin e audiencës (STP) të përshtatura për kontekstet e ndërmarrjeve sociale.
5. Kupton dhe mund të mësojë miksin e marketingut (produktin, çmimin, vendin, promovimin) ashtu siç zbatohet në ndërmarrjet sociale, duke përfshirë edhe përputhjen e misionit.
6. Është i aftë në bazat e marketingut dixhital—bazat e faqes së internetit, strategjinë e mediave sociale, krijimin e përmbajtjes dhe mjetet e angazhimit online.
7. Mund të këshillojë mbi ndërtimin e partneriteteve dhe bashkëpunimeve për të rritur shtrirjen dhe besueshmërinë e marketingut

8. Mund të mbështesë pjesëmarrësit në përcaktimin e objektivave të marketingut SMART dhe në përshtatjen e tyre me objektivat e përgjithshme të ndikimit social.
9. Është në gjendje të udhëheqë zhvillimin e një plani bazë dhe të zbatueshëm të marketingut për një ndërmarrje sociale.
10. Mund të demonstrojë dhe lehtësojë përdorimin e mjeteve dhe shablloneve praktike të marketingut (p.sh., hartat e palëve të interesuara, shabllonet e planeve të marketingut).
11. Kupton se si të masë efektivitetin e marketingut duke përdorur metrika dhe mekanizma reagimi të përshtatshëm.
12. Mund të ofrojë studime rastesh relevante dhe shembuj nga jeta reale për të ilustruar strategji efektive të marketingut të ndërmarrjeve sociale.

Ushtrime për Reflektim

Pas përfundimit të njësisë së marketingut, lehtësuesit mund të përdorin pyetjet e mëposhtme reflektuese me përgjigje të hapura për të nxitur mendime dhe diskutime më të thella midis pjesëmarrësve:

- Si ndikoi procesi i identifikimit të palëve të interesuara dhe përcaktimit të audiencave tuaja të synuara në mënyrën se si mendoni për promovimin e misionit dhe ofertave të ndërmarrjes suaj sociale? Çfarë njohurish të reja fituat rreth mbështetësve ose klientëve tuaj potencialë përmes këtij ushtrimi?
- Në çfarë mënyrash mund të duhet të përshtatet historia juaj e ndikimit ose rrëfimi i markës kur komunikoni me audienca të ndryshme (siç janë financuesit, përfituesit ose partnerët)? Çfarë sfidash mund të lindin dhe si do t'i adresoni ato?

- Duke reflektuar mbi planin e marketingut që keni zhvilluar, për cilat aspekte ndiheni më të sigurt dhe cilat fusha mendoni se kërkojnë eksplorim ose mbështetje të mëtejshme? Si mund të vazhdoni të testoni dhe përmirësoni strategjitë tuaja të marketingut ndërsa ndërmarrja juaj sociale evoluon?

Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

- **Social entrepreneurship training manual (RISE Project) - Manual Trajnimi mbi Sipërmarrjen Sociale (Projekti RISE):**
https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content/cd6b8f06-7987-4d7c-a73f-c9cdeb44a67b/I01_-_Social_Entrepreneurship_Training_Manual__EN_.pdf
- **"Marketing Your Social Enterprise" (Social Enterprise London) - Marketing për Sipërmarrjen Sociale:**
<https://www.socialenterprisebsr.net/wp-content/uploads/2016/05/Marketing-Your-Social-Enterprise-Social-Enterprise-London.pdf>
- **Social Enterprise Marketing Toolkit (FSSES) - Paketë Mjetesh për Marketingu për Sipërmarrjet Sociale:**
https://www.fses.hk/_ul/1716286984.pdf
- **Causeartist: 7 Marketing Strategies for Social Enterprises - 7 Strategji Marketingu për Sipërmarrjet Sociale:**
<https://www.causeartist.com/marketing-strategies-social-enterprises/>
- **Ailish Irvine Training: 10 Proven Digital Marketing Strategies for Social Enterprises - 10 Strategji të Marketingut Digjital për Sipërmarrjet Sociale:** <https://www.ailishirvinetraining.com/blog/10-proven-digital-marketing-strategies-for-social-enterprises>

LIDERSHIPI, KUJDESI PËR VETEN DHE MENAXHIMI I KOHËS

Përmbledhje e Shkurtër

Në këtë modul, do të eksploronit teknika të fuqishme që do t'ju ndihmojnë të arrini ekuilibrin e dëshiruar midis jetës suaj profesionale dhe personale, edhe kur përballeni me situata të vështira. Gjithashtu do të mësoni se si ta dëgjoni trupin tuaj dhe t'i përgjigjeni nevojave të tij, duke kuptuar se ai është aleati juaj më i madh në përballimin e çdo dite me qartësi dhe vitalitet.

Do të zbuloni strategji praktike dhe efektive që do t'ju lejojnë të menaxhoni përgjegjësitë tuaja të përditshme në mënyrë më efektive, duke ruajtur njëkohësisht energjinë e nevojshme për kujdesin ndaj vetes. Gjatë këtij procesi, do të fitoni një kuptim më të thellë të vetes dhe mënyrës se si po e menaxhoni aktualisht jetën tuaj. Do të eksploronit teknika dhe këshilla të ndryshme për të organizuar kohën dhe prioritetet tuaja në mënyrë më efektive, duke siguruar që të ruani hapësirë për mirëqenien tuaj.

Objektivat e Modulit

Objektivat specifikë të të nxënit janë:

- Për të promovuar lidershipin për sipërmarrësit, duke përshkruar stile të ndryshme dhe duke lehtësuar vendimmarrjen.
- Për të zbuluar strategji praktike dhe efektive që na lejojnë të menaxhojmë jetën tonë të përditshme në mënyrë më efikase.
- Të nxisë ndërgjegjësimin për kujdesin ndaj vetes si një aftësi kyçe për arritjen e ekuilibrit midis punës dhe jetës personale

Listë Kontrolli / Checklist

Lehtësuesi duhet të jetë i njohur me:

- Koncepti i lidershipit, stilet e ndryshme të lidershipit dhe si t'i zbatojmë ato në mënyrë efektive brenda një grupi.
- Aktivitete praktike dhe dinamika për zhvillimin e aftësive udhëheqëse.
- Rëndësia e përfshirjes së një perspektive gjinore në lidership.
- Strategjitë dhe dinamikat e grupit për vendimmarrje efektive.
- Teknikat për menaxhimin efikas të kohës.
- Metodat për të dalluar atë që është e rëndësishme dhe atë që është urgjente.
- Qasje për të minimizuar shpërqendrimet dhe për të rritur përqendrimin.
- Mjete dhe metoda për organizimin dhe menaxhimin e kohës.
- Praktika për kujdesin ndaj vetes për të ruajtur energjinë dhe mirëqenien.
- Teknika reflektuese për të kapur dhe integruar mësimet e nxjerra.

Përmbajtja Mësimore

- Çfarë është lidershipi? A ekziston vetëm një stil lidershipi? Autokratik. Pjesëmarrës. Shërbëtor. I shpërndarë.
- A ka lidershipi gjini?
- Vendimmarrja dhe lidershipi. Mjete vendimmarrëse.
- Qëllimi për ditën: Përparësitë e strategjive. Ushtrim: Zgjidhni përparësinë tuaj për ditën.
- Fokusi: Kapërce shpërqendrimet. Si të qëndrosh i përqendruar.
- Kurseni energjinë: Kujdesuni për trupin tuaj për të rimbushur trurin. Si ta dalloni stresin.
- Reflektoni, festoni dhe mësoni. Vlerësoni çfarë ka shkuar mirë dhe çfarë jo.
- Aplikacione dixhitale për menaxhimin e kohës që mund të shkarkohen falas . Mësoni dhe përdorni ato që i përshtaten më së miri nevojave tuaja.
- Çfarë është koha dhe pse është e rëndësishme ta menaxhojmë atë?
- Përcaktoni qëllimet tuaja: Si jeni dhe si doni të jeni? Qëllime personale dhe profesionale.
- Njih veten: Identifiko sjelljet efikase. Ndarja e ngarkesës, bindjet kufizuese, sindroma e mashtruesit, humbësit e kohës,
- Planifikoni, zgjidhni dhe përcaktoni përparësitë. Metoda GTD (Getting Things Done - Përfundimi i Gjërave)

Shembuj

Seri

Do të pëlqeni shumë të shihni se si Dr. Max Goodwin, në serialin "New Amsterdam", të disponueshëm në Netflix dhe Amazon Prime, ka një stil lidershipi që thekson vlera si besimi dhe përpulësia.

Reflektim:

Çfarë modelesh lidërshipi keni si referencë? A është një grua apo një burrë?

A mendoni se ka dallime?

Pse janë ato një referencë për ju?

Ushtrime për Reflektim

Reflektim 1

Tani që jeni të njohur me katër stilet e lidërshipit që kemi renditur, me cilin stil identifikoheni më shumë? Me cilin ndiheni më rehat?

Reflektimi 2

A ju kanë pyetur ndonjëherë se cili stil lidërshipi ju duket më i natyrshëm?

Reflektim 3

A do të dëshironit të provonit një nga stilet e tjera të lidërshipit? Cilin dhe pse?

Zgjidhni përparësinë tuaj për ditën

Ja një ushtrim praktik për t'ju ndihmuar të zgjidhni një përparësi për ditën:

1. Ndani një moment për të reflektuar: Gjeni një vend të qetë ku mund të jeni vetëm me veten. Mbyllni sytë, merrni frymë thellë dhe përqendrohuni në momentin e tanishëm.
2. Vizualizoni detyrat tuaja: Imagjinoni të gjitha detyrat dhe përgjegjësitë që keni për ditën. Vizualizoni ato si elementë që fluturojnë në ajër para jush.

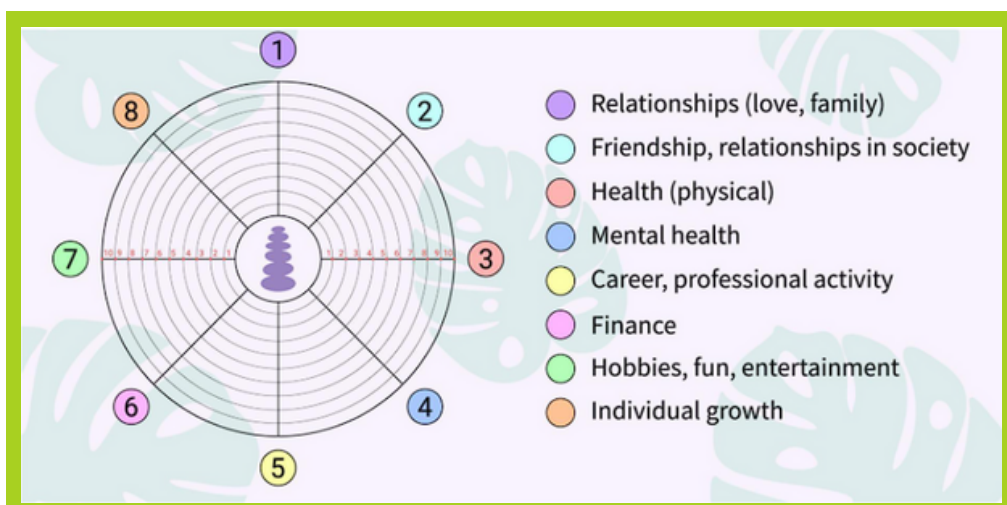
3. Pyet veten:

- ☐ Çfarë përparësie dua për sot?
- ☐ Çfarë është më urgjente?
- ☐ Cili prioritet do të më japë më shumë kënaqësi në fund të ditës?
- ☐ Çfarë do të më sjellë më shumë gëzim kur ta bëj?
- ☐ Cila më afron më shumë me qëllimet e mia?

Rrota e Jetës

Është një mjet vetëanalize i krijuar nga Paul J. Meyer, themelues i Institutit të Motivimit për Sukses.

1. Merr një copë letër dhe vizato një rrotë si kjo (mund të ndryshosh ose shtosh çdo fushë që është e rëndësishme për jetën tënde).
2. Tani merrni një stilolaps blu dhe një stilolaps të kuq (ngjyrat nuk kanë rëndësi, vetëm ngjyra të ndryshme).
3. Përdorni stilolapsin blu dhe vlerësoni sinqerisht nivelin tuaj të kënaqësisë nga 0 në 10 me secilën nga fushat e ndryshme të jetës suaj tani (gjendja juaj aktuale).



Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

- **Strategies for entrepreneurs selfcare - Strategji Vetë kujdesi për Sipërmarrësit:**

<https://www.wishup.co/blog/self-care-strategies-for-entrepreneurs/>

- **A self-care checklist for leaders from Harvard Business review - Një Listë kontrolli mbi vetë kujdesi për liderat nga Harvard Business Review:**

<https://hbr.org/2024/09/a-self-care-checklist-for-leaders>

- Here is a video in which educator and writer James M. Lang talks about why we struggle to pay attention and the dangers of multitasking. - Një video në të cilën edukatori dhe shkrimtari James M. Lang flet për arsyen pse kemi vështirësi të kushtojmë vëmendje dhe rreziqet e kryerjes së shumë detyrave njëkohësisht.

Why do we struggle to pay attention? James M. Lang, educator and writer-

Pse kemi vështirësi të kushtojmë vëmendje? James M. Lang, edukator dhe shkrimtar

<https://youtu.be/S4wm2zPuNYU?feature=shared>

- Ekzistojnë teknika që mund t'ju ndihmojnë të menaxhoni kohën tuaj në mënyrë më efektive. Një nga këto teknika është Teknika Pomodoro, një metodë e menaxhimit të kohës që përdor intervale pune të shkurtra dhe të fokusuara, të njohura si "pomodoros", të ndërthurura me pushime të shkurtra. Përfshin punën në një detyrë për 25 minuta, pastaj marrjen e një pushimi 5-minutësh dhe përsëritjen e këtij cikli katër herë përpara se të bësh një pushim më të gjatë 15-30-minutësh.

Teknika Pomodoro

- Në epokën dixhitale, ka shumë aplikacione dhe mjete të dizajnuara posaçërisht për zbatimin e Teknikës Pomodoro ose për menaxhimin e kohës.

Disa nga më të njohurat:

- **Toggl Track.** Një program gjurmimi që ndërton raporte të personalizuar nga të dhënat kohore të ekipit tuaj për të maksimizuar produktivitetin dhe të ardhurat.
- **Notion.** Një hapësirë për të zgjidhur pyetje, për të automatizuar detyrat dhe për të ecur përpara me projektet
- **Forest.** Një aplikacion i projektuar për t'ju ndihmuar të qëndroni larg telefonit tuaj dhe të përqendroheshi në detyrat tuaja të rëndësishme.

- Ja një video dhe një podcast që shpjegon se si të identifikoni dhe ndryshoni bindjet tuaja kufizuese. **Video: How to Identify and Change Your Limiting Beliefs | + Practical Exercise** - Video: Si të identifikoni dhe ndryshoni bindjet tuaja kufizuese | + Ushtrim praktik

<https://youtu.be/0YNZK3A8JYQ?feature=shared>

- Një metodë tjetër është Getting Things Done (GTD), është një metodologji e produktivitetit personal që ripërcakton mënyrën se si i qaseni jetës dhe punës suaj. Normalisht ne kalojmë nëpër një metodë pune me pesë faza për t'u marrë me punën tonë. Ne (1) kapim gjërat që na tërheqin vëmendjen, ne (2) sqarojmë se çfarë nënkuptojnë ato dhe ne (3) organizojmë rezultatet, mbi të cilat ne (4) reflektojmë shpesh për të zgjedhur se me cilën gjë (5) do të angazhohemi më pas.

Për të mësuar më shumë:

<https://gettingthingsdone.com/what-is-gtd/>

Dhe këtu mund të gjeni disa nga mjetet dixhitale që mund të përdorni për të marrë vendime në grup virtualisht:

Loomio. Merrni vendime së bashku pa takime.

Murmur. Murmur lejon thirrje zanore midis grupeve të pajisjeve me Bluetooth LE.

KUADRI LIGJOR DHE RREGULLATOR

Përmbledhje e Shkurtër

Ky modul u ofron trajnerëve një pasqyrë thelbësore të kornizave ligjore që rregullojnë ndërmarrjet sociale në Hungari, Spanjë, Itali, Qipro dhe Shqipëri. Të kuptuarit e kontekstit ligjor është thelbësor për sipërmarrësit socialë aspirantë, pasi ai formëson mënyrën se si organizatat themelohen, operohen dhe mbështeten brenda secilit vend.

Moduli fillon duke përshkruar parimet e përgjithshme të përbashkëta për legjislacionin e ndërmarrjeve sociale, të tilla si kërkesa për një mision të qartë social, kufizimet ose udhëzimet mbi shpërndarjen e fitimit dhe rëndësia e qeverisjes transparente. Më pas nxjerr në pah ndryshimet e rëndësishme midis vendeve.

Trajnerët inkurajohen të njihen si me elementët universalë ashtu edhe me rregulloret specifike të vendit që ndikojnë në formimin dhe funksionimin e ndërmarrjeve sociale. Moduli përfshin aktivitete praktike - të tilla si analiza krahasuese, hartimi i qeverisjes dhe diskutimet e studimeve të rasteve - për të ndihmuar pjesëmarrësit të kuptojnë se si kornizat ligjore ndikojnë në zgjedhjet dhe strategjitë e tyre.

Në fund të fundit, ky modul i pajis trajnerët për të udhëhequr pjesëmarrësit në lundrimin e kërkesave ligjore, marrjen e vendimeve të informuara në lidhje me strukturën organizative dhe sigurimin e pajtueshmërisë me ligjet kombëtare. Lehtësuesve u kujtohet që të konsultohen gjithmonë me rregulloret lokale të përditësuara, pasi kornizat ligjore mund të evoluojnë dhe mund të ndryshojnë ndjeshëm midis vendeve.

Objektivat e Modulit

Në fund të këtij moduli, pjesëmarrësit duhet të jenë në gjendje të:

- Kuptoni konceptin e një kuadri ligjor dhe rëndësinë e tij për zhvillimin dhe qëndrueshmërinë e ndërmarrjeve sociale.
- Njihni tiparet dhe kriteret thelbësore që përcaktojnë një ndërmarrje sociale, të tilla si qëllimi social, kufijtë e shpërndarjes së fitimit dhe qeverisja gjithëpërfshirëse.
- Analizoni se si kornizat ligjore ndikojnë në aspektet operative, financiare dhe qeverisëse të ndërmarrjeve sociale, duke përfshirë aksesin në stimuj dhe skema mbështetëse.
- Vlerësoni avantazhet dhe sfidat e kornizave të ndryshme ligjore, duke përfshirë ndikimin e të paturit të një forme të dedikuar ligjore kundrejt funksionimit sipas strukturave të përgjithshme ligjore.
- Zbatoni njohuritë e kornizave ligjore në skenarë praktikë, duke mundësuar vendime të informuara në lidhje me strukturën ligjore më të përshtatshme për një ide të caktuar të ndërmarrjes sociale në kontekste të ndryshme kombëtare.

Listë Kontrolli / Checklist

1. Legjislacioni kryesor kombëtar: Përmbledhje e sfondit përkatës për vendin specifik.
2. Kriteret kryesore që përcaktojnë ndërmarrjet sociale: misioni social, kufijtë e shpërndarjes së fitimit, pragjet e gjenerimit të të ardhurave dhe modelet e qeverisjes.
3. Format ligjore kundrejt statuseve ligjore: format specifike për vendin.
4. Proceset e regjistrimit dhe certifikimit: Kërkesat për regjistrat

5. Raste Studimi që ilustrojnë pajtueshmëri të suksesshme/të dështuar.
6. Kornizat e përfshirjes së palëve të interesuara: Modele qeverisjeje që kërkojnë pjesëmarrjen e punëtorëve/përfituesve.
7. Financimi dhe stimujt fiskalë: Ulje taksash, grante ose subvencione të lidhura me forma/statuse specifike ligjore në secilin vend.
8. Iniciativa e Biznesit Social e Komisionit Evropian dhe Manuali i OECD-së për Hartimin e Kornizave Ligjore .
9. Lista lokale e kontaktit: Këshilltarë ligjorë, regjistra ose OJQ në secilin vend për udhëzime në kohë reale gjatë trajnimit.

Përmbajtja Mësimore

Struktura e Modulit:

TEMA	METODOLOGJIA
Prezantimi i Kuadrit Ligjor	Leksion interaktiv, diskutim në grup
Karakteristikat thelbësore të Sipërmarrjeve Sociale në [Vend]	Prezantim, pyetje dhe përgjigje, shkëmbim idesh
Ndikimi i kuadrit ligjor në operacione	Analiza e Rasteve të Studimit, punë në grupe të vogla
Avantazhet dhe sfidat e kuadrit ligjor kombëtar	Leksion interaktiv, punë në grup
Zbatim në Praktik	Diskusim i lehtësuar, zgjidhje problemesh, lojë me role
Burime dhe udhëzime të mëtejshme	Shfletim i burimeve, pyetje dhe përgjigje të hapura

Prezatatimi i kuadrit ligjor

- Përcaktoni se çfarë është një kornizë ligjore.
- Shpjegoni pse një kuadër ligjor është thelbësor për zhvillimin dhe qëndrueshmërinë e ndërmarrjeve sociale.
- Diskutoni rolin e ligjit në formësimin e mundësive, detyrimeve dhe mbështetjes për ndërmarrjet sociale.

Karakteristikat thelbësore të Sipërmarrjeve sociale në [Vend]

- Përshkruani kriteret kryesore që përcaktojnë një ndërmarrje sociale sipas ligjit kombëtar:
 - Qëllimi ose misioni shoqëror.
 - Rregullat mbi shpërndarjen dhe riinvestimin e fitimit.
 - Kërkesat e qeverisjes (p.sh., përfshirja e palëve të interesuara, transparenca).
- Theksoni çdo formë ose status specifik ligjor të disponueshëm për ndërmarrjet sociale.
- Përshkruani procesin e regjistrimit dhe certifikimit.

Ndikimi i kuadrit ligjor në operacione

- Shpjegoni se si ndikon kuadri ligjor kombëtar:
 - Operacionet dhe menaxhimi i përditshëm.
 - Kërkesat financiare, të tilla si të ardhurat minimale nga aktivitetet tregtare.
 - Qeverisja dhe detyrimet e raportimit.
- Përshkruani stimujt, skemat mbështetëse dhe përfitimet tatimore në dispozicion për ndërmarrjet sociale.

Avantazhet dhe sfidat e kuadrit ligjor kombëtar

- Vlerësoni përfitimet kryesore të mjedisit aktual ligjor për ndërmarrjet sociale.
- Identifikoni sfidat ose pengesat e përbashkëta (p.sh., regjistrim kompleks, qasje e kufizuar në financim, kufizime rregullatore).
- Diskutoni implikimet e veprimit sipas legjislacionit të dedikuar për ndërmarrjet sociale kundrejt strukturave të përgjithshme ligjore (nëse është e aplikueshme).

Zbatim praktik

- Udhëzoni pjesëmarrësit përmes ushtrimeve praktike:
 - Studime rastesh të ndërmarrjeve sociale të suksesshme që veprojnë sipas kuadrit kombëtar.
 - Skenarë për zgjedhjen e formës/statusit më të përshtatshëm ligjor për një ide të re për ndërmarrje sociale.
 - Hartimi i një plani të thjeshtë qeverisjeje ose pajtueshmërie bazuar në kërkesat kombëtare.

Burime dhe udhëzime të mëtejshme

- Jepni një listë të burimeve kryesore kombëtare: regjistra zyrtarë, këshilltarë ligjorë, organizata mbështetëse dhe referenca legjislative të përditësuara.

Shembuj

Aktivitete dhe ushtrime të sugjeruara:

Prezantimi i kuadrit ligjor

- Kuiz i shpejtë mbi termat dhe konceptet kryesore për të aktivizuar njohuritë paraprake.
- Stuhi idesh e udhëhequr: Pjesëmarrësit ndajnë atë që mendojnë se është një kuadër ligjor dhe pse është i rëndësishëm.

Karakteristikat thelbësore të Sipërmarrjeve sociale në [Vend]

- Fletë pune për plotësimin e vendeve bosh: Pjesëmarrësit plotësojnë përkufizimet ose kriteret gjatë seancës.
- Kthehuni te fqinji juaj: Çiftet diskutojnë dhe rendisin tiparet thelbësore të një ndërmarrjeje sociale siç përcaktohet nga ligji kombëtar.

Ndikimi i kuadrit ligjor në operacione

- Analiza e studimit të rastit: Grupe të vogla analizojnë një skenar realist të një ndërmarrjeje sociale që lundron nëpër rregulloret kombëtare.
- Pyetje në lëvizje: Çdo pjesëmarrës shkruan një pyetje në letër në lidhje me sfidat operacionale; të tjerët shtojnë njohuri ndërsa qarkullojnë dokumentet.

Avantazhet dhe sfidat e kuadrit ligjor kombëtar

- Aktiviteti me katër cepat: Grupet rrotullohen midis tabelave të etiketuara “Avantazh”, “Sfidë”, “Mundësi” dhe “Kërcënim”, duke i shtuar pikë secilit.
- Çfarë e gjej më të vështirë: Pjesëmarrësit qëndrojnë pranë sfidës që e gjejnë më konfuze dhe e diskutojnë si grup.

Zbatim praktik

- Lojë me role: Pjesëmarrësit interpretojnë skenarë (p.sh., regjistrimi i një ndërmarrjeje sociale, zgjidhja e një problemi të pajtueshmërisë).
- Përmbledhja më e mirë: Grupet përmbledhin hapat kryesorë për pajtueshmërinë dhe ia paraqesin gjetjet e tyre klasës.

Listë Kontrolli finale / Final Checklist

Listë Kontrolli për Lehtësuesit pas Përfundimit të Modulit:

1. Të kuptojnë qartë konceptin dhe qëllimin e një kuadri ligjor për ndërmarrjet sociale brenda vendit të tyre.
2. Të jesh në gjendje të artikulojnë tiparet dhe kriteret thelbësore ligjore që përcaktojnë një ndërmarrje sociale në nivel kombëtar (p.sh., misioni social, shpërndarja e fitimit, qeverisja).
3. Të dinë format ose statuset specifike ligjore të disponueshme për ndërmarrjet sociale në vendin e tyre, duke përfshirë proceset e regjistrimit dhe certifikimit.
4. Kuptoni se si kuadri ligjor kombëtar ndikon në aspektet operative, financiare dhe të qeverisjes së ndërmarrjeve sociale.
5. Jini të njohur me stimujt, skemat mbështetëse dhe përfitimet tatimore në dispozicion për ndërmarrjet sociale sipas ligjit kombëtar.
6. Identifikoni avantazhet dhe sfidat kryesore të kuadrit ligjor kombëtar për ndërmarrjet sociale.
7. Të jetë në gjendje të udhëzojë pjesëmarrësit në zgjedhjen e strukturës ligjore më të përshtatshme për idenë e tyre të ndërmarrjes sociale bazuar në rregullat kombëtare.
8. Të lehtësoni me besim ushtrimet praktike dhe studimet e rasteve relevante për kontekstin kombëtar.
9. Të dish si t'i qasesh dhe t'i drejtosh pjesëmarrësit te burimet kombëtare të përditësuara, regjistrat zyrtarë dhe organizatat e mbështetjes ligjore.
10. Demonstroni aftësi efektive të lehtësimit: angazhimin e pjesëmarrësve, menaxhimin e diskutimeve në grup dhe përshtatjen e metodave sipas nevojave të pjesëmarrësve.



11. Jini të përgatitur të përgjigjeni në pyetje të zakonshme në lidhje me pajtueshmërinë ligjore dhe sfidat operacionale për ndërmarrjet sociale në vendin e tyre.
11. Të kesh aftësinë për të vlerësuar të nxënit e pjesëmarrësve dhe për të ofruar reagime konstruktive, duke siguruar që të arrihen objektivat e të nxënit të modulit.

Ushtrim për Reflektim

Pas përfundimit të njësisë, ftojini pjesëmarrësit të reflektojnë dhe të diskutojnë përvojën e tyre të të nxënit. Përdorni pyetjet e mëposhtme me përgjigje të hapura për të inkurajuar të menduarit kritik dhe një angazhim më të thellë me përmbajtjen:

- Cilin aspekt të kuadrit ligjor kombëtar për ndërmarrjet sociale e konsideroni më sfidues ose surprizues dhe pse?
- Si mendoni se kërkesat ligjore të diskutuara në këtë njësi do të ndikojnë në qasjen tuaj ndaj planifikimit ose menaxhimit të një ndërmarrjeje sociale?
- Sipas mendimit tuaj, cili aktivitet mësimor (p.sh., diskutim në grup, studim rasti, lojë me role) ju ndihmoi ta kuptoni më mirë materialin dhe si mund t'ju mbështesin këto metoda në punën tuaj në të ardhmen?

Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

- **OECD Manual: Designing Legal Frameworks for Social Enterprises - Manuali i OECD-së: Hartimi i Kuadrit Ligjor për Sipërmarrjet Sociale:**
https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2022/04/designing-legal-frameworks-for-social-enterprises_a9925d00/172b60b2-en.pdf
- **European Commission Report: Social Enterprises and Their Ecosystems in Europe - Raporti i Komisionit Evropian: Sipërmarrjet Sociale dhe Ekosistemet e Tyre në Evropë:**
<https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=21575&langId=en>
- **Sustainable Model for Social Enterprises and Legal Frameworks (Interreg Central Europe) - Model i Qëndrueshëm për Sipërmarrjet Sociale dhe Kuadret Ligjore (Interreg Evropa Qendrore):**
<https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/CE-Responsible/D.T4.2.2-Guideline-manual.pdf>
- **Socioeco.org: Designing Legal Frameworks for Social Enterprises - Hartimi i Kuadrit Ligjor për Sipërmarrjet Sociale:**
https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-8377_en.html

MODELI I BIZNESIT

Përmbledhje e Shkurtër

Në këtë modul, lehtësuesi social do të mësojë se si të lehtësojë/zhvillojë një seminar tematik të fokusuar në hartimin ose rafinimin e modelit të biznesit të Ekonomisë Sociale dhe Solidaritetit (SSE) duke përdorur Kanavacën e Modelit të Biznesit (BMC). BMC është një mjet strategjik menaxhimi dhe sipërmarrës, që i ndihmon sipërmarrësit të kuptojnë, hartojnë, komunikojnë, sfidojnë, inovojnë dhe ndryshojnë modelin e tyre të biznesit, duke analizuar blloqet kryesore të ndërtimit, siç janë propozimet e vlerës, segmentet e klientëve, kanalet dhe rrjedhat e të ardhurave. Qëllimi i një modeli biznesi është të ndihmojë sipërmarrësit të kuptojnë dhe të artikulojnë qartë se si funksionon një ndërmarrje, në mënyrë që të krijojë, ofrojë dhe kap vlerë. Në rastin e një ndërmarrjeje sociale, kjo në fund të fundit do të kishte të bënte me mënyrën se si ndërmarrja do të gjenerojë vlerë financiare (para) dhe sociale (ndikim pozitiv në shoqëri), dhe cila është marrëdhënia midis dy vlerave në ndërmarrje. Ky modul thekson se si lehtësuesit mund t'i udhëzojnë dhe ndihmojnë sipërmarrësit socialë përmes informacionit të strukturuar, reflektimit dhe bashkëpunimit për të përgatitur një kanavacë efektive të modelit të biznesit, duke qenë në gjendje të identifikojnë elementët kryesorë të kërkuar në kanavacë. Është veçanërisht i rëndësishëm për sipërmarrësit e SSE në fazat e hershme që kanë nevojë për qartësi në përafrimin e misionit të tyre me tregun. Punëtorja do të përfshijë informacione relevante, shembuj nga jeta reale, punë praktike në grup, për të mbështetur bashkëkrijimin dhe të nxëniet praktik.

Në fund të kësaj njësie, lehtësuesit do të jenë të pajisur me udhëzime, metoda dhe ushtrime për të angazhuar pjesëmarrësit në një seminar dinamik dhe kuptimplotë.

Objektivat e Modulit

Me përfundimin e kësaj njësie, lehtësuesi social do të jetë në gjendje të:

- Prezantoni në mënyrë efektive temën dhe lehtësoni diskutimet, shkëmbimin e ideve dhe aktivitetet praktike gjatë gjithë seancave.
- Shpjegoni konceptet kryesore dhe komponentët e Kanavacës së Modelit të Biznesit në kontekstin social të SSE-së.
- Udhëzoni sipërmarrësit për të hartuar, përgatitur dhe rishikuar modelin e tyre të biznesit.
- Përdorni mjete si shabllone në kanavacë, studime rastesh dhe shembuj për ta bërë procesin lehtësisht të kuptueshëm, interaktiv dhe gjithëpërfshirës.
- Ndihmojini pjesëmarrësit të përshtasin misionin e tyre shoqëror me mekanizmat e gjenerimit të të ardhurave.
- Qasuni në njohuritë, informacionin paraprak dhe materialet e nevojshme për të zhvilluar seancat e trajnimit.

Listë Kontrolli / Checklist

Përpara se të zhvillojë këtë modul, lehtësuesi duhet:

- ☐ Rishikoni me kujdes Manualin e Moderatorit së bashku me burimet shitesë të dhëna për të siguruar një kuptim të mirë të temës dhe koncepteve kryesore.
- ☐ Përgatitni paraprakisht të gjitha materialet e nevojshme të trajnimit, siç janë prezantimet (PPT), fletëpalosjet (PDF) dhe shabllonet, duke u siguruar që ato të jenë të qarta, tërheqëse dhe të strukturuar mirë.

- Sa herë që është e nevojshme, përshtatni përmbajtjen për të pasqyruar kontekstin tuaj lokal, duke përfshirë shembuj nga jeta reale dhe studime rastesh që përputhen me mjedisin dhe përvojat e pjesëmarrësve.
- Kuptoni 9 komponentët e BMC-së dhe ndërlidhjet e tyre.
- Jini të njohur me shembuj të ndërmarrjeve SSE dhe modelet e tyre të biznesit.
- Printoni ose projektini BMC-në për përdorim në grup.
- Përgatitni shënjes, fletë ngjitëse, tabela shfletuese dhe shënjes me ngjyra .
- Përgatitni sallën e trajnimit për punë në grup dhe ekspozim në mur.
- Merrni shembuj të BMC-ve të plotësuar për të ilustruar.
- Sigurohuni që të përdorni gjuhë dhe materiale vizuale të thjeshta dhe të kuptueshme.
- Caktoni kohë për seksion (~15 minuta/bllok).
- Kuptoni se si t'i mbështesni pjesëmarrësit në mënyrë efektive gjatë detyrave individuale dhe ushtrimeve bashkëpunuese
- Planifikoni energjizues, të rëndësishëm për temën, që ndihmojnë në ruajtjen e angazhimit dhe përqendrimit gjatë gjithë seancës.
- Krijoni një metodë që pjesëmarrësit të dokumentojnë punën e tyre në kanavacë (foto, shabllon ose mjet online).

Përmbajtje Mësimore

Gjatë përgatitjes së përmbajtjes së trajnimit, lehtësuesit socialë duhet të synojnë ta bëjnë atë tërheqës dhe të arritshëm duke përfshirë pamje, mjete interaktive dhe burime përkatëse. Përdorni imazhe, infografikë, shembuj nga jeta reale dhe teknika të rrëfimit të historive për të rritur të kuptuarit dhe për të lehtësuar mësimin e detajuar.

Përmbajtja mësimore duhet të përfshijë formatin zyrtar të Modelit të Biznesit, duke u siguruar që formati të ndjekë kornizën origjinale. Për qëllimet e këtij trajnimi, BMC duhet të përshtatet me kontekstin e sipërmarrjes sociale, duke reflektuar si ndikimin social ashtu edhe qëndrueshmërinë financiare.

Është gjithashtu thelbësore të sqarohet dallimi midis një modeli biznesi dhe një plani biznesi:

- Një **model biznesi** përshkruan arsyetimin se si një organizatë krijon, ofron dhe kap vlerën [1].
- Një **plan biznesi** është një dokument i detajuar që përshkruan strategjinë, operacionet, parashikimet financiare dhe hapat për të zbatuar modelin e biznesit.

Materialet duhet të paraqesin dhe shpjegojnë gjithashtu **nëntë komponentët kryesorë të Kanavacës së Modelit të Biznesit**:

1. **Propozimi i Vlerës:** Vlera unike (sociale dhe/ose ekonomike) që ofron ndërmarrja juaj.
2. **Segmentet e Klientëve:** Grupet specifike që ju i shërbeni (duke përfshirë përfituesit dhe/ose klientët)
3. **Kanalet:** Mënyrat se si ofroni vlerën tuaj dhe komunikoni me audiencën tuaj.
4. **Marrëdhëniet me Klientët:** Lloji i marrëdhënies që krijoni me përfituesit ose klientët.
5. **Flukset e të Ardhurave:** Si fiton ndërmarrja juaj të ardhura për të mbështetur aktivitetet dhe misionin e saj.
6. **Burimet kryesore:** Asetet e nevojshme për të ofruar propozimin tuaj të vlerës.

¹Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley. https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9_business_model_generation.pdf



7. **Aktivitetet kryesore:** Veprimet thelbësore që ndërmarrja juaj duhet të ndërmarrë për të pasur sukses.
8. **Partneritetet Kryesore:** Organizatat ose individët që ju ndihmojnë të ofroni vlerën tuaj.
9. **Struktura e kostos:** Të gjitha kostot kryesore të përfshira në funksionimin e ndërmarrjes suaj.

Sigurohuni që këto komponentë të paraqiten dhe shpjegohen qartë në materialet tuaja të trajnimit, dhe konteksti social të përfshihet përkatësisht. Sa herë që është e mundur, përshtatni shembujt dhe gjuhën me kontekstin lokal për të siguruar rëndësinë dhe rezonancën me audiencën e synuar.

Pjesëmarrësve duhet t'u jepet kohë për të zhvilluar modelin e tyre të biznesit, duke filluar gjatë trajnimit dhe ndoshta duke e finalizuar në shtëpi.

Shembuj

Për të zhvilluar në mënyrë efektive Kanavacën e Modelit të Biznesit (BMC) për sipërmarrjen sociale, lehtësuesit duhet të përdorin një kombinim të aktiviteteve praktike, të tilla si diskutime në grup, lojëra me role dhe ushtrime interaktive. Më poshtë janë shembuj dhe udhëzime për të udhëhequr lehtësuesit në krijimin e seancave tërheqëse dhe produktive.

Udhëzues për të zhvilluar Trajnime mbi Modelin e Biznesit për Ekonominë Sociale dhe Solidare.

Përgatitja

- Kuptoni prejardhjen e pjesëmarrësve dhe përshtatni përmbajtjen në përputhje me rrethanat.
- Vendosni objektiva të qarta për atë që do të arrijë punëtorja.

- Përgatitni materialet: postera BMC, shënime ngjitëse, shënjes, pika votimi, flipchart, projektor, PPT etj.
- Organizoni dhomën në mënyrë që të lehtësoni ndërveprimin dhe dukshmërinë e mjeteve vizuale.
- Krijoni një atmosferë mikpritëse me etiketa me emra dhe pije freskuese.

Shtojca/Materiale Opsionale

- Format i madh dhe bosh për model biznesi për SSE
- Shënime ngjitëse dhe shënues me ngjyra
- Kohëmatës për ushtrime me kohëmatës
- Shembuj të fletëpalosjeve për studimin e rasteve
- Mjete online, shabllone Canva ose Miro
- Fletë këshillash për lehtësuesin: këshilla, pyetje dhe shembuj SSE për secilin bllok BMC

Rrjedha e sugjeruar e seancës:

1. Mirëseardhje dhe Prezantim

- Mirëpritni pjesëmarrësit dhe shpjegoni qëllimin dhe axhendën.
- Zhvilloni një aktivitet për thyerjen e akullit ose një lojë ngrohjeje për të ndërtuar raportin, do të ishte më mirë të mos lidhet me fokusin e seancës ((p.sh., "Çfarë do të thotë 'vlerë' për ju në komunitetin tuaj?")
- Një përmbledhje e shkurtër e BMC-së dhe pse ka rëndësi.

2. Formati /Struktura Modelit të Biznesit dhe Përshtatje e SSE-së

- Prezantoni çdo bllok BMC me shpjegime dhe shembuj të qartë.
- 1. Propozim Vlere (lehtësoni shkëmbimin e ideve dhe diskutimet në grup për propozimet e vlerës)

- 
2. Segmentet e Klientëve (përdorni personazhe për të eksploruar segmentet e klientëve)
 3. Kanalet
 4. Marrëdhëniet me Klientët (diskutim me studime rastesh)
 5. Flukset e të ardhurave
 6. Aktivitetet kryesore
 7. Burimet kryesore
 8. Partneritete Kryesore
 9. Struktura e Kostos (diskutoni me fokus në qëndrueshmëri dhe ndikim social)
- Theksoni se si BMC është e ndryshme për ndërmarrjet sociale - përqendrohuni në **krijimin e vlerës sociale, përfituesit kundrejt klientëve** dhe **modelet e të ardhurave të përziera**.
 - Shpjegoni ndryshimin midis Kanavacës së Modelit të Biznesit dhe Planit të Biznesit.
 - Nëse është e mundur, përdorni një studim rasti të një iniciative të njohur SSE për të ilustruar secilin bllok.

3. Puna Ndërvepruese në Grup dhe Teknikat e Lehtësimit

- Ndani pjesëmarrësit në grupe të vogla për të punuar në seksione të ndryshme të BMC-së.

Teknikat e Diskutimit në Grup

- **Speed Canvas:** Grupe të vogla diskutojnë për secilin bllok brenda 5 minutash.
- **Ndarja Round-Robin:** Çdo pjesëmarrës ndan idetë e tij në një bllok specifik BMC (p.sh., Segmentet e Klientëve) me radhë, duke siguruar që të gjithë të kontribuojnë.

- **Sesione për shkëmbim idesh:** Përdorni letra ngjitëse që pjesëmarrësit të shkruajnë ide individualisht, pastaj grupojini ide të ngjashme në posterin BMC.
- **Votimi me Pika:** Pas gjenerimit të ideve, pjesëmarrësit përdorin pika me ngjyra për të votuar mbi propozimet ose kanalet më premtuese të vlerës, për të përcaktuar përparësitë e ideve.
- **Përshtatja “Mision-me-Model”:** Krahasoni misionin e një SSE-je me modelin e tyre të biznesit – çfarë mungon?
- **Klienti i Parë:** Krijoni një personazh, pastaj dizajnoni pjesën tjetër të strukturës rreth nevojave të tyre.
- **Lojëra me role:** Një pjesëmarrës luan rolin e një sipërmarrësi social, të tjerët veprojnë si investitorë, klientë ose partnerë. Përdoreni këtë për të simuluar reagime mbi secilin bllok BMC.
- **Analizë e Rasteve të Studimit:** Shqyrtoni shembuj të bizneseve të suksesshme sociale dhe analizoni komponentët e tyre të BMC-së.
- **Hartimi Vizual:** Përdorni postera të mëdhenj BMC, shënime ngjitëse dhe shënjes për të hartuar vizualisht modelet e biznesit në mënyrë bashkëpunuese.
- **Inkurajoni grupet të paraqesin draftet e tyre të BMC-së dhe të marrin komente**
- **Dizajni i Modelit të Biznesit në Grupe**

Shembuj temash për diskutim :

- Duke identifikuar problemet kryesore sociale, biznesi synon të zgjidhë.
- Eksplorimi i personaliteteve të klientëve dhe nevojave të tyre.
- Diskutimi i rrjedhave të qëndrueshme të të ardhurave për ndikim social.
- Vlerësimi i rreziqeve në mbështetjen në një kanal të vetëm shpërndarjeje.
- Përputhja e objektivave të biznesit me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ)

4. Përfundimi dhe Planifikimi i Hapave të Ardhshëm

- Lehtësoni një seancë për të rafinuar dhe integruar idetë në një model koherent.
- Zhvilloni hapa të mëtejshëm të zbatueshëm me përgjegjësi dhe afate kohore të caktuara.
- Mblidhni reagime mbi procesin e punëtorisë për përmirësim të vazhdueshëm.

5. Ndjekje (Follow up)

- Dokumentoni dhe ndani rezultatet e seminarit.
- Ofroni mbështetje dhe verifikime të vazhdueshme për të ndihmuar në zbatimin e modelit të biznesit.
- Inkurajoni nxënësit ta trajtojnë BMC-në si një kornizë dinamike që rritet dhe ndryshon me udhëtimin e tyre në ndërmarrjen sociale, e cila duhet të përshtatet dhe rishikohet rregullisht në përgjigje të reagimeve të komunitetit dhe sfidave praktike.

Listë Kontrolli Finale / Final Checklist

Pas përfundimit të modulit, lehtësuesi duhet të jetë në gjendje të:

- ☐ Përshtatni metodën e prezantimit BMC për t'iu përshtatur grupeve dhe niveleve të ndryshme të përvojës në SSE.
- ☐ Krijoni një hapësirë psikologjike të sigurt, ku të gjithë ndihen rehat dhe të sigurt për të ndarë ide dhe për të dhënë reagime.
- ☐ Identifikoni se kur duhet të ndërhyni dhe t'i udhëzoni të trajnuarit kundrejt kur duhet të tërhiqeni dhe ta lini grupin të punojë.
- ☐ Tregoni se si lidhet BMC-ja me matjen e ndikimit – ndihmojini ata të shohin pamjen e përgjithshme.

- ☐ Identifikoni rezultatet e grupit në mënyrë efektive.
- ☐ Përdorni mjete analoge dhe dixhitale (flipchart, tabela online, çfarëdo që funksionon më mirë dhe u përshtatet pjesëmarrësve)
- ☐ Menaxhoni dinamikën dhe kohën e grupit për të siguruar që të gjithë të qëndrojnë të angazhuar.
- ☐ Mbështetni sipërmarrësit në prezantimin e modeleve të tyre të biznesit, ndoshta edhe lehtësoni një sesion “prezantimi”.
- ☐ Dokumentoni udhëtimin e të nxënit me foto ose mjete online.
- ☐ Jepni hapa të qartë veprimi në mënyrë që sipërmarrësit të dinë se çfarë të bëjnë më pas.
- ☐ Mbështetni pjesëmarrësit me ndjekje gjatë rrugës, në mënyrë që ata të mund të përmirësojnë më tej modelet e tyre
- ☐ Jepni materiale dhe burime shtesë për të mësuar më thellë.

Ushtrime për Reflektim

Ja disa pyetje reflektimi që lehtësuesit mund t'u bëjnë pjesëmarrësve në fund të njësisë së Kanavacës së Modelit të Biznesit (BMC) për të inkurajuar angazhimin kritik.

1. Si ju ndihmoi përdorimi i formatit të Modelit të Biznesit gjatë seancës të kuptoni qartë ose të mendoni ndryshe për idenë ose iniciativën tuaj SSE? Nëse po, si dhe pse?
2. Cila pjesë e strukturës së modelit të biznesit ishte më sfiduese për ju për ta plotësuar, dhe çfarë mbështetjeje ose shpjegimi ju ndihmoi të ecni përpara?



3. Si ndikuan reagimet ose diskutimet në grup në të menduarit tuaj dhe si ju ndihmuan të riformësoni pjesë të modlit të biznesit? Çfarë ndryshimesh do të merrnit në konsideratë të bënit në modelin tuaj të biznesit pas seancës?
3. Duke parë prapa ushtrimet dhe punën në grup, cilat momente ju ndihmuan të lidhni BMC-në me ndikimin social në botën reale dhe të shihni se si modeli juaj i biznesit mund të krijojë ndikim të vërtetë në komunitetin tuaj?

Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

- **Strategyzer. (n.d.). The Business Model Canvas (BMC). Strategyzer. - Struktura e Modelit të Biznesit (BMC) . Strategyzer**

Retrieved from: <https://www.strategyzer.com/library/the-business-model-canvas>

Link i Editueshëm në Canva: https://www.canva.com/design/DAGoQ_QPNAw/gceReN09bwHoUDa6ZUeAnQ/edit?utm_content=DAGoQ_QPNAw&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

- **Miro. (n.d.). Business Model Canvas Template in Miro. - Format i strukturës së Modelit të Biznesit në Miro .**

Link i Editueshëm në Canva: <https://miro.com/templates/business-model-canvas/>

- **Social Innovation Lab. (n.d.). Social Business Model Canvas Template. (Format Modelit të Biznesit Social)**

Link i Editueshëm në Canva: https://www.canva.com/design/DAGoLjcojXg/GExuNFTYodZ-AISH0ez4hw/edit?utm_content=DAGoLjcojXg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

- **Partners Albania (n.d). Idea Canvas for Social Enterprises Template - Partnerët Shqipëri , Format për strukturën e ideve për sipërmarrjet sociale)**

Link i Editueshëm në Canva:

<https://www.canva.com/design/DAGoRL4zkNI/KzqHOMKthhtDRCrrq77c8A/edit>

- **Swarthmore College. (n.d.). Social Business Model Canvas – Digital Collaborative Template. - Modeli i Biznesit Social - Format Digjital Bashkëpuesues)**

Retrieved from: <https://socialbusinessmodelcanvas.swarthmore.edu>

Link i Editueshëm në Canva:

https://www.canva.com/design/DAGoLvc1Ef8/tWaaykSr9olawfwaCuSKSQ/edit?utm_content=DAGoLvc1Ef8&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

- **Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley. - Gjenerimi i Modelit të Biznesit: Një manual për vizionarët, ata që ndryshojnë lojën dhe ata që sfidojnë.**

Link: https://vace.uky.edu/sites/vace/files/downloads/9_business_model_generation.pdf

- **Burkett, I. (n.d.). Using the Business Model Canvas for Social Enterprise Design [PDF]. -Përdorimi i ë Modelit të Biznesit për Dizajnin e Sipërmarrjeve Sociale. The Centre for Social Impact.**

Link: <https://cscuk.fcdo.gov.uk/wp-content/uploads/2016/07/BMC-for-Social-Enterprise.pdf>

- **Social Enterprise Institute. (2022). Social Business Model Canvas [PDF] - Formati i Modelit të Biznesit**

Link: <https://sehub.ca/wp-content/uploads/2022/11/Social-Business-Model-Canvas.pdf>

- **Stanford Social Innovation Review. (n.d.). Social enterprise. (Articles on Social Entrepreneurship and Social Innovation. (Artikuj mbi Sipërmarrjen Sociale dhe Inovacionin Social).**

Link: <https://ssir.org/topics/category/social-enterprise>

ANALIZA EKONOMIKE DHE AKSESI NË FINANCA

Përmbledhje e Shkurtër

Në këtë modul, do të mësoni bazat e llogaritjes së financave të biznesit tuaj - investimet, kostot, të ardhurat dhe fitimet - dhe do të mësoni mjetet për llogaritjen e qëndrueshmërisë ekonomike dhe financiare dhe si të merrni vendime bazuar në këto rezultate.

Objektivi i Modulit

Objektivat specifikë të të nxënit janë:

- Për të kuptuar bazat e analizës ekonomike dhe financiare për një projekt sipërmarrës.
- Të zhvillojë aftësi për të vlerësuar qëndrueshmërinë ekonomike të një iniciative sipërmarrëse.
- Të shqyrtohen burimet e financimit dhe grantet për t'u paraqitur këtyre organizatave.

Listë Kontrolli / Checklist

Lehtësuesi duhet të jetë i njohur me:

- Konceptet themelore ekonomike dhe financiare.
- Si të komunikohen konceptet ekonomike në një mënyrë edukative.
- Mjet për llogaritjen e qëndrueshmërisë ekonomike dhe financiare.
- Cili është qëllimi i kryerjes së këtyre llojeve të llogaritjeve dhe pse janë të rëndësishme ato.
- Njihni alternativat e financimit dhe cila është më e përshtatshme për secilin biznes dhe individ.
- Situatat e financimit.

Përmbajtje Mësimore

1. Edukimi Financiar Bazë: Kuptimi i koncepteve

1.1 Aspektet kryesore për t'u marrë në konsideratë: Taksat

- Balance Sheet, Profit and Loss Account, Cash Flow
- Revenue Forecast: Contributions, Sales, Grants
- Expense Forecast: Investments, Fixed and Variable Costs
- Direct and Indirect Taxation. Tax and Accounting Obligations

2. Investment Plan

3. Financing Plan

4. Sales Forecast

5. Fixed and Variable Costs

6. Break-even Point

7. Cash Flow Plan: Collections and Payments

8. Income Statement
9. Depreciation
10. Balance Sheet
11. Economic Analysis and Its Ratios

2. Financing Options:

1. Microcredits
2. Loans and Credit Lines
3. Mutual Guarantee Societies
4. Venture Capital Companies
5. Participative Loans
6. Public Grants

Ushtrime

Reflektime në klasë

OBJEKTIVAT

- Pse të bëhet kontabilitet i përkohshëm? Për çfarë?
- A duhet të bëjmë një parashikim shumë të saktë?
- Për sa vite do ta bëjmë?

BESUESHMËRIA /ZBATUESHMËRIA

- A është një garanci e fizibilitetit?
- A mund ta dimë nëse biznesi do të funksionojë?

RËNDËSIA

1. A është gjithmonë e nevojshme?
2. Kur është më e rëndësishme?

KU DO TË FILLOJMË LLOGARITJEN?

- Investime
- Shpenzime fikse
- Shpenzime të ndryshueshme
- Shitjet
- Kostoja e personelit
- Pika e barazimit

KUSH BËN ÇFARË?

- Kush duhet të bëjë llogaritjet?
- Si do ta bëjmë?
- Cili është roli ynë?
- Cili është kuptimi i kësaj për sipërmarrësin?

PLOTËSONI PLANIN TUAJ FILLESTAR TË INVESTIMEVE. Mendoni se çfarë ju nevojitet për secilin nga zërat e buxhetit:

PLANI I INVESTIMIT
Kostot e themelimit dhe licencimit
Kostot e fillimit
Transferimi dhe pronësia industria
Aplikacione kompjuterike dhe interneti
Paisjet
Makineritë

Mjete dhe Paisje
Mobilje dhe Paisje Zyre
Mjetet e Transportit
Paisjet Kompjuterike
Asete të tjera Fikse
Garancitë dhe depozitat
Inventari /Furnizimet
TVSH e paguar
Investimi fillestar

Këtu mund të gjeni një Plan fillestar Investimesh të një Kompanie Logjistike:

1. Themelimi dhe Licencimi Kostot

- Regjistrimi i biznesit : 750 €
- Sigurimi , lejet dhe licencat : 5,500 €

2. Infrastruktura dhe Pajisjet

- Blerja dhe ngritja e zyrës : 120,000 €
- Pajisje zyre (mobilje , teknologji , etj.): 5,000 €
- Softuer për kontabilitet, CRM dhe paga: 3,000 €
- Uebfaqe zhvillimi dhe lançimi : 600 €
- Shpenzime të tjera fillestare (materiale shkrimi, reklama, etj.): 3,500 €



3. Kostot Operacionale

- Shpenzimet operative për 3 muajt e parë (pagat, furnizimet, shërbimet): 120,000 €

4. Investimi Fillestar Total

- i vlerësuar : 300,000 €

Ushtrime për Reflektim

Aktiviteti 1. Kuptoni konceptet kryesore si të ardhurat, shpenzimet dhe pikat e barazimit.

1. Ndani pjesëmarrësit në grupe ose punoni individualisht.

2. Paraqitni skenarin e mëposhtëm fiktiv:

'Do të hapësh një kafene të vogël në lagjen tënde . Ke marrë me qira tashmë një lokal dhe pret të shesësh 1,000 kafe në muaj me 2 € secila. Shpenzimet e tua fikse mujore (sigurimet shoqërore dhe pagat, qiraja, reklamat, energjia elektrike, sigurimet, interneti) janë 1,200 €, dhe shpenzimet e tua variabile (lëndët e para, enët e kuzhinës, etj.) janë 0.50 € për kafe të shitur.'

Kërkojuni atyre të llogarisin:

-Të ardhurat mujore të parashikuara.

-Kostot totale: fikse dhe variabile.

-Pika e barazpeshës (sa kafe duhet të shiten për të mbuluar të gjitha shpenzimet?).

Zgjidhja:

Të ardhurat mujore të parashikuara: $1,000 \text{ kafe} \times 2\text{€} = 2,000 \text{ €}$

Kostot fikse dhe të ndryshueshme:

Kosto fikse: 1,200 €

Kosto variabile për njësi: 0.50€

Marzhi për njësi: 2€ – 0.50€ = 1.50€

Pika e barazpeshës = Kosto fikse / Marzhi për njësi = 1,200 € / 1.50 €
= 800 kafe

Duhet të shiten 800 kafe në muaj për të arritur barazimin e shpenzimeve.

Aktiviteti 2. Zgjidhni formën tuaj të financimit

Eksploroni opsionet e financimit për fillimin e një biznesi dhe analizoni se cila i përshtatet më mirë profileve të ndryshme.

Prezantoni pjesëmarrësve tre profile të sipërmarrësve:

Profili A: Një i ri pa kolateral ose kursime, por me një ide të shkëlqyer inovative.

Ata kanë nevojë për 8,000 euro.

Profili B: Një i rritur me disa kursime, por pa përvojë sipërmarrëse.

Ata kanë nevojë për 15,000 € për një biznes tradicional lokal.

Profili C: Një person me përvojë dhe një rrjet kontaktesh, që kërkon investime për të zgjeruar biznesin e tij.

Ata kanë nevojë për 50,000 euro.

Jepuni atyre një listë të opsioneve të financimit (mikrokredi, grante publike, kredi bankare, kapital sipërmarrës, etj.)

Pyetini ata për :

- Zgjidhni dy opsionet më të qëndrueshme për secilin profil.
- Shpjegoni pse i zgjodhën ato.
- Identifikoni avantazhet dhe rreziqet që lidhen me to.

Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme

- **EntreComp Europe project (Projekt Evropian EntreComp)**

Projekti evropian i edukimit për sipërmarrjen.

Ofron: Burime të bazuara në kornizën evropiane EntreComp, e cila përcakton kompetencat kryesore për sipërmarrjen. Ofron mjete praktike, udhëzues dhe shembuj për integrimin e sipërmarrjes në kontekste të ndryshme.

- **European School Education Platform (Platforma Evropiane e Arsimit Shkollor)**

Platforma evropiane për trajnimin e mësuesve.

Oferta: Kurs falas mbi edukimin sipërmarrës, i dedikuar kryesisht mësuesve. Gjithashtu i dobishëm për sipërmarrësit e interesuar në integrimin e metodave arsimore ose në kuptimin e mënyrës së promovimit të sipërmarrjes përmes edukimit.

- **Entrepreneurship Education - A Guide for Educators (Edukimi Sipërmarrës - Një Udhëzues për Trajnerët)**

Platformë bashkëpunuese për kërkime dhe praktika të mira arsimore.

Ofron: Udhëzues të shkurtër dhe të kuptueshëm mbi temat kryesore në arsim, siç është sipërmarrja. Është i destinuar për mësuesit, por mund të jetë i dobishëm edhe për sipërmarrësit që kërkojnë të mësojnë nga një qasje praktike arsimore.

- **Entrepreneurship Educator Resources and Tips (Burime dhe Këshilla për trajnerë të Sipërmarrjes)**

Akademi e specializuar në edukimin sipërmarrës (Kolegji Babson, SHBA).

Ofron: Këshilla, artikuj dhe burime praktike mbi sipërmarrjen. Është i destinuar për edukatorë dhe sipërmarrës të nivelit të lartë, me fokus në inovacion, mendim sipërmarrës dhe edukim biznesi.

KOMPETENCAT NË LIDHJE ME SIPËRMARRJEN KOLEKTIVE

Përmbledhje e Shkurtër

Sipërmarrja, e parë tradicionalisht përmes një këndvështrimi individualist, **njihet gjithnjë e më shumë për dimensionet e saj kolektive**. Korniza Evropiane e Kompetencave për Sipërmarrje (EntreComp) ofron një grup gjithëpërfshirës prej 15 kompetencash në tre fusha: Ide dhe Mundësi, Burime dhe Në Veprim. Kjo pjesë e manualit përqendrohet në kompetencat "Puna me të Tjerët", "Mobilizimi i të Tjerët" dhe "Mobilizimi i Burimeve". Këto nuk janë aftësi të izoluara, por thellësisht të ndërlidhura dhe jetësore për suksesin dhe qëndrueshmërinë e sipërmarrjeve kolektive sipërmarrëse dhe iniciativave të Ekonomisë Sociale dhe Solidaritetit.

"Puna me të tjerët" formon themelin thelbësor, duke siguruar që përpjekjet kolektive të jenë harmonike, produktive dhe elastike. Pa punë ekipore efektive, komunikim dhe zgjidhje konfliktesh, çdo përpjekje për të ndërtuar një sipërmarrje të përbashkët ka të ngjarë të dështojë. Duke u bazuar në këtë themel, **"Mobilizimi i të Tjerëve"** ngre veprimin kolektiv duke frymëzuar dhe angazhuar individë dhe komunitete drejt një vizioni të përbashkët.

Ai i transformon grupet pasive në lëvizje aktive, thelbësore për të siguruar mbështetjen dhe pjesëmarrjen e gjerë mbi të cilën mbështeten shumë nisma të SSE-së. Së fundmi, **"Mobilizimi i Burimeve"** siguron jetën për këto nisma.

Në kontekstin e sipërmarrjes kolektive dhe SSE-së, kjo shpesh përfshin **jo vetëm sigurimin e kapitalit financiar, por edhe shfrytëzimin krijues të kapitalit njerëzor** (vullnetarë, aftësi), kapitalit social (rrjete, besim), shpesh përmes mekanizmave inovativë dhe të udhëhequr nga komuniteti, si aksionet në komunitet ose kontributet në natyrë. Sipërmarrja kolektive i referohet një procesi ku individë të shumtë bashkëpunojnë për të identifikuar, krijuar dhe shfrytëzuar mundësitë, duke ndarë rreziqet, burimet dhe shpërblimet. Iniciativat e sipërmarrjes kolektive shpesh manifestohen në forma të ndryshme organizative, duke përfshirë kooperativat, ndërmarrjet sociale, trustet komunitare dhe iniciativa të tjera të SSE-së. SSE përfshin një gamë të larmishme organizatash dhe aktiviteteve **që i japin përparësi objektivave sociale dhe mjedisore mbi maksimizimin e fitimit**, duke vepruar mbi parimet e solidaritetit, qeverisjes demokratike dhe integritetit lokal. Zhvillimi i kapaciteteve për të punuar në mënyrë efektive në grupe, për të frymëzuar veprim kolektiv dhe për të bashkuar asete të ndryshme janë thelbësore për suksesin dhe qëndrueshmërinë e iniciativave të tilla.

Sesioni Praktik (Workshop) i mëposhtëm është hartuar të jetë interaktive, pjesëmarrëse dhe përvojuese, duke i inkurajuar pjesëmarrësit të reflektojnë mbi përvojat e tyre dhe të zbatojnë njohuritë e reja në skenarë të botës reale që lidhen me sipërmarrjet kolektive dhe Ekonominë Sociale dhe Solidare(SSE).

Ky sesion praktik (Workshop) është e lidhur posaçërisht me parimet dhe praktikat e sipërmarrjes kolektive dhe Ekonomisë Sociale dhe Solidaritare (EPS), duke theksuar rolin e tyre jetësor në nxitjen e sipërmarrjeve bashkëpunuese për të mirën sociale dhe ekonomike.

Përmbajtje Mësimore

Udhëzime për Sesionet Praktike (Workshop-et)

Audienca e synuar: Sipërmarrës kolektivë aspirantë dhe aktualë, anëtarë të iniciativave SSE, udhëheqës të komunitetit dhe kushdo që është i interesuar të lançojë ose të zhvillojë projekte bashkëpunuese me ndikim social.

Objektivi i përgjithshëm: Të pajisë pjesëmarrësit me aftësi praktike në "Punën me të Tjerët", "Mobilizimin e të Tjerëve" dhe "Mobilizimin e Burimeve" duke zhvilluar në mënyrë bashkëpunuese një iniciativë kolektive sipërmarrëse ose SSE, duke nxitur një kuptim holistik të ndërlidhjes së tyre.

Materialet: Flipchart, shënjes, shënime ngjitëse, fletë të mëdha letre, stilolapsa, projektor, tabelë e bardhë, shabllone/fletë pune shembuj projektesh, një kohëmatës.

Fuqia e 'Ne'-së

Prezantoni shkurtimisht qëllimin e seminarit: të përjetoni sinergjinë e "Punës me të Tjerët", "Mobilizimit të të Tjerëve" dhe "Mobilizimit të Burimeve" në zhvillimin e projekteve kolektive sipërmarrëse, veçanërisht brenda Ekonomisë Sociale dhe Solidaritare (SSE).

Theksoni se këto nuk janë aftësi të izoluara, por nxitës të rëndësishëm dhe të ndërvarur për ndikim të përbashkët.

Aktivitet për thyerjen e akullit (15 minuta): "Ëndrra ime kolektive"
Kërkojuni pjesëmarrësve të ndajnë shkurtimisht një ëndërr që kanë për komunitetin ose shoqërinë e tyre, të cilën besojnë se mund ta arrijnë vetëm përmes përpjekjeve kolektive. Kjo menjëherë vendos një ton bashkëpunimi dhe mbështet dëshirën e tyre për ndikim shoqëror.

Gjenerimi i Ideve Kolektive dhe Formimi i Ekipit (30 minuta)

Shkëmbim idesh mbi sfidat sociale dhe të komunitetit (15 minuta):
Si grup i madh, shkëmbeni ide mbi sfidat urgjente sociale, mjedisore ose ekonomike në komunitete (p.sh., shpërdorimi i ushqimit, izolimi i të moshuarve, mungesa e strehimit të përbalueshëm, rënia ekonomike lokale). Shkruani idetë në fletë ngjitëse dhe gruponi tema të ngjashme në një tabelë shfletuese.

Përzgjedhja e Ideve dhe Formimi i Ekipit (15 minuta)

Pjesëmarrësit zgjedhin individualisht një sfidë për të cilën ndiejnë pasion.

Formoni 3-4 "Ekipet Projektsh" të vogla dhe të larmishme (1 deri në 3 persona për ekip) rreth interesave/sfidave të përbashkëta.

Detyrë Ekipi: Brenda ekipeve të tyre, pjesëmarrësit fillojnë "Punën me të tjerët" për të rafinuar një sfidë në një ide të mundshme kolektive sipërmarrëse ose zgjidhjeje për SSE-në . Ata duhet të krijojnë një vizion të qartë të përbashkët për iniciativën e tyre të propozuar. Lehtësuesi do të vëzhgojë dhe trajnojë mbi komunikimin efektiv të ekipit dhe përcaktimin e hershëm të roleve.

Krijimi i Vizionit Bindës (20 minuta):

Ekipet thellohen më shumë në zgjidhjen e tyre të zgjedhur. Si do të funksiononte? Çfarë problemi zgjidh? Kush përfiton?

Fokusi: Si ta artikulojmë këtë vizion në mënyrë bindëse për të frymëzuar të tjerët. Cila është historia ?

Detyrë Ekipi: Të zhvillojnë një emër të qartë, konciz dhe frymëzues dhe një "prezantim mobilizimi" 60-sekondësh për iniciativën e tyre kolektive.

Praktikë prezantimi dhe marrja e komenteve (20 minuta):

Çdo ekip zgjedh një zëdhënës (ose bashkëzëdhënës) për t'ia paraqitur propozimin e tyre 60-sekondësh një ekipi tjetër.

Komente nga kolegët: Ekipi dëgjues ofron reagime konstruktive mbi efektivitetin e prezantimit në "mobilizimin e të tjerëve" (p.sh., A ishte vizioni i qartë? A ishte frymëzues? A përcillte vlerë të përbashkët?).

Ekipet rrotullohen dhe përsëriten.

Përmbledhje në seancë plenare: Ndarje e shpejtë e informacionit mbi atë që e bëri një prezantim vërtet mobilizues. Theksoni se si vizioni i qartë dhe komunikimi bindës janë thelbësorë për tërheqjen e anëtarëve të ekipit, vullnetarëve dhe mbështetësve në SSE.

Identifikimi i burimeve (20 minuta):

Përkufizim i Zgjeruar i Burimeve: Përsërisni se burimet shkojnë përtej parave (p.sh., aftësitë njerëzore/vullnetarët, hapësirat fizike, pajisjet, rrjetet, njohuritë, besimi i komunitetit, reputacioni, koha, mbështetja në natyrë).

Detyrë Ekipi: Çdo ekip, për iniciativën e tyre kolektive, shqyrton të gjitha burimet që do t'u nevojiteshin. Pastaj, për secilin burim të nevojshëm, ata shqyrtojnë së pari burimet e mundshme jo-financiare të ndjekura nga ato financiare. Ata duhet të identifikojnë se kujt do t'i drejtohen dhe çfarë propozimi vlere do të ofrojnë në këmbim.

Ndarje në seancë plenare: Reflektime të shpejta mbi sfidat dhe sukseset. Theksoni se si zgjuarsia krijuese dhe ndërtimi i marrëdhënieve të forta janë parësore në SSE.

Angazhim Personal: Kërkojuni pjesëmarrësve të identifikojnë një veprim praktik që do të ndërmarrin për të zbatuar këto kompetenca të integruara në jetën ose iniciativat e tyre.

Ushtrime për Reflektim

Si ndikoi Puna me të tjerët 'drejtpërdrejt' në aftësinë tuaj për të 'Mobilizuar të tjerët' për vizionin tuaj?

Si ndikoi 'Mobilizimi i të Tjerëve' (p.sh., fitimi i mbështetjes) në aftësinë tuaj për të identifikuar dhe 'Mobilizuar Burimet'?

Çfarë mësuat rreth strategjive unike të mobilizimit të burimeve dhe natyrës bashkëpunuese të sipërmarrjes kolektive dhe iniciativave të SSE-së?



CREASSE.EU



This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000256807.