



PAKETË MJETESH

PËR SIPËRMARRËSIT E
EKONOMISË SOCIALE
DHE SOLIDARE



CREASSE



Bashkëfinancuar nga
Bashkimi Evropian

CREASSE.EU



TABELA E PËRMBAJTJES



HYRJE	1
Qëllimi dhe Fusha e Zbatimit të Paketës së Mjeteve për Sipërmarrësit e Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE)	2
Për kë është kjo Paketë Mjetesh	3
Si ta përdorni këtë Paketë Mjetesh	3
MODULI 1: KOMPETENCAT PERSONALE	5
Përmbledhje e Shkurtër	5
Objektivat e Modulit 1	6
 Kompetencat Personale dhe Sociale/ Përmbajtja Mësimore	8
Raste Studimi dhe Praktika të Mira	19
Ushtrime Interaktive	23
Ushtrime Vetë-Vlerësimi	25
Burime Shtesë dhe Lexime të Mëtejshme	28
MODULI 2: KOMPETENCAT SIPËRMARRËSE	30
Përmbledhje e Shkurtër	30
Objektivat e Modulit 2	31
Kompetencat Sipërmarrëse / Përmbajtja Mësimore	33
Raste Studimi dhe Praktika të Mira	36
Ushtrime Interaktive	43



Ushtrime Vetë-Vlerësimi 48

Burime Shtesë dhe Lexime të Mëtejshme 50

MODULI 3: KOMPETENCAT E GJELBËRTA 52

Përmbledhje e Shkurtër 52

Objektivat e Modulit 3 52

Kompetencat e Gjellbërta / Vlerësimi i Qëndrueshmërisë 54

Raste Studimi dhe Praktika të Mira 58

Kompetencat e Gjellbërta / Mendimi SistematiK 60

Raste Studimi dhe Praktika të Mira 63

Kompetencat e Gjellbërta / Mendimi drejt së Ardhmes 65

Raste Studimi dhe Praktika të Mira 68

 Ushtrime Interaktive 70

Ushtrime Vetë-Vlerësimi 75

Burime Shtesë dhe Lexime të Mëtejshme 77

MODULI 4: METODOLOGJI INOVATIVE DHE 79 **MJETET PËR SIPËRMARRËST SOCIAL**

Përmbledhje e Shkurtër 79

Objektivat e Modulit 4 80

Kompetencat Digjitale / Përmbajtje Mësimore mbi
Sipërmarrjen Sociale Inovative 80

Raste Studimi dhe Praktika të Mira 102

Ushtrime Interaktive 112

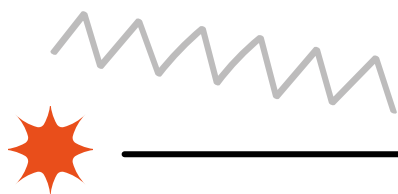


Ushtrime Vetë-Vlerësimi

114

Burime Shtesë dhe Lexime të Mëtejshme

116



HYRJE

CREASSE (Nxitja e Ekonomisë Sociale dhe Solidare Gjithëpërfshirëse me fokus në Zonat Rurale) është një projekt transnacional i financuar në kuadër të Erasmus+ KA220-ADU. Ai synon të fuqizojë individët nga grupet vulnerabël, veçanërisht ata nga familje me të ardhura të ulëta, migrantët, gratë dhe njerëzit nga komunitetet e marginalizuara, për të zhvilluar kompetenca sipërmarrëse, për të përqafuar inovacionin e qëndrueshëm dhe për të marrin pjesë në mënyrë kuptimplotë në Ekonominë Sociale dhe Solidare (SSE). Duke i pajisur këto grupe me mjetet, aftësitë dhe rrjetet e duhura mbështetëse, CREASSE promovon kohezionin social, rritjen gjithëpërfshirëse dhe inovacionin e udhëhequr nga komuniteti.

Projekti adreson sfida urgjente si përjashtimi social, papunësia dhe pjesëmarrja e kufizuar në komunitet duke ngritur kapacitetet e profesionistëve të edukimit për të rriturit dhe lehtësuesve socialë për të udhëhequr iniciativa ekonomike kolektive dhe të bazuara në komunitet. Ai promovon një qasje nga poshtë-lart, pjesëmarrëse dhe të bazuar në fuqizim, duke u përafruar ngushtë me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (SDG) të Kombeve të Bashkuara.

CREASSE sjell së bashku një konsorcium me partnerë nga Hungaria, Italia, Qipro, Spanja, dhe Shqipëria.

Në praktikë, projekti ofron një sërë produktesh të ndërlidhura të hartuara për të promovuar zhvillimin e kompetencave dhe zbatimin në praktikë, duke përfshirë:

- Një **Kornizë Kompetencash** që hartëzon aftësitë e nevojshme për sukses në sipërmarrjen kolektive.
- Një **Paketë Mjetesh për Sipërmarrësit** (ky dokument), që ofron mjete dhe aktivitete trajnimi të strukturuar.
- Një **Manual për Lehtësuesit Social**, i cili paraqet udhëzime për zbatimin e workshop-eve, monitorimeve dhe aktiviteteve të tjera të cilat mbi të gjitha kanë në fokus dhe angazhimin e komunitetit.

Qëllimi dhe Fusha e Zbatimit të Paketës së Mjeteve për Sipërmarrësit e Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE):

Paketa e Mjeteve për Sipërmarrësit e SSE është zhvilluar si pjesë e aktiviteteve të Paketës së Punës 2 (PP2), e cila përqendrohet në hartëzimin e kompetencave personale, sipërmarrëse, të gjelbra dhe sociale, të cilat janë thelbësore për fillimin ose qëndrueshmërinë e një iniciative të ekonomisë sociale dhe solidare. Kjo paketë shërben si burimi kryesor për ngritjen e kapaciteteve në kuadër të projektit CREASSE.

Objektivat e Paketës së Mjeteve janë:

- Rritja e vetë-ndërgjegjësimit dhe autonomisë tek individët vulnerabël;
- Forcimi i aftësive sipërmarrëse me një qëllim social;
- Promovimi i mendësisë dhe praktikave të përgjegjshme ndaj mjedisit;
- Pajisja e pjesëmarrësve me mjete praktike dhe inovative për të lançuar iniciativa të SSE-së.

Secili modul i këtij dokumenti kombinon pjesën teorike me mjete praktike dhe shembuj nga jeta reale për të mbështetur metoda të të nxënit individual dhe kolektiv.

Për kë është kjo Paketë Mjetesh:

Ky dokument është përgatitur veçanërisht për:

- Sipërmarrësit socialë aspirantë nga grupet vulnerabël dhe të nën-përfaqësuar;
- Lehtësuesit socialë, trajnerët, edukatorët dhe mentorët që mbështesin sipërmarrjen e udhëhequr nga komuniteti;
- Organizatat e shoqërisë civile, udhëheqësit e komunitetit dhe organizatat me bazë komunitare që synojnë të forcojnë impaktin social përmes sipërmarrjes.

Materialet janë hartuar për të qenë gjithëpërfshirëse, fleksibël dhe të përshtatshme për mjedise të të nxënit joformal, me ose pa njohuri të mëparshme në fushën e biznesit.

Si ta përdorni këtë Paketë Mjetesh:

Secili prej katër moduleve në këtë Paketë Mjetesh është hartuar për të mbështetur si mësimin e pavarur ashtu edhe trajnimet ose workshop-et e lehtësuara. Çdo modul përfshin:

- Një grup kompetencash dhe rezultatesh mësimore të përcaktuara qartë;
- Udhëzime hap pas hapi dhe aktivitete për zbatim;
- Raste Studimore dhe praktika të mira nga e gjithë Evropa;
- Ushtrime interaktive dhe detyra reflektimi vetjak;
- Burime të sugjeruara dhe kuize vetëvlerësimi.

Çdo modul mund të përdoret në mënyrë të pavarur ose si pjesë e një trajnimi të strukturuar, dhe nxënësit mund ta përdorin përmbajtjen për studim me ritëm vetjak, workshop-e të bazuara në komunitet ose të nxënësve nga njëri-tjetri.

Kjo Paketë Mjetesh është gjithashtu një pikënisje për aktivitetet e zhvilluara në "Manualin për Lehtësuesit Social" të përgatitur në kuadër të CREASSE, duke mbështetur misionin më të gjerë të CREASSE për forcimin e edukimit midis individëve dhe zhvillimin e sipërmarrjes gjithëpërfshirëse në të gjithë Evropën.

MODULI 1: KOMPETENCAT PERSONALE



Përmbledhje e Shkurtër

Ky modul eksploron rëndësinë e aftësive personale në Ekonominë Sociale dhe Solidare (SSE), duke theksuar se si cilësi të tilla si vetëdija, besimi dhe lidershipi fuqizojnë sipërmarrësin për të filluar dhe menaxhuar iniciativa që avancojnë qëllimet sociale dhe të komunitetit. Këto kompetenca jo vetëm që mbështesin suksesin në sipërmarrje, por edhe nxisin rritjen personale dhe profesionale, duke mundësuar punë të orientuar drejt vlerave dhe kuptimplote. Moduli është hartuar për të ndihmuar sipërmarrësit të zhvillojnë aftësi thelbësore personale dhe sociale për të lundruar në mjedise që ndryshojnë me shpejtësi dhe janë shpesh sfiduese. Ai thekson menaxhimin e emocioneve, ruajtjen e fleksibilitetit, komunikimin efektiv dhe bashkëpunimin me të tjerët. Përmes praktikave të vetëdijes, teknikave të menaxhimit të stresit dhe vetëreflektimit, sipërmarrësi mëson të qëndrojë i qetë, i fokusuar dhe në kontroll gjatë situatave të vështira, ndërsa identifikon faktorët stresues dhe aplikon praktika për ekuilibrin mendor dhe emocional.

Përveç kësaj, moduli ndërton aftësinë e sipërmarrësit për t'u përshtatur dhe komunikuar në kontekste të larmishme ose në zhvillim. Aktivitete të tilla si lojërat me role, sfidat në grup dhe ushtrimet e komunikimit forcojnë aftësinë e tyre për të menaxhuar pasigurinë, për të bashkëpunuar përtej dallimeve dhe për të zgjidhur problemet kolektivisht. Në fund të modulit, sipërmarrësi do të jetë i përgatitur për të menaxhuar stresin, për të përqafuar ndryshimin dhe për të demonstruar qëndrueshmëri dhe përshtatshmëri në sfidat e botës reale.



Objektivat e Modulit 1

2.1. Objektivi kryesor

Të pajisë sipërmarrësit me njohuri për të zhvilluar kompetenca thelbësore personale dhe sociale, të tilla si vetërregullimi, fleksibiliteti, komunikimi, bashkëpunimi dhe lidërshipi personal, të nevojshme për të përballuar në mënyrë efektive sfidat dhe për të udhëhequr iniciativat brenda Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE).

2.2. Nën-objektivat

- *Të kuptojnë rëndësinë e aftësive personale në Ekonominë Sociale dhe Solidare (SSE):* Sipërmarrësit do të mësojnë se si njohja e vetes, të qenit të sigurt dhe lidërshipi mund të ndihmojnë në suksesin e iniciativave të SSE.
- *Të mësojnë të menaxhojnë emocionet dhe stresin:* Sipërmarrësit do të zbulojnë se çfarë u shkakton stres dhe do të përdorin teknika si vetëdija (mindfulness) për të qëndruar të qetë dhe të përqendruar. Këto aftësi i ndihmojnë ata të marrin vendime më të mira nën presion.

- *Të bëhen më të adaptueshëm ndaj ndryshimit:* Sipërmarrësit do të praktikojnë se si të përballojnë ndryshimin përmes reflektimit. Kjo do t'i ndihmojë ata të ndihen më të sigurt në situata të reja dhe kur objektivat ndryshojnë.
- *Të përmirësojnë aftësitë e komunikimit :* Sipërmarrësit do të fitojnë njohuri që i ndihmojnë të flasin qartë, të dëgjojnë mirë dhe ta përshtatin mesazhin e tyre për audienca të ndryshme.
- *Të forcojnë punën në grup dhe bashkëpunimin:* Sipërmarrësit do të punojnë në grupe të përziera për të zgjidhur problemet dhe për të arritur objektiva të përbashkëta. Ata do të ndërtojnë respekt, do të mësojnë si të zgjidhin konfliktet dhe të kuptojnë stile të ndryshme pune.

2.3.Rezultatet e të Mësuarit

- *Përshtatja me situata të reja me vetëbesim:* Përdorimi i vetëreflektimit, pranimi i feedback-ut dhe gatishmëri për të provuar mënyra të reja veprimi për të përballuar ndryshimet në të mësuarit, në punë ose në mjedise shoqërore.
- *Menaxhimi i stresit dhe përqendrimi në situata të vështira:* Përdorim i vetëdijes, teknikave të frymëmarrjes dhe menaxhimit të kohës për të qëndruar të qetë, për të kontrolluar emocionet dhe për të qëndruar të përqendruar kur jeni nën presion.
- *Zgjidhja e problemeve në përballjen me sfida:* Qasje pozitive ndaj problemeve, përshtatja dhe rishikimi i planeve kur është e nevojshme dhe bashkëpunim me të tjerët për të gjetur zgjidhje fleksibël.



2. Kompetencat Personale dhe Sociale/ Përmbajtja Mësimore

Kompetencat personale dhe sociale janë një kombinim aftësish, njohurish dhe qëndrimesh që i ndihmojnë njerëzit të veprojnë në mënyrë të pavarur, të marrin përgjegjësi dhe të përshtaten me situata të ndryshme dhe në ndryshim.

Ato bazohen në idenë e "të mësuarit të jesh", procesi i vazhdueshëm i të kuptuarit të vetes, formësimit të vlerave tuaja dhe gjetjes së qëllimit. Kjo përfshin marrjen e vendimeve të mira, përballimin e sfidave në një mënyrë pozitive dhe ndërtimin e marrëdhënieve të forta. Rritja formësohet gjithashtu nga mjedisi social dhe kulturor, duke përfshirë rolin që ne luajmë dhe rolet që luajnë njerëzit përreth nesh.

Të jesh kompetent personalisht do të thotë të mësosh vazhdimisht, të reflektosh mbi veprimet e tua dhe të rritesh me ndershmëri dhe motivim. Kompetenca sociale është e lidhur ngushtë me këtë dhe fokusohet në të punuarit mirë me të tjerët, respektimin e dallimeve, shmangien e paragjykimëve dhe kontributin pozitiv në komunitetin tuaj. Ajo tregon nevojën tonë të natyrshme për t'u lidhur me të tjerët dhe aftësinë tonë për të komunikuar dhe bashkëpunuar në mënyrë efektive.

Disa nga kompetencat kryesore personale dhe sociale përfshijnë:

3.1.Kompetenca Personale

3.1.1 Vetë rregullimi Emocional: *Ndërgjegjësimi dhe menaxhimi i emocioneve, mendimeve dhe sjelljes.*

Vetë rregullimi është aftësia për të menaxhuar mendimet, emocionet dhe veprimet tuaja duke zgjedhur se si të përgjigjeni, në vend që të reagoni pa menduar.

Është një proces hap pas hapi që përfshin vendosjen e objektivave, kontrollimin e progresit dhe bërjen e ndryshimeve për të qëndruar në rrugën e duhur.

Kjo aftësi i ndihmon njerëzit të kontrollojnë impulset e tyre pa i injoruar ato. Kërkon praktikë dhe energji mendore, dhe mund të jetë më e vështirë për t'u përdorur kur je i stresuar. Besimi në aftësinë tuaj për të mbajtur kontrollin e bën më të mundshme përdorimin e vetë rregullimit dhe ndihmon të ndiheni përgjegjës për veprimet dhe mjedisin tuaj.

Vetë rregullimi është veçanërisht i rëndësishëm për sipërmarrësit sepse mbështet rritjen personale, ndihmon për t'u rikuperuar nga pengesat dhe për të qëndruar të fokusuar në objektivat e tyre. U lejon atyre të menaxhojnë stresin, të qëndrojnë të motivuar dhe të marrin vendime të menduara mirë - madje edhe në situata të pasigurta ose me presion të lartë. Sipërmarrja mbështetet gjithashtu në vetëbesimin dhe besimin në aftësinë e dikujt për të pasur sukses, të dyja, të cilat forcohen përmes aftësive të forta të vetë rregullimit.

Tre faktorë kryesorë kontribuojnë në vetë rregullimin efektiv:

- Të qenit i vetëdijshëm për emocionet, mendimet, vlerat dhe veprimet tuaja ju ndihmon të vini re dhe të kontrolloni reagimet e padëshiruara.
- Kuptimi dhe menaxhimi i ndjenjave dhe mendimeve, veçanërisht gjatë stresit, mund të përmirësojë mënyrën se si performoni në të gjitha fushat e jetës.
- Ndërtimi i një mendësie pozitive, vetëbesimi dhe një sens i qartë qëllimi ndihmon të qëndroni të motivuar dhe të vazhdoni të rriteni me kalimin e kohës.

Aftësia vetërregulluese ndryshon nga individ në individ, por mund të forcohet përmes praktikës.

Për të zhvilluar vetë rregullimin, individët mund të përdorin mjete të thjeshta dhe praktike që përmirësojnë vetë rregullimin emocional dhe mendor:

1. Mbajtja e një ditari dhe shkrimi reflektues ndihmojnë të dalloni modele në mendimet dhe emocionet tuaja. Shkruani për mënyrën se si ndiheni, çfarë i shkaktoi ato dhe si reaguat.
- **Mjeti:** Aplikacioni "Day One Journal" ose një fletore e thjeshtë.
2. Monitorimi i humorit dhe rrotat e emocioneve ju ndihmojnë të njihni dhe emërtoni ndjenjat tuaja. Kjo mundëson kuptimin emocional dhe ju ndihmon të përgjigjeni në vend që të reagoni.
3. Praktikat e vetëdijes (mindfulness), si meditimi "Body Scan", ju mësojnë të qëndroni të pranishëm dhe të vini re shenjat e hershme të stresit ose reagimeve impulsive.
- **Teknika:** Meditim "Body Scan"(Udhëzues në Audio)

Për të menaxhuar stresin dhe për të përmirësuar reagimin:

1. Ushtrimet e frymëmarrjes dhe relaksimi progresiv i muskujve ndihmojnë në qetësimin e trupit dhe në uljen e ankthit.
- **Teknika:** Box Breathing Guide | Progressive Muscle Relaxation (YouTube) - Relaksimi Progresiv i Muskujve
2. Mjete kongjitive – të njohjes dhe sjelljes si:
 - Ndërprerja e mendimeve (thoni mendërisht "ndalo" kur lindin mendime të padobishme),
 - Reformulimi i mendimeve negative në mendime më të ekuilibruara,
 - Bisedë pozitive me veten për të ndërtuar vetëbesim.
 - **Mjet:** CBT Thought Record App Terapia e Njohjes (Kognitive) dhe e Sjelljes nëpërmjet ruatjes së mendimeve në një aplikacion)

Për të qëndruar të fokusuar dhe konsistent (të qëndrueshëm) në veprimet tuaja:

Përdorni objektivat SMART (Specifik, të Matshëm, të Arritshëm, Relevant, të Kufizuar në Kohë) për të planifikuar dhe ndjekur progresin.

Për të qëndruar të motivuar dhe për t'u rritur me kalimin e kohës:

1. Ndërttoni qëndrueshmëri/ reziliencë duke:

- Reflektuar mbi mënyrën se si i keni kapërcyer sfidat e kaluara,
- Vizualizuar suksesin,
- Përqendruar në pikat e forta personale.

2. Përmirësoni vetë efikasitetin duke:

- Vendosur objektiva të vogla, të arritshme,
- Marr inkurajim nga bashkëmoshatarët,
- Përdorur afirmime të përditshme.
- Mjet: I Am – Daily Affirmations App (Unë jam – Aplikacion i Afirmimeve të Përditshme)

Përdorimi i rregullt i këtyre mjeteve mund të ndihmojë të qëndroni të qetë, të përqendruar dhe të sigurt në vetvete, veçanërisht kur përballeni me stres, ndryshime ose sfida.

3.1.2 Fleksibiliteti: *Aftësia për të menaxhuar tranzicionet, pasigurinë dhe për t'u përballur me sfidat.*

Fleksibiliteti do të thotë të jesh i aftë të përshtatesh me ndryshimet, të përballosh pasigurinë dhe të ndërmarrësh veprime edhe kur nuk i ke të gjitha përgjigjet. Është një aftësi kyçe në botën e sotme që ndryshon me shpejtësi dhe vlerësohet shumë nga punëdhënësit. Përfshin menaxhimin e emocioneve, marrjen e vendimeve në situata të paqarta dhe qëndrimin e hapur ndaj ideve të reja.

Në sipërmarrje, fleksibiliteti është veçanërisht i rëndësishëm. Sipërmarrësit shpesh përballen me sfida dhe ndryshime të papritura. Të qenit fleksibël i ndihmon ata të përshtasin planet, të provojnë ide të reja, të mësojnë nga gabimet dhe të vazhdojnë të ecin përpara. Gjithashtu, fleksibiliteti mbështet kreativitetin dhe zgjidhjen e problemeve, të cilat janë thelbësore për ndërtimin dhe rritjen e një biznesi.

Fleksibiliteti varet nga disa faktorë kryesorë:

- Gatishmëria për të ndryshuar mendjen ose veprimet kur merr informacione të reja. Kjo do të thotë të jesh kureshtar dhe i aftë të kuptosh këndvështrime të ndryshme.
- Të jesh i hapur ndaj ideve, metodave dhe mjeteve të reja kur situatat ndryshojnë, dhe të jesh në gjendje të përballosh pasigurinë.
- Aftësia për të lëvizur midis roleve personale, shoqërore dhe të punës duke marrë vendime të menduara mirë, duke vendosur objektiva dhe duke mësuar vazhdimisht në mënyrë që të jesh gjithmonë gati dhe të marrësh iniciativa.

Zhvillimi i fleksibilitetit fillon me ndërtimin e të menduarit kritik dhe hapjes ndaj ideve të reja. Disa mjete dhe teknika efektive përfshijnë:

1.Mendimi Kritik dhe Rivlerësimi i Perspektivave

- **Debat i strukturuar:** Praktikoni mbrojtjen dhe sfidimin e këndvështrimeve të ndryshme për të forcuar mirëkuptimin dhe përshtatshmërinë.
- **Pyetje reflektuese:** Bëni pyetje “pse”, “po sikur” dhe “si ndryshe” për të rivlerësuar mendimet dhe për të inkurajuar të menduarit më thellë.
- **Korniza/Modele për vendimmarrje:** Përdorni mjete si analiza SWOT, lista e avantazheve dhe disavantazheve ose metodën “Six Thinking Hats” (Gjashtë Kapelat e të Menduarit) për të bërë zgjedhje të mirë informuara dhe për të marrë në konsideratë të gjitha alternativat e mundshme.

Mjet: Kialo – Një platformë për debate të strukturuar që ju ndihmon të eksploron argumentet nga perspektiva të ndryshme.

2. Teknika për Përqafimin e Ndryshimit dhe Pasigurisë

- **Planifikimi i skenarëve:** Imagjinoni situata të ndryshme në të ardhmen për t'u përgatitur për ndryshime të papritura.
- **Eksperimentim i shpejtë :** Testoni ide në shkallë të vogël për të mësuar dhe për t'u përshtatur me risk minimal.
- **Rutina reflektimi:** Caktoni kohë për vetë analizë të rregullt ose për të mbajtur shënime në ditar për të vlerësuar se çfarë po funksionon dhe çfarë duhet të ndryshuar.

Mjet: Futures Platform (Platforma për të Ardhmen): Për vizualizimin dhe planifikimin e shumë skenarëve të mundshëm të së ardhmes.

3. Menaxhimi i Tranzicioneve dhe Përshtatshmëria Afatgjatë

- Life -Mapping (Harta e jetës) – Krijoni një vijë kohore vizuale të ngjarjeve të kaluara dhe të ardhshme për të kuptuar modelet dhe për të përcaktuar drejtimin.
- Personal Learning Plans (PLP) - Planet personale të të mësuarit – Vendosni objektiva të të mësuarit, identifikoni burimet dhe ndiqni progresin për të ndërtuar aftësi të reja me kalimin e kohës.
- Vendosja e objektivave SMART – Ndani tranzicionet e mëdha në hapa të qartë dhe të zbatueshëm që janë Specifikë, të Matshëm, të Arritshëm, Relevantë dhe të Kufizuar në Kohë.

Mjet: Habituca - Vendosni dhe ndiqni objektivat SMART me formate të gamifikuara ose të strukturuar.

Duke përdorur këto mjete vazhdimisht, individët mund të menaxhojnë më mirë ndryshimin, të qëndrojnë të përgatitur mendërisht dhe emocionalisht dhe të lulëzojnë në mjedise personale dhe profesionale që ndryshojnë me shpejtësi.

3.2.1 Komunikimi i përdorimit të mënyrës së duhur të komunikimit, me mjetet dhe gjuhën e përshtatshme, bazuar në temën dhe situatën.

Komunikimi efektiv nënkupton përdorimin e strategjive dhe mjeteve të duhura, në varësi të personave, temës dhe situatës. Komunikimi përfshin elementë kryesorë si dërguesi, mesazhi, marrësi, konteksti dhe kanali i përdorur (si të folurit, të shkruarit ose platformat online). Çdo veprim gjatë një bisede dërgon një mesazh, kështu që komunikimi i mirë varet nga qartësia dhe përshtatshmëria.

Mjetet digjitale kanë ndryshuar mënyrën se si komunikojmë. Edhe pse ato mundësojnë ndarjen e shpejtë dhe të lehtë të informacionit, ato gjithashtu mund të shkaktojnë keqkuptime, të zvogëlojnë lidhjen emocionale dhe të çojnë në probleme si bullizmi dhe ngacmimi kibernetik. Kjo i bën aftësitë e komunikimit digjital shumë të rëndësishme. Këto përfshijnë njohuritë për të qëndruar i sigurt online, mbrojtjen e të dhënave personale, sjelljen e përgjegjshme dhe përshtatjen e mesazheve për audienca dhe platforma të ndryshme.

Kompetenca e komunikimit përfshin tre fusha kryesore:

1. Përshtatja ndaj kontekstit dhe audiencës: Zgjedhja e gjuhës, tonit dhe mjeteve të duhura në varësi të personit me të cilin po flisni, marrëdhënies suaj dhe qëllimit të mesazhit.
2. Komunikimi ndërkulturor dhe profesional: Të jesh i respektueshëm dhe i ndërgjegjshëm për ndryshimet kulturore dhe profesionale gjatë bisedave.
3. Pjesëmarrje aktive dhe respektuese: Dëgjimi me kujdes, të folurit qartë dhe me besim, si dhe bashkëveprimi në një mënyrë të ekuilibruar dhe respektuese me të tjerët.

Komunikimi efektiv fillon me kuptimin e kontekstit dhe audiencës. Kjo përfshin përzgjedhjen e strategjive, tonit dhe mjeteve më të përshtatshme në varësi me kë po komunikoni apo kujt po i drejtoheni, marrëdhënien tuaj, qëllimin e mesazhit dhe mjetin e përdorur (si p.sh., personalisht, email ose media sociale). Teknikat praktike përfshijnë:

- Praktikimin e skenarëve nga jeta reale si intervista, takime ekipi ose telefonata me klientë për të mësuar se si ta përshtatni tonin dhe qasjen tuaj.
- Përdorimin e modeleve ose mjeteve (p.sh Persona Creator) për të identifikuar tiparet kryesore të audiencës suaj dhe për të përshtatur mesazhin tuaj në përputhje me rrethanat.
- Të mësuarit si të përdorni mjete si Zoom ose Microsoft Teams në mënyrë efektive, duke i përshtatur ato sipas kanalit të komunikimit (medium) dhe mesazhit.

Si pjesë e teknikave të komunikimit, bashkëveprimi ndërkulturor dhe specifik sipas fushës i referohet komunikimit efektiv në kontekste të ndryshme kulturore dhe profesionale. Ai kërkon të jesh empatik, i hapur ndaj mendimeve dhe ndryshimeve, si dhe i ndërgjegjshëm mbi vlerat, normat dhe stilet e ndryshme të komunikimit. Këto aftësi mund të zhvillohen përmes:

- Pjesëmarrjes në sesione trajnimi që përqendrohen në ndjeshmërinë kulturore dhe normat e tregut global të punës.
- Përdorimit të aplikacioneve si Duolingo ose Memrise to learn relevant vocabulary for your field (e.g., medical, legal, technical). për të mësuar fjalorin përkatës për fushën tuaj (p.sh., mjekësi, juridik, teknik).
- Analizimit të ndërveprimeve profesionale reale ose të simuluar për të eksploruar komunikimin efektiv dhe të respektueshëm në fusha të ndryshme.

Së fundmi, angazhimi aktiv dhe respektues përfshin dëgjim të vëmendshëm, shprehjen e qartë dhe me vetëbesim, si dhe ruajtjen e një dialogu të ekuilibruar dhe respektues. Për ta arritur këtë, sipërmarrësi duhet të:

- Praktikoje parafrazimin ose përmbledhjen e asaj që ka thënë dikush për të siguruar që e ka kuptuar qartë.
- Organizojë sesione në grupe të vogla ku pjesëmarrësit japin dhe marrin feedback konstruktiv duke përdorur udhëzime të qarta.
- Marrë pjesë në workshop-e ose të përdorë mjete si Centre for Nonviolent Communication (Qendra për Komunikim Jo të Dhunshëm) për të mësuar se si të shprehin nevojat dhe mendimet me vetëbesim pa qenë agresivë.

Duke përdorur këto mjete dhe teknika praktike, individët mund të bëhen komunikues më të aftë dhe të përshtaten në kontekste të ndryshme, qoftë personalisht, në kultura të ndryshme apo në mjedise digjitale.

3.2.2 Bashkëpunimi: *Angazhimi në aktivitete në grup, puna në grup, duke njohur dhe respektuar të tjerët.*

Bashkëpunimi i suksesshëm varet nga mënyra se si njerëzit punojnë së bashku në mënyrë mbështetëse, ku kontributi i secilit vlerësohet. Kur individët balancojnë qëllimet e tyre personale me respektin për të tjerët, ata janë më të aftë të bashkëpunojnë, të gjejnë kompromise dhe të dalin me zgjidhje krijuese. Pa punë në ekip, vendimet e bazuara vetëm në interesin personal mund të çojnë në rezultate të këqija për të gjithë në planin afatgjatë. Sot, mjetet digjitale e bëjnë më të lehtë se kurrë bashkëpunimin, por është e nevojshme të përdoren strategji të qarta për t'i përdorur ato mirë.

Bashkëpunimi përfshin tre fusha kryesore:

- Vlerësimi i diversitetit dhe puna për të mirën e përbashkët: Kjo do të thotë të vlerësosh prejardhjet, besimet dhe përvojat e ndryshme, ndërkohë që kombinon përpjekjet për të arritur objektiva të përbashkëta.
- Ndërtimi i marrëdhënieve të respektueshme dhe të besueshme: Kjo përfshin trajtimin e të gjithëve me dinjitet dhe drejtësi, si dhe menaxhimin e konflikteve përmes diskutimit të ndershëm dhe mirëkuptimit .
- Ndarja e përgjegjësisë dhe shfrytëzimi i pikave të forta të grupit: Kjo përfshin shpërndarjen e drejtë të detyrave, inkurajimin e pikëpamjeve të ndryshme dhe përdorimin e një qasjeje të bazuar te grupi për të zgjidhur problemet në mënyrë më efektive.

Bashkëpunimi efektiv në botën e sotme të ndërlidhur fillon me vlerësimin e diversitetit dhe punën drejt një qëllimi të përbashkët. Kjo do të thotë të respektosh kultura, besime dhe përvoja të ndryshme jetësore, duke ndërtuar diçka kuptimplote së bashku, gjë që mund të arrihet përmes:

1. Inkurajimit të diskutimit të hapur, gjithë përfshirjes dhe punës në grup në mjedise të ndryshme duke:
 - Mësuar se si të komunikosh midis kulturave.
 - Zgjidhur detyra në ekip, duke u fokusuar në qëllime të përbashkëta.
2. Nxitjes së dinjitetit, drejtësisë dhe mirëkuptimit, ndërkohë që menaxhohet konflikti në mënyrë konstruktive, duke:
 - Dëgjuar me vëmendje dhe parafrazuar atë që thonë të tjerët
 - Shprehur nevojat me respekt dhe dëgjuar me empati ([CNVC.org](https://www.cnvc.org)).
 - Praktikuar skenarë nga jeta reale për të ndërtuar negociata dhe mirëkuptim.

3. Sigurimit që puna të ndahet në mënyrë të drejtë, të gjithë të kontribuojnë dhe të inkurajohet mendimi në grup, duke:

- Përdorur platforma si Miro, Trello, ose Notion topër të bashkë-dizajnuar detyrat dhe afatet kohore.
- Përdorur mjete si Slack ose Microsoft Teams për komunikim të qartë dhe të vazhdueshëm në ekip.
- Realizuar takime dhe kontrole të rregullta për të përmirësuar punën në grup dhe për të përshtatur strategjitë.
- Siguruar që secili kontribuon me ide dhe vendime, duke përforcuar pronësinë e përbashkët.

Këto mjete dhe praktika i ndihmojnë ekipet të punojnë më efektivisht, të respektojnë njëri-tjetrin dhe të ndërtojnë bashkëpunim të qëndrueshëm si në mjedise ballë për ballë ashtu edhe në ato digjitale.

3.3 Leadership Personal

Vetërregullimi, fleksibiliteti, komunikimi dhe bashkëpunimi janë shtylla thelbësore të lidërsipit personal për një sipërmarrës, duke i mundësuar atij të lundrojë në pasiguritë dhe kërkesat e ngritjes dhe qëndrueshmërisë së një sipërmarrjeje. Vetërregullimi nxit disiplinën dhe kontrollin emocional, duke i ndihmuar sipërmarrësit të qëndrojnë të përqendruar dhe rezilientë nën presion. Fleksibiliteti i lejon ata të përshtaten shpejt me kushtet në ndryshim të tregut dhe nevojat e klientëve, duke bërë ndryshime strategjike kur është e nevojshme. Komunikimi efektiv siguron që vizioni i tyre të artikullohet qartë për palët e interesuara, duke frymëzuar besim dhe harmoni, ndërsa bashkëpunimi nxit shkëmbimin e ideve dhe burimeve, duke forcuar dinamikën e ekipit dhe duke nxitur inovacionin. Së bashku, këto cilësi fuqizojnë sipërmarrësit të udhëheqin me qartësi, besim dhe shkathtësi.

4.1 Raste Studimi 1: Riorganizimi i SEC

Në rastin e SEC, një kompani konsulence inxhinierike skandinave që po përjeton një zhvillim të shpejtë përmes bashkimeve dhe blerjeve të pronësisë, u shfaqën sfida të rëndësishme në integrimin e kulturave të ndryshme organizative dhe praktikave të punës. Kompania nisi një projekt të përbashkët të quajtur "integrim kulturor i përshpejtuar", duke pranuar se mjetet tradicionale të menaxhimit ishin të pamjaftueshme për të adresuar ndarjet kulturore të rrënjosura thellë. Kompetencat personale si vetëdija, aftësia për tu përshtatur dhe të menduarit reflektiv ishin thelbësore për punonjësit për të përballuar tensionet midis modeleve të punës monodisiplinore dhe transdisiplinore. Përmes reflektimeve të udhëhequra mbi dilemat reale të punës dhe krijimit të "historive për të mësuar", individët u inkurajuan të analizonin vendimmarrjen e tyre, të përshtateshin me rolet e reja dhe të kontribuonin në një kuptim të përbashkët të identitetit dhe qëllimit brenda organizatës së sapoformuar.

Kompetencat sociale luajtën një rol qendror në procesin e integritimit. SEC nxiti bashkëpunimin dhe respektin e ndërsjelltë përmes takimeve të strukturuar, ku menaxhmenti i lartë dhe stafi i projekteve u angazhuan në dialog të hapur midis hierarkive dhe departamenteve. Këto rituale shkëmbimi ofruan një platformë për dëgjim aktiv, zgjidhje konfliktesh dhe komunikim ndërkulturor - aftësi të domosdoshme për të mësuar kolektivisht dhe për të forcuar kohezionin e ekipit. Kjo qasje pjesëmarrëse ndihmoi në kultivimin e ndjenjës së përkatësisë dhe një kompanie kolektive, duke hedhur themelet për një kulturë organizative më koherente.

4.2 Rast Studimi 2: Green Action – Rivitalizimi i Menaxhimit të Mbetjeve në Bosnjë dhe Hercegovinë

“Green Action”, një sipërmarrje sociale e vendosur në Tuzla, Bosnjë dhe Hercegovinë, u themelua për të adresuar dy çështje lokale të rëndësishme: papunësinë e të rinjve dhe menaxhimin joefektiv të mbetjeve. E përbërë nga profesionistë dhe aktivistë të rinj, organizata synonte të krijonte punësim për grupet e marginalizuara - veçanërisht të rinjtë romë - duke promovuar qëndrueshmërinë mjedisore përmes iniciativave të riciklimit. Sfidat e hershme përfshinin tensione kulturore midis anëtarëve të ekipit me prejardhje etnike të ndryshme, mungesë eksperience operative dhe rezistencë nga autoritetet lokale të cilat ishin skeptike ndaj modelit të sipërmarrjes jofitimprurëse. Këto pengesa kërcënonin qëndrueshmërinë dhe zhvillimin e sipërmarrjes.

Ndryshimi erdhi kur “Green Action” investoi në ndërtimin e kompetencave personale dhe sociale të ekipit. Përmes sesioneve të strukturuar të reflektimit, anëtarët përmirësuan aftësinë vetë rregulluese dhe fituan qëndrueshmëri për të menaxhuar stresin dhe pengesat. Përshtatshmëria u promovua duke ndryshuar modelet e shërbimit bazuar në komentet dhe reagimet e komunitetit. Kompetencat sociale, duke përfshirë empatinë dhe komunikimin ndërkulturor, u forcuan përmes “Story Circles”(ndarje historish në grupe në formë rrethi), të cilat ndihmuan në kapërcimin e ndarjeve kulturore. Adaptimi i një qasje të lidërshit (udhëheqjes) të përbashkët çoi në një vendimarrje bashkëpunuese dhe forcoi kohezionin e ekipit. Këto kompetenca jo vetëm që ndihmuan ekipin të përballonte dinamika sociale komplekse dhe dilema etike, por gjithashtu ndërtuan themelet për partneritete afatgjata, krijimin e vendeve të punës dhe një reputacion të respektuar në të gjithë Ballkanin Perëndimor.

4.3.Praktikë e Mirë 1 : Ndërtimi i Besimit në Komunitet përmes Empatisë dhe Komunikimit Ndërkulturor

Një sipërmarrje sociale e udhëhequr nga gra në Maqedoninë e Veriut (Empowering rural women through creating small sustainable businesses - Fuqizimi i grave rurale përmes krijimit të bizneseve të vogla të qëndrueshme) u krijua me fokus fuqizimin e grave rurale përmes prodhimit dhe shitjes të ushqimeve dhe produkteve tradicionale. Megjithatë, themelueset u përballën me rezistencë nga familjet lokale për shkak të normave kulturore që dekurajojnë punën e grave jashtë shtëpisë. Sipërmarrësja përdori dëgjimin aktiv dhe empatinë për t'u angazhuar drejtpërdrejt me të moshuarit e komunitetit dhe familjet. Në vend që të impononte një plan biznesi, ajo organizoi "Storytelling Evenings" (mbrëmje për ndarjen e historive) ku gratë ndanin eksperiencat personale dhe shpresat për të ardhmen e fëmijëve të tyre. Kjo krijoi lidhje emocionale dhe respekt kulturor.

Pjesëmarrja u trefishua brenda gjashtë muajsh dhe biznesi u rrit në një kooperativë që eksportonte specialitete rajonale. Ky sukses i kishte rrënjët në kompetencat sociale të sipërmarrësit, kuptimin dhe vlerësimin e dinamikës së komunitetit, ndërkohë që udhëhiqte me ndjeshmëri.

4.4 Praktikë e Mirë 2: Lundrimi i Pasigurisë me Vetë rregullim dhe Reziliencë

Një startup mbi modën ekologjike i udhëhequr nga të rinj në Serbi, i fokusuar në riciklimin e mbetjeve tekstile, humbi furnizuesin e tij kryesor dhe u përball me një mungesë financimi gjatë vitit të parë. Në vend të panikut apo të mbylljes së startup-it, themeluesi u mbështet në aftësitë e tij për vetë rregullim dhe për tu përshtatur duke filluar një strategji "72-hour reset" (një pausë/reset për 72 orë për të rivendosur qëllime apo prioritete të tjera): ekipi ndaloi përkohësisht operacionet për të analizuar emocionet, për të vlerësuar opsionet reale dhe për të gjeneruar alternativa me qetësi. Sipërmarrësi gjithashtu iu drejtua mentorëve për komente, sugjerime dhe mbështetje morale.

Ata zbuluan një zinxhir të ri furnizimi duke bashkëpunuar me një kooperativë qepje aty pranë e cila kishte të punësuar refugjatë. Kriza e përkohshme u shndërrua në një moment rritjeje që përputhej më ngushtë me misionin e tyre. Kompetenca personale e themeluesit, qëndrueshmëria emocionale dhe fleksibiliteti- e shndërroi një dështim të mundshëm në inovacion dhe forcoi qëndrueshmërinë afatgjatë dhe qeverisjen pjesëmarrëse.



Ushtrime Interaktive

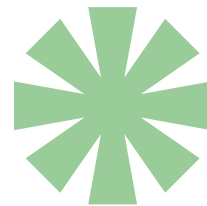
Vetë Rregullimi

- Përshkruani një rast kur u përballët me një sfidë këtë javë. Si reaguat dhe çfarë mund të bëni ndryshe herën tjetër

Fleksibiliteti

- "Scenario game"(Lojë me skenarë): Prezantoni një situatë reale (p.sh., një event i anuluar, një problem teknik ose teknologjik). Të ndarë në ekipe duhet të zhvillojnë një plan rezervë dhe të shpjegojnë pse ky plan do të funksiononte.
- "Life Transition Mapping" (Hartë e Tranzicioneve të Jetës): Individët krijojnë një kronologji vizuale të një tranzicioni personal ose profesional (p.sh., ndërrimi i qytetit, ndërrimi i shkollës). Ata identifikojnë emocionet, sfidat dhe strategjitë e përdorura për të përballur situatën.

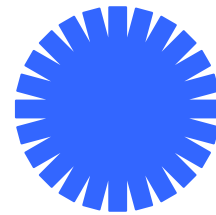
Komunikimi



- Praktikoni përshkrimin e një projekti, ideje ose vetvetes në 30 sekonda për audienca të ndryshme (p.sh., një mik kundrejt një paneli formal). Merrni komente nga kolegët: Çfarë funksionoi mirë? Çfarë mund të ishte më e qartë?

- Individët sjellin një histori ose frazë të shkurtër nga kultura e tyre dhe shpjegojnë kuptimin e saj, duke praktikuar komunikimin ndërkulturor.
- Në grupe me nga 3 persona: një flet, një dëgjon në qetësi dhe një vëzhgon. Rolet ndërrohen dhe vëzhguesit japin komente mbi sjelljen gjatë dëgjimit (kontakti me sy, parafrazimi, gjuha e trupit). Çfarë u mësua rreth zakoneve personale të komunikimit?

Bashkëpunimi



- Ekipeve u kërkohet të ndërtojnë një strukturë (p.sh., nga LEGO ose letër), por duhet ta përfundojnë detyrën pa folur, duke zhvilluar koordinim joverbal dhe besim. Si u ndjetë? Cilat strategji dolën pa fjalë?
- Përpara se të fillojnë një detyrë në ekip, individët krijojnë së bashku një "Team Charter" (Kartela/ Rregullat e Ekipit) që përshkruan sjelljet, vlerat dhe mënyrat e dakorduara për të trajtuar konfliktin. Pas përfundimit të një detyre grupi, ekipi reflekton jo vetëm mbi rezultatin, por edhe mbi mënyrën se si punuan së bashku. Si u trajtua konflikti dhe cilat sjellje mbështetën suksesin?





Ushtrime Vetë-Vlerësimi

Udhëzime:

Vlerësoni veten për secilën deklaratë duke përdorur këtë shkallë

1 = Rrallë

Shpesh reagoj impulsivisht dhe kam vështirësi në menaxhimin e emocioneve të mia në situata konflikti. Mund të tërhiqem ose të përshkallëzoj tensionin.

2 = Ndonjëherë

IPërpiqem të qëndroj i qetë, por gjithsesi mund të ndikohem dukshëm. Ndonjëherë kam nevojë për mbështetje për të zgjidhur konfliktin në mënyrë konstruktive.

3 = Shpesh

Zakonisht qëndroj i qetë dhe përpiqem të kuptoj pikëpamjet e të tjerëve. Punoj në mënyrë aktive drejt zgjidhjes dhe vetëkontrollit.

4 = Gjithmonë

Qëndroj vazhdimisht i qetë, përdor teknika të vetëdijes dhe ndihmoj në uljen e tensioneve me respekt dhe në mënyrë konstruktive.

Pas përfundimit të ushtrimit, reflektoni mbi fushat ku keni marrë rezultate më të ulëta dhe mendoni se si mund t'i forconi ato kompetenca në kontekstin e iniciativave sociale dhe solidare.

Vetë rregullimi: *Ndërgjegjësimi dhe menaxhimi i emocioneve, mendimeve dhe sjelljes*

- Unë menaxhoj reagimet e mia emocionale kur përballem me mosmarrëveshje gjatë punës në grup/ekip.
- Unë vendos objektiva personale në përputhje me misionin dhe vlerat e projekteve sociale ose të bazuara në komunitet.
- Unë qëndroj i përqendruar dhe i motivuar, edhe kur detyrat bëhen përsëritëse ose rezultatet janë të pasigurta.

- Unë reflektoj mbi mendimet dhe reagimet e mia për të përmirësuar vendimet dhe veprimet e ardhshme.
- Unë e menaxhoj në mënyrë aktive stresin për të qëndruar konstruktiv dhe i orientuar drejt zgjidhjes në punën në grup.

Fleksibiliteti: *Menaxhimi i tranzicioneve, pasigurisë dhe sfidave*

- Unë përshtatem mirë me ndryshimet në fushën e veprimit të projekteve, rolet në ekip ose nevojat e komunitetit.
- Jam i hapur për të rishikuar qasjen time bazuar në prova të reja ose kontributin e aktorëve të interesuar.
- Mund të marr iniciativë dhe të mbetem produktiv edhe në situata të paqarta ose të ndryshueshme.
- Unë reagoj në mënyrë konstruktive ndaj sfidave të papritura në iniciativat sociale ose ekonomike.
- Unë e shikoj ndryshimin si një mundësi për inovacion dhe për të mësuar.

Komunikimi: *Përdorimi i strategjive dhe mjeteve të komunikimit të përshtatshme për kontekstin.*

- Unë e përshtas gjuhën dhe stilin tim të komunikimit në varësi të audiencës sime (p.sh. vullnetarë, financues, përfitues).
- Unë dëgjoj në mënyrë aktive dhe përpiqem të kuptoj perspektiva të ndryshme përpara se të përgjigjem.
- Unë komunikoj qartë dhe me respekt si në mjedise ballë për ballë ashtu edhe në ato digjitale.
- Unë përdor mjete digjitale të përshtatshme për të angazhuar dhe informuar aktorët e interesit në një projekt.
- Jam i vetëdijshëm për ndryshimet kulturore dhe të gjeneratave kur komunikoj me të tjerët.

Bashkëpunimi: *Angazhimi në aktivitete në grup dhe në ekip, duke njohur dhe respektuar të tjerët.*

- Unë kontribuoj në mënyrë aktive në qëllimet e përbashkëta duke respektuar rolet dhe kontributin e të tjerëve.
- Unë ndihmoj në ndërtimin e konsensusit dhe zgjidhjen e mosmarrëveshjeve në mënyrë konstruktive brenda një grupi.
- Unë i vlerësoj prejardhjet dhe përvojat e ndryshme si asete në projektet bashkëpunuese.
- Unë marr përgjegjësi për detyrat e mia dhe përmbush angazhimet ndaj grupit.
- I inkurajoj të tjerët të marrin pjesë dhe të ndihen të përfshirë në përpjekjet bashkëpunuese.

**Totali i pikëve
për secilën
fushë të
kompetencave:**

Vetë rregullimi: ___ / 20

Fleksibiliteti: ___ / 20

Komunikimi: ___ / 20

Bashkëpunimi ___ / 20

Reflektim:

- Në cilën fushë të kompetencave ndihem më i fortë? Pse?
- Cilën fushë do të doja ta zhvilloja më tej?
- Çfarë veprimesh mund të ndërmarr për të përmirësuar kompetencën time personale dhe sociale në kontekstin e SSE-së?
- Si mund t'i mbështes të tjerët në forcimin e kompetencave të tyre në projekte bashkëpunuese?

Raporte:

- UNESCO – Learning: The Treasure Within (Delors Report, 1996 - Mësimi: Thesari i Brendshëm (Raporti Delors, 1996)

Thekson zhvillimin holistik të njeriut përmes edukimit.

UNESCO Archive

- OECD Learning Compass 2030 - Kompas i Mësimit i OECD-së 2030

Përcakton kompetencat kryesore personale dhe sociale, duke përfshirë aftësinë për tu përshtatur, për të marrë përgjegjësi dhe për të bashkëpunuar.

OECD Learning Compass**Libra:**

- **Daniel Goleman** – *Social Intelligence* (2006) - Inteligjenca Sociale (2006) - Mbështet kuptimin e kompetencës sociale përmes shkencës.
- **Jennifer Garvey Berger** – *Simple Habits for Complex Times* (2016) - Zakone të thjeshta për kohë komplekse (2016); Strategji praktike për tu përshtatur, reflektuar dhe rritur në mjedise që ndryshojnë.
- **Catherine Nixey** – *The School of Life: Emotional Education*; Shkolla e Jetës: Edukimi Emocional ; Ofron mjete dhe njohuri për shkrim-leximin emocional, vetëdijen dhe zhvillimin e qëllimit.

Toolkits (Paketë Mjetesh):

- SALTO Youth – Competence Model for Youth Workers Working Internationally - Model Kompetence për Punonjësit Rinor që Punojnë Ndërkombëtarisht; Një model praktik që përshkruan kompetencat kryesore, duke përfshirë dimensionet personale dhe sociale.

SALTO Toolkit

- **Ashoka Changemaker Curriculum** - Kurrikul; Promovon empatinë, punën në grup, lidërshtipin dhe zgjidhjen e problemeve si pika kyçe të inovacionit social.

Ashoka Framework

- **The School of Life YouTube Channel;** Pjekuria emocionale, vetëdija, komunikimi dhe zhvillimi i karakterit.

School of Life

MODULI 2: KOMPETENCA SIPËRMARRËSE



Përmbledhje e Shkurtër

Kompetencat sipërmarrëse janë thelbësore për fuqizimin e individëve dhe komuniteteve që të ndërmarrin veprime mbi mundësitë dhe idetë që krijojnë vlera sociale, mjedisore dhe ekonomike. Në kuadër të **Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE)**, këto kompetenca nuk kanë të bëjnë vetëm me ngritjen e sipërmarrjeve, por edhe me sjelljen e ndryshimeve, nxitjen e bashkëpunimit dhe krijimin e zgjidhjeve gjithëpërfshirëse dhe të qëndrueshme për të adresuar sfidat reale të komunitetit.

Ky modul synon të zhvillojë njohuritë, qëndrimet dhe aftësitë themelore që u nevojiten individëve për t'u bërë kontribues aktivë në komunitetet e tyre nëpërmjet sipërmarrjes. Moduli mbështetet në **kornizën evropiane "EntreComp Framework"**, duke e përshtatur atë me **vlerat kolektive, etike dhe pjesëmarrëse** të SSE-së.

Në përputhje me objektivat më të gjera të projektit CREASSE, i cili synon të ngrejë kapacitetet e profesionistëve të edukimit për të rritur dhe lehtësuesve që punojnë me grupet vulnerabël, ky modul mbështet krijimin e mjedisave gjithëpërfshirëse të të mësimit/nxënimit ku individët mund të fitojnë vetëbesim, të eksplorojnë modele bashkëpunuese dhe të ndërtojnë iniciativa me impakt social.

Moduli është përgatitur për përdorim nga **individ të interesuar për të mësuar** që punojnë në mjedise komunitare, Organizata jo -fitimprurëse (OJF), sipërmarrje sociale dhe qendra trajnimi. Ai përfshin rezultate të të mësuarit, aktivitete praktike, shembuj nga jeta reale dhe mjete vlerësimi për të mbështetur proceset e të nxënies joformale dhe të bazuara në përvojë.



Module Objectives

2.1 Main Objective Objektivat e Modulit 2

Të pajisë sipërmarrësit socialë aspirantë me kompetenca të rëndësishme sipërmarrëse, duke përfshirë ndërmarrjen e iniciativave, planifikimin e projekteve, menaxhimin e riskut, bashkëpunimin dhe mobilizimin e burimeve, të nevojshme për të ndërtuar sipërmarrje të qëndrueshme dhe me ndikim në Ekonominë Sociale dhe të Solidare (SSE).

2.2 Nën-objektivat:

- Të kuptohet se si kompetencat sipërmarrëse/aftësitë aplikohen në kontekstin e SSE-së dhe inovacionit social.
- Të mësohet planifikimi, zbatimi dhe menaxhimi i iniciativave sipërmarrëse që krijojnë vlerë sociale dhe ekonomike.
- Të forcohen kapacitetet për t'u përshtatur me pasigurinë, për të menaxhuar riskun dhe për t'u rikuperuar pas sfidave.
- Të përmirësohen aftësitë e bashkëpunimit në ekip, zgjidhjes së konflikteve dhe aftësitë udhëheqëse për sipërmarrje gjithëpërfshirëse.
- Të fitohen njohuri praktike mbi financimin, buxhetimin dhe modelimin e vlerës për sipërmarrje të qëndrueshme.

2.3 Rezultatet e të mësuarit:

- Zhvillimi i një plan veprimi bazë për një projekt sipërmarrjeje sociale.
- Organizmi i detyrave dhe burimeve në mënyrë efektive për të filluar, planifikuar dhe menaxhuar projekte.
- Shpjegimi se si sipërmarrjet sociale kontribuojnë në arritjen e Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ) dhe të projektohet një iniciativë në përputhje me to.
- Demonstromi i aftësive udhëheqëse dhe identifikimi i strategjive për të ndërtuar dhe motivuar ekipe të larmishme.
- Zhvillimi i treguesve të matshëm për vlerësimin e impaktit social dhe analizimi i rasteve të studimit për të identifikuar mësimet kryesore të nxjerra.





Kompetencat Sipërmarrëse / Përmbajtja Mësimore

Kompetencat sipërmarrëse janë një grup njohurish, aftësish dhe qëndrimesh që u mundësojnë individëve të identifikojnë dhe të veprojnë mbi mundësitë për të krijuar vlerë për të tjerët. Në Ekonominë Sociale dhe Solidare (SSE), këto kompetenca ndihmojnë sipërmarrësit të harmonizojnë impaktin social me qëndrueshmërinë dhe inovacionin.

Ky modul bazohet në **Kornizën EntreComp (Kompetencat Sipërmarrëse)**, të zhvilluar nga Komisioni Evropian dhe është përshtatur për të pasqyruar vlerat e sipërmarrjes kolektive dhe inovacionit social.

Kompetencat grupohen në tre fusha të ndërlidhura: **Në Veprim, Burime dhe Ide dhe Mundësi**. Çdo grup përfshin karakteristika dhe aftësi thelbësore të nevojshme për të planifikuar, përshtatur, bashkëpunuar dhe zbatuar iniciativa me kuptim dhe të qëndrueshme në kontekste reale të jetës në komunitet.

3.1 Në Veprim:

- **Marrja e Iniciativës:** Aftësia për të shkuar përtej detyrave rutinë dhe për të vepruar mbi mundësitë që paraqiten. Sipërmarrësit me këtë aftësi identifikojnë në mënyrë proaktive problemet dhe zhvillojnë zgjidhje, duke ndërmarrë veprime edhe kur burimet ose udhëzimet janë të kufizuara. Mjete si "Entrepreneurial Motivation Canvas" dhe parimet e "Lean Startup" nxisin veprim të shpejtë, eksperimental dhe mësim nëpërmjet reflektimit.

- **Planifikimi dhe Menaxhimi:** Organizimi dhe përcaktimi i prioriteteve në mënyrë efikase. Kjo përfshin përcaktimin e objektivave, ndarjen e burimeve dhe ndjekjen e progresit të tyre. Sipërmarrësit mund të përdorin Grafikun "Gantt", objektivat "SMART" dhe formatet e planifikimit të projekteve për të siguruar arritjen e rezultateve.
- **Përballimi i paqartësisë, pasigurisë dhe riskut:** Një kompetencë shumë e rëndësishme sidomos në kontekstin e Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE). Sipërmarrësit duhet të mësojnë të tolerojnë pasigurinë, të marrin vendime me informacion të paplotë dhe të menaxhojnë riskun. Planifikimi me skenarë, matrica e riskut dhe mjetet e reflektimit ndihmojnë në zhvillimin e këtyre aftësive.
- **Puna me të tjerë dhe Menaxhimi i Konfliktit:** Kjo përfshin ndërtimin e ekipit, dëgjimin aktiv dhe zgjidhjen e konflikteve. Teknikat përfshijnë lojën me role, komentet nga kolegët dhe kornizat e ndërtimit të konsensusit, siç është mjeti 'Kartela e Ekipit' – "Team Charter".
- **Mësimi nga eksperiencia:** Reflektimi dhe feedback-u (komentet) janë thelbësore për zhvillimin e sipërmarrjes. Sipërmarrësit përmirësohen duke dokumentuar dështimet, duke përshtatur strategjitë dhe duke marrë pjesë në seanca rishikimi. Mjetet përfshijnë "Ditarët e të Mësuarit" – "Learning Journals" dhe Formatet e Analizës Post-Mortem – Post -Mortem Analysis templates.
- **Vetëdija dhe Vetë efikasiteti:** Kuptimi i pikave të forta, të dobëta ndikimit personal. Vetë efikasiteti rrit besimin dhe këmbënguljen. Metodatat përfshijnë afirmime ditore, trajnim mes bashkëmoshatarëve dhe sisteme feedback-u(komentesh) 360 gradë – 360 degree feedback systems.

• 3.2 Burimet

- **Motivimi dhe Këmbëngulja:** Zbulimi i motivimit të brendshëm, vendosja e objektivave sfiduese për zgjerimin e sipërmarrjes dhe përdorimi i mjeteve për ndërtimin e qëndrueshmërisë, siç janë mbajtja e ditarit dhe sistemet e feedback-ut (komenteteve) të vazhdueshëm.
- **Mobilizimi i Burimeve dhe Aksesit në Financim:** Hartimi dhe shfrytëzimi i burimeve njerëzore, financiare dhe fizike. Aktivitetet përfshijnë "grant writing simulations" - "simulime të shkrimit të granteve" dhe planifikim të "crowdfunding"-mbledhjen e fondeve online.
- **Njohuri Financiare dhe Ekonomike:** Përfshin buxhetimin, parashikimin e kostove, strategjitë e çmimeve dhe indikatorët e qëndrueshmërisë. Përdorni formate të pasqyrave financiare dhe modele të fluksit të parasë.
- **Inkurajimi dhe frymëzimi i anëtarëve të ekipit, aktorëve të interesuar dhe aktorëve të komunitetit për të bashkëpunuar drejt një vizioni të përbashkët:** Fokusi është te ndikimi dhe frymëzimi i veprimeve tek të tjerët. Përdorni lojëra me

3.3 Ide dhe Mundësi

- **Identifikimi i mundësive:** Analizoni nevojat e komunitetit, mungesat dhe trendet e reja. Mjetet që mund të përdoren përfshijnë "Empathy Mapping" - "Harta e të kuptuarit të përdoruesit përmes empatisë" dhe "Environmental Scanning" - "Analizë e mjedisit të brendshëm dhe të jashtëm të organizatës".
- **Kreativiteti:** Praktikoni teknikat e "brainstorming" - "stuhi mendimesh/idesh", "Mind Mapping" - "Harta e organizimit të mendimeve dhe Ideve" dhe "teknika e të menduarit lateral - mënyrë krijuese dhe jo tradicionale e zgjidhjes së problemeve".

- **Vizioni:** Përcaktoni vizionin personal dhe atë të sipërmarrjes. Ushtrimet përfshijnë “Future -back Planning” – “planifikim nga e ardhmja drejt së tashmes” dhe “Theory of Change Mapping” – “Teoria e Ndryshimit”.
- **Vlerësimi i Ideve:** Aplikoni kritere për të vlerësuar fizibilitetin, dëshirueshmërinë dhe impaktin. Përdorni ushtrime për përgatitjen e fjalimit të prezantimit dhe ushtrime praktike vlerësimi midis kolegëve.
- **Modeli i Biznesit Canvas:** Plotësoni Modelin e Biznesit Social Canvas, duke përfshirë propozimin e vlerës sociale, segmentet e klientëve dhe kanalet.
- **Mendimi Etik dhe i Qëndrueshëm:** Kjo kompetencë integron etikën mjedisore dhe sociale në vendimmarrje. Analizoni dilemat etike dhe përafroni përqasjen tuaj me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ).



Raste Studimi dhe Praktika të Mira

Ky seksion paraqet shembuj nga jeta reale të sipërmarrjeve sociale dhe iniciativave gjithëpërfshirëse që demonstrojnë zbatimin e kompetencave sipërmarrëse në veprim. Këto raste studimore nxjerrin në pah strategji dhe inovacione të ndryshme nga e gjithë Evropa, duke përfshirë Qipron, Italinë, Shqipërinë, Spanjën dhe Hungarinë.

Çdo shembull ilustron se si sipërmarrësit i transformojnë idetë në veprime me ndikim, duke mobilizuar burimet, duke u përshtatur me pasigurinë dhe duke promovuar zhvillimin etik dhe të qëndrueshëm.

Këto modele shërbejnë jo vetëm si burime për frymëzim por edhe si udhëzues praktik për sipërmarrësit dhe trajnerët që synojnë të zhvillojnë dhe menaxhojnë sipërmarrje sociale në kontekstet e tyre.

4.1 1.1.Rast Studimi 1: Anakyklos – Qipro

Kompetencat e demonstruara: Përballimi i paqartësisë, Planifikimi dhe menaxhimi, Mendimi etik dhe i qëndrueshëm.

Anakyklos është një organizatë jofitimprurëse qipriote që vepron në komunitete të ndryshme në Qipro për të promovuar ripërdorimin, riciklimin dhe edukimin mjedisor. Iniciativat e tyre kryesore përfshijnë një rrjet për donacione për veshje dhe mobilje të përdorura (të dorës së dytë), një shërbim 'riparimi dhe ripërdorimi' dhe programe edukimi mbi qëndrueshmërinë në shkolla. Organizata ka ndërtuar një strukturë të decentralizuar të bazuar në vullnetarë dhe që lejon pjesëmarrje të gjerë qytetare. Anakyklos bashkëpunon rregullisht me bashkitë dhe shkollat për të nxitur ndryshime në sjellje. Suksesi i tyre në menaxhimin e mungesave të financimit dhe infrastrukturës publike të kufizuar tregon aftësi të forta për tu përshatur dhe mobilizim të burimeve, së bashku me një vizion etik afatgjatë në përputhje me OZHQ-të.

Më shumë informacion: <https://anakyklos.com/>

4.2 Rast Studimi 2: *RAIS Fundación (Now Hogar Sí)* - Spanjë

Kompetencat e demonstruara: Vizioni, Mobilizimi i të tjerëve, Vetëdija dhe vetëefikasiteti

Hogar Sí (më parë RAIS Fundación) është një organizatë spanjolle që punon për t'i dhënë fund mungesës kornike të strehimit përmes një modeli "Housing First" – "Strehimi Fillimisht". Qasja e tyre i jep përparësi aksesit të menjëhershëm në strehim, pa kërkuar rehabilitim ose pajtueshmëri paraprake, dhe më pas ndërton shërbime mbështetëse të përshtatura për secilin individ. Ky model nxit riintegrimin social dhe stabilitetin afatgjatë. Organizata gjithashtu zhvillon partneritete strategjike me autoritetet lokale, agjencitë e pasurive të paluajtshme dhe punonjësit socialë. Treguesit transparent të vlerësimit të Hogar Si , përdorimi i treguesve të impaktit dhe puna advokuese e kanë bërë atë një model referimi për sipërmarrjen gjithëpërfshirëse të bazuar në të drejta, në Evropë.

Më shumë informacion: <https://hogarsi.org/>

4.3 Rast Studimi 3: *Made In Carcere* - Itali

Kompetencat e Demonstruara: Kreativiteti, Bashkëpunimi me të tjerët, Mendimi etik dhe i qëndrueshëm.

Made in Carcere është një kooperativë sociale e themeluar në jug të Italisë, që u ofron grave të burgosura dhe ish-të burgosura trajnim në riciklimin e tekstileve dhe prodhimin e produkteve të modës të ricikluar. Gratë krijojnë çanta, aksesore dhe artikuj shtëpiakë duke përdorur mbetje industriale tekstile, duke u dhënë si materialeve ashtu edhe njerëzve një 'shans të dytë'. Sipërmarrja ofron aftësi jetike, promovon dinjitetin përmes punës dhe nxit një ndjenjë bashkësie dhe qëllimi midis grupeve të marginalizuara. Kooperativa tregton produktet e saj si në nivel kombëtar ashtu edhe ndërkombëtar dhe riinveston të ardhurat në programe arsimore dhe riintegrimi social . Qasja e saj kombinon kreativitetin, përfshirjen sociale, qëndrueshmërinë dhe këmbënguljen, duke nxjerrë në pah fuqinë transformuese të SSE-së.

Më shumë informacion: <https://www.madeincarcere.it/>

4.4 Rast Studimi 4 Case Study Four: *Yunus Social Business Balkans*– Shqipëri

Kompetencat e Demonstruara: Spotting opportunities, Planning and management.

Yunus Social Business (YSB) Balkans mbështet zhvillimin e bizneseve të orientuara drejt impaktit përmes mentorimit, financimit fillestar dhe zhvillimit të ekosistemit. Një rast i spikatur është Gjirofarma, një kooperativë qumështi që kaloi nga një prodhues në vështirësi në një sipërmarrje sociale moderne, të njohur në rajon. Me mbështetjen e YSB, ata integruan sisteme të kontrollit të cilësisë, përmirësuan markën dhe zbatuan një politikë të tregtisë së drejtë me fermerët vendas. Programet e YSB Balkans përfshijnë gjithashtu kampe trajnimi për sipërmarrjet sociale, advokim për politika dhe hartëzim të ekosistemit në Shqipëri, duke treguar se si kompetencat sipërmarrëse, veçanërisht planifikimi strategjik dhe mobilizimi i aktorëve të interesuar, mund të nxisin zhvillimin rural gjithëpërfshirës.

More info: <https://www.yunussb.com/>

4.5 Raste Studimi 5: Tregu i Fermerëve *Szimpla* - Hungari

Kompetencat e Demonstruara: Iniciativë, Mësim nga eksperiencia, Mobilizim i të tjerëve.

Tregu i Fermerëve *Szimpla*, i organizuar çdo javë nga qendra kulturore Szimpla Kert në Budapest, bashkon prodhuesit e vegjël dhe konsumatorët urbanë në një mjedis të gjallë dhe mbështetës. Çdo të diel, fermerët dhe artizanët lokal shesin produkte të freskëta, ndërsa muzikantët dhe organizatat jofitimprurëse angazhojnë publikun me aktivitete. Të ardhurat riinvestohen në projekte komunitare dhe iniciativa për solidaritetin mbi ushqimin. Tregu inkurajon konsumin e përgjegjshëm, mbështet mikro-sipërmarrjet dhe ofron një model të replikueshëm për ekonomitë qarkulluese të bazuara në komunitet. Suksesi i tij mbështetet në iniciativat e organizatave me bazë komunitare, qeverisjes me pjesëmarrje dhe mësimin të vazhdueshëm përmes reflektimit mbi komentet dhe feedback-ut të dhënë.

Më shumë informacion: <https://farmwell-h2020.eu/SID%20Projects/szimpla-farmerss-market/>

4.6 Rast Studimi 6 : Too Good to Go – Në të gjithë Evropën

Kompetencat e Demonstruara: Identifikimi i mundësive, Planifikimi dhe menaxhimi, Mendimi etik dhe i qëndrueshëm.

Too Good To Go është një aplikacion mobile i themeluar në Danimarkë dhe aktiv në mbi 15 vende evropiane, përfshirë Spanjën dhe Italinë. Ai lidh konsumatorët me ushqim që tepron nga restorantet, furrat e bukës dhe supermarketet me çmime të reduktuara, duke luftuar drejtpërdrejt shpërdorimin e ushqimit. Platforma demonstroi fuqinë e inovacionit digjital për të adresuar sfidat e qëndrueshmërisë në shkallë të gjerë. Ajo kombinon iniciativën sipërmarrëse me konsumin etik, nxitjen e ndryshimeve në sjellje, dhe angazhon një rrjet në rritje të “Waste Warriors”- “Luftëtarëve të Mbetjeve”. Modeli i biznesit “freemium” – “falas” i Too Good To Go dhe fushatat e angazhimit të komunitetit nxjerrin në pah vlerën e thjeshtësisë, vizionit dhe shkallëzimit në sipërmarrjen sociale.

Më shumë informacion: <https://toogoodtogo.org/>

Aktiviteti 1: Zhvilloni Planin Tuaj të Biznesit Lean (Lean Business Plan)

Objektivi: Ky aktivitet u mundëson sipërmarrësve aspirantë të transformojnë idetë e tyre të inovacionit social në një plan biznesi të strukturuar dhe të lehtë për t'u ndjekur duke përdorur metodën "Lean Canvas". Është veçanërisht i dobishëm për sipërmarrësit aspirantë të SSE-së që duan të vizualizojnë qartë problemin social që synojnë të zgjidhin, vlerën që do të krijojnë dhe mënyrën si do të qëndrojnë të qëndrueshëm. Përmes këtij ushtrimi, sipërmarrësit do të praktikojnë artikullimin e elementëve kryesorë të një ideje biznesi, siç janë përfituesit, zgjidhjet, burimet dhe impakti i dëshiruar. Aktiviteti nxit mendimin strategjik, planifikimin dhe një qasje holistike (të gjithëanshme) ndaj krijimit të vlerës sociale.

Udhëzime:

1. Sipërmarrësit potencial zgjedhin një sfidë sociale ose mjedisore për të cilën janë të apasionuar.
2. Ata ndjekin udhëzimet e formatit "Lean Canvas" për të përcaktuar:
 - Çfarë **problemi social ose komunitar** po adresoni?
 - **Kush janë përfituesit ose përdoruesit** e synuar ?
 - Cili është **vlera unike e propozuar** e idesë/iniciativës ?
 - **Cila është zgjidhja** që ofroni (produkt, shërbim apo veprim)?
 - Nëpërmjet cilave **kanaleve** do ta arrini audiencën?
 - Cilat janë **burimet** tuaja të të ardhurave (si do të arrini qëndrueshmërinë e iniciativës)?

- Cilat janë **kostot** kryesore ?
- Cilat janë **treguesit e impaktit** ose **treguesit e suksesit** ?
- Cili është **impakti** social afatgjatë ?

3.0 Lehtësuesit inkurajojnë feedback-un dhe përsëritjen e ushtrimit midis kolegëve: Sipërmarrësit aspirantë prezantojnë planet e tyre të biznesit Canvas, në grupe të vogla ose para të gjithë grupit. Inkurajoni feedback (komente) konstruktive me pyetje të thjeshta reflektimi:

- A është problemi i formuluar qartë?
- A është ideja e realizueshme dhe me impakt social?
- A përputhen interesat e përdoruesit e synuar me vlerën e propozuar të idesë/iniciativës?

Mjetet: Formati Lean Canvas (në letër ose Miro/Canva/ Strategyzer)
Kompetencat që pritet të zhvillohen: Planifikimi dhe menaxhimi, Vizioni, Identifikimi i mundësive, dhe Njohuri financiare.

Aktiviteti 2: Sfida e Skenarit - Prezantoni Idenë tuaj në SSE në 3 Minuta.

Objektivi: Ky aktivitet i ndihmon sipërmarrësit aspirantë të ndërtojnë vetëbesim dhe qartësi në prezantimin e ideve apo sipërmarrjeve të tyre sociale. Aftësia për të prezantuar një ide është një kompetencë thelbësore sipërmarrëse, veçanërisht në fushën e Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE) ku pasioni, qëllimi dhe vlera sociale duhet të komunikohen në mënyrë bindëse. Sipërmarrësit aspirantë do të praktikojnë përmbledhjen e elementëve kryesorë të iniciativës së tyre, duke përfshirë përgjigjen ndaj sfidave të jetës reale dhe përshtatjen e mesazhit të tyre për audienca të ndryshme. Ky aktivitet mbështet zhvillimin e komunikimit, aftësisë për tu përshtatur, punës në grup dhe mendimin strategjik.

Udhëzime:

1. Sipërmarrësit aspirantë përgatisin një prezantim konciz për idenë e tyre të biznesit që zhvilluan në aktivitetin e mëparshëm. Prezantoni idenë e një "prezantimi 3-minutësh" – "3 minute elevator pitch", një fjalim të shkurtër dhe bindës për të tërhequr interesin në projektin tuaj. Në kontekstin e SSE-së, fokusi duhet të jetë te misioni social, komuniteti i synuar dhe impakti kolektiv.
2. Çdo prezantim duhet të trajtojë: problemin, zgjidhjen, grupin e synuar, impaktin dhe mbështetjen e nevojshme:
3. Çdo ekip përgatit një prezantim duke përdorur një strukturë të thjeshtë:

- Çfarë problemi po zgjidhim?
- Cila është zgjidhja jonë?
- Kush përfiton?
- Cili është misioni dhe impakti i pritur?
- Çfarë mbështetjeje ose veprim na nevojitet?

Shpërndani një **Fletë Pune Përgatitore për Prezantimin** me këtë skemë dhe inkurajoni ekipet të caktojnë role (p.sh., folës, kohëmatës, mbajtës shënimesh).

4. Ata prezantojnë para kolegëve të tyre, duke simuluar një situatë reale financimi nga investitorët ose komuniteti:

Në grupe, sipërmarrësit aspirantë përgatisin prezantimin e tyre duke përdorur fletën e punës dhe mjetet në dispozicion (letër, slide, flipchart etj.). Inkurajoni kreativitetin, por fokusohuni te qartësia dhe afati kohor (maksimumi 3 minuta).

5. Shtoni një Sfidë me Skenarë – (scenario challenge) për të **sjellë një ndryshim duke i dhënë secilit ekip nga një** kartë skenari. të tilla si:

- Po i prezantoni përpara një zyrtari të bashkisë—theksoni ndikimin në komunitet.
- Duhet ta shkurtosh prezantimin në 1 minutë për shkak të kufizimeve kohore.

- Partneri juaj kryesor sapo u tërhoq - si përshtateni?

Kjo zhvillon fleksibilitet dhe aftësitë improvizuese.

6. Kolegët japin komente të strukturuar duke përdorur një tabelë vlerësimi ose një (checklist) listë (p.sh. qartësi, fizibilitet, impakt):
Përdorni formularë vlerësimi me pyetje udhëzuese për kolegët ose mentorët :

- A u shpjegua qartë problemi dhe zgjidhja?
- A u komunikua vlera sociale në mënyrë efektive?
- A ishte prezantimi tërheqës dhe i prezantuar me siguri?
- ident?

Kërkojuni pjesëmarrësve të reflektojnë:

- Çfarë e bëri këtë sfidë të vështirë?
- Si u ndjetë nën presion?
- Çfarë aftësish keni aplikuar ose përmirësuar?

Mjetet: Kohëmatës, listë (checklist) për prezantimin e materialeve, regjistrim video opsional për të marrë komentet.

Kompetencat që priten të zhvillohen: Marrja e iniciativës, Vetë-efikasiteti, Komunikimi, Mendimi etik dhe i qëndrueshëm.

Activity 3: Risk Mapping & Contingency Planning Workshop

Objektivi: Ky aktivitet synon të ndihmojë sipërmarrësit aspirantë të parashikojnë rreziqet e mundshme - financiare, operacionale, sociale ose mjedisore - që mund të ndikojnë në iniciativën e tyre të SSE-së dhe të zhvillojnë strategji proaktive për t'i adresuar ato. Menaxhimi i riskut është një kompetencë thelbësore sipërmarrëse dhe është veçanërisht i rëndësishëm në Ekonominë Sociale dhe Solidare (SSE), ku iniciativat shpesh mbështeten në burime të kufizuara dhe veprojnë në mjedise dinamike sociale.

Nëpërmjet identifikimit të riskut dhe përgatitjes së planeve për menaxhimin e tyre, sipërmarrësit ndërtojnë aftësi në planifikim, vendimmarrje, dhe qëndrueshmëri.

Udhëzime:

1. Sipërmarrësit aspirantë diskutojnë rreziqet e mundshme të brendshme dhe të jashtme. Diskutoni kategori të tilla si:
 - **Rreziqet financiare** (p.sh. humbja e fondeve, të ardhurat e paqëndrueshme)
 - **Rreziqet operacionale** (p.sh. vonesat, ndërrimi i stafit)
 - **Rreziqet sociale** (p.sh. mungesa e mbështetjes së komunitetit, mospërputhja me nevojat e aktorëve të interesuara)
 - **Rreziqet mjedisore** (p.sh. fatkeqësitë natyrore, ndryshimet rregullatore)

Rreziku nuk është gjithmonë negativ, kur identifikohet herët, mund të zgjidhet nga një planifikim më i zgjuar.

2. Në ekipe, ata klasifikojnë rreziqet duke përdorur “Matricën e Riskut” (Probabiliteti i rrezikut që të ndodhi kundrejt impaktit të tij).

3. Për rreziqet me përparësi të lartë, ata hartojnë plane për menaxhimin e riskut (Plani B, strategjia e komunikimit në rast krize).

Pasi të jenë identifikuar rreziqet, sipërmarrësit zgjedhin 2-3 **rreziqet kryesore prioritare** dhe krijojnë një mini-plan menaxhimi të riskut për secilin duke përdorur këto pyetje:

- Si mund ta zvogëlojmë mundësinë që kjo të ndodhë?
- Çfarë mund të bëjmë nëse ndodh?
- Kush është përgjegjës për monitorimin e këtij rreziku?

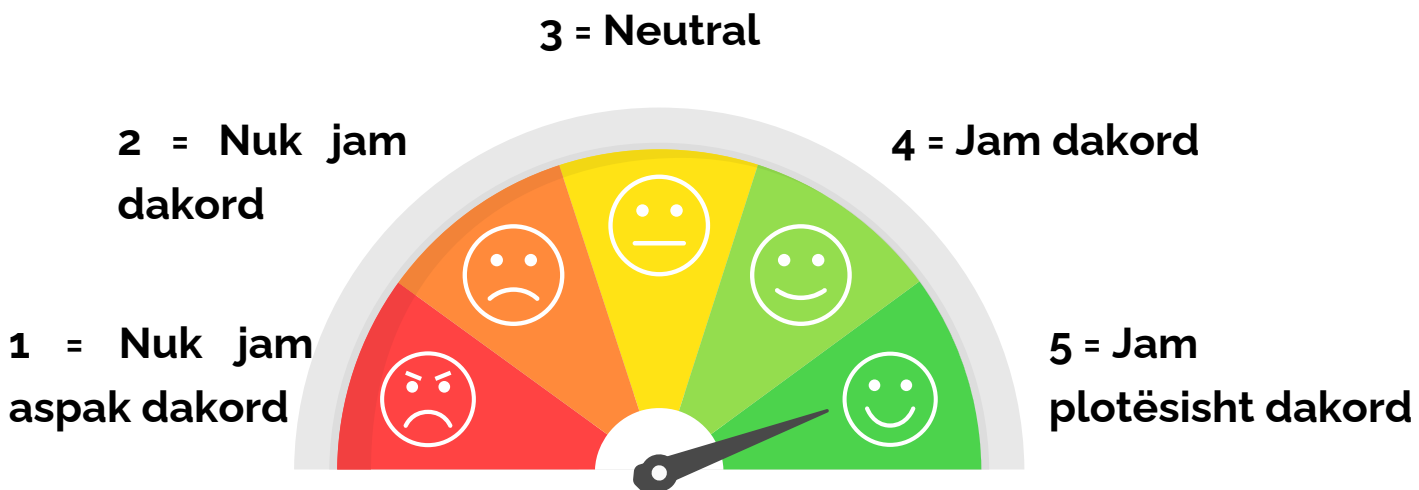
4. Çdo grup paraqet rreziqet dhe planet e tij kryesore të veprimit. Inkurajoni pyetjet dhe sugjerimet nga kolegët.

Mjetet: Format i matricës së riskut, stilolapsa me ngjyra, flipchart ose tabelë “Miro”.

Kompetencat që pritet të zhvillohen: Përballimi i paqartësisë dhe riskut, Planifikimi dhe menaxhimi.

Ushtrime Vetë-Vlerësimi

Udhëzime: Për secilën deklaratë më poshtë, vlerësoni veten nga 1 në 5 bazuar në sa e vërtetë është për ju tani.



- Unë mund të identifikoj nevojat sociale ose mjedisore dhe të imagjinoj zgjidhje të reja.
- Unë mund të krijoj një plan realist për të zhvilluar një ide në një projekt ose sipërmarrje.
- Unë mbetem i motivuar dhe këmbëngul edhe kur përballem me pengesa ose pasiguri.
- Jam i sigurt në paraqitjen e qartë të ideve të mia te tjerët, përfshirë edhe publikun.
- Unë e kuptoj vlerën e punës në grup dhe mund ta menaxhoj konfliktin në grup në mënyrë konstruktive.
- Unë e di ku të kërkoj burimet (financim, njerëz, mjete) që më duhen për të nisur një projekt
- Unë marr në konsideratë impaktin afatgjatë social dhe mjedisor kur marr vendime.
- Unë reflektoj rregullisht mbi atë që kam mësuar dhe si mund t'i përmirësoj veprimet e mia.

Udhëzues për shënimin e pikëve:

- 35–40: Ju keni një mendësi të fortë sipërmarrëse, merrni në konsideratë zbatimin e aftësive tuaja në iniciativa reale!
- 25–34: Po zhvilloheni mirë, caktoni fusha specifike si qëndrueshmëria ose planifikimi për përmirësim.
- 15–24: Koha për të ushtruar më shumë! Merrni në konsideratë ndërtimin e vetëbesimit dhe ekspozimit përmes punës në grup ose mikro-projekteve.
- Nën 15: Mos u shqetësoni, aftësitë sipërmarrëse mund të mësohen hap pas hapi. Filloni me hapa të vegjël, reflektoni dhe provoni përsëri.

Reflektim:

- Cila pjesë e modulit më sfidoi më shumë dhe pse?
- Në cilën kompetencë sipërmarrëse ndihem më i sigurt? Në cilën më pak?
- Çfarë do të trajtonte sipërmarrja ime ideale sociale? Pse ka rëndësi kjo çështje për mua?
- Cili është një veprim që do të ndërmarr në 3 muajt e ardhshëm për të zbatuar atë që kam mësuar?
- Kush janë 3 persona me të cilët mund të bashkëpunoj ose prej të cilëve mund të mësoj për të zhvilluar idenë time të projektit ?



Burime Shtesë dhe Lexime të Mëtejshme

EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework - Korniza e Kompetencave Sipërmarrëse

Një udhëzues gjithëpërfshirës për kompetencat sipërmarrëse që është përdorur si bazë për këtë modul

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>

EntreComp Into Action – Get Inspired, Make It Happen -

EntreComp në Veprim – Frymëzohuni, Bëjeni të Mundur/Realizojë

Një set mjetesh praktike për përdorimin e kornizës EntreComp në kontekste arsimore dhe trajnimi. <https://op.europa.eu/en/home>

Social Enterprise Toolkit – School for Social Entrepreneurs (UK) - Paketë Mjetesh për Sipërmarrjet Sociale – Shkolla për Sipërmarrësit Socialë (Mbretëria e Bashkuar)

Një udhëzues praktik për personat që fillojnë dhe zhvillojnë një sipërmarrje sociale, duke përfshirë planifikimin, financimin dhe marketingun. <https://www.the-sse.org/>

SSE Academy: ILO Knowledge Hub - Akademia SSE: Qendra e Njohurive e ILO

Trajnime online falas dhe burime njohurish mbi Ekonominë Sociale dhe Solidare(SSE). https://www.ilo.org/search?search_api_fulltext=social+economy&sort_by=search_api_relevance&f%5B0%5D=language%3Aen

SDG Compass – Global Guide for Business Action on the SDGs - Udhëzues Global për Veprimin e Biznesit mbi OZHQ

Ndihmon në përshtatjen e modelit të biznesit ose projektit tuaj me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (SDG).

<https://www.undp.org/ukraine/publications/sdg-compass-guide-business-action-sdgs>

CANVAS Business Model Generator (Free Tool) - Gjeneratori i Modelit të Biznesit CANVAS (Mjet online Falas)

Përdorni këtë mjet online për të vizualizuar dhe strukturuar idenë tuaj të biznesit social.

<https://canvanizer.com>

SOPHIE Guide – EU-funded project on Social Enterprise in Adult Learning - Projekt i financuar nga BE-ja i fokusuar në edukimin e të rriturve mbi Sipërmarrjet Sociale

Përfshin kurrikulën dhe mjete të përshtatura për profesionistët e edukimit për të rritur që punojnë mbi sipërmarrjen sociale.

<https://www.sophieproject.eu/resources>, <http://sophie-project.eu/pdf/conclusions.pdf>

European Network of Social Integration Enterprises (ENSIE) - Rrjeti Evropian i Sipërmarrjeve që kanë në fokus Integrimin Social (ENSIE)

Informacion, dokumente politikash dhe histori suksesi të sipërmarrjes gjithëpërfshirëse në Evropë.

<https://www.ensie.org>

Euclid Network, Knowledge Centre - Rrjeti Euclid, Qendra e Njohurive

Një qendër për mjete, mundësi financimi dhe raste studimi që lidhen me sipërmarrjet sociale dhe organizatat e orientuara drejt impaktit social.

<https://knowledgecentre.euclidnetwork.eu/>

Social Impact Navigator (Bertelsmann Stiftung)– Udhëzues për Impaktin Social (Bertelsmann Stiftung)

Një manual hap pas hapi për matjen dhe menaxhimin e impaktit social.

<https://www.phineo.org/en/social-impact-navigator>

MODULI 3: KOMPETENCAT E GJELBËRTA



Përmbledhje e Shkurtër

Në këtë modul, do të eksploroni rolin e **kompetencave të gjelbërta** në kuptimin dhe zhvillimin me sukses të një sipërmarrjeje të Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE). Gjithashtu do të fitoni një kuptim gjithëpërfshirës mbi mënyrën se si kompetencat kryesore të gjelbërta, të tilla si **vlerësimi i qëndrueshmërisë, të menduarit sistematik** në mënyrë gjithëpërfshirëse (systemic thinking) dhe **mendimi i orientuar drejt të ardhmes (futures literacy)**, janë thelbësore për krijimin dhe sigurimin e qëndrueshmërisë afatgjatë të një sipërmarrjeje të Ekonomisë Sociale dhe Solidare.



Module Objectives

Ky modul specifik, i bazuar në **kornizën "GreenComp framework" (kompetencat e gjelbërta)**, synon të pajisë sipërmarrësit aspirantë me kompetenca të gjelbërta, të cilat janë thelbësore për Ekonominë Sociale dhe Solidare (SSE).

GreenComp është korniza evropiane e kompetencave për qëndrueshmërinë, e zhvilluar nga Komisioni Evropian. Është një mjet konceptual i rëndësishëm i projektuar për të përcaktuar njohuritë, aftësitë dhe qëndrimet thelbësore të nevojshme për të nxitur qëndrueshmërinë mjedisore dhe për të kultivuar një "mentalitet qëndrueshmërie".

GreenComp" shërben si një pikë referimi i përbashkët për edukatorët, nxënësit dhe institucionet e përfshira në të mësuarit gjatë gjithë jetës, me synimin që të përfshijë qëndrueshmërinë brenda programeve të arsimit dhe trajnimit në të gjithë Bashkimin Evropian.

GreenComp i organizon kompetencat për qëndrueshmërinë në katër fusha të ndërlidhura, ku secila përfshin tre kompetenca specifike, dhe **një total prej 12 aftësish**. Këto fusha janë: **Përvetësimi i Vlerave të Qëndrueshmërisë**, që përfshin vlerësimin e qëndrueshmërisë, mbështetjen e drejtësisë dhe promovimin e natyrës; **Përqafimi i Kompleksitetit në Qëndrueshmëri**, që mbulon të menduarit sistemik, të menduarit kritik dhe identifikimin/hartëzimin e problemeve; **Vizion për një të Ardhme të Qëndrueshme**, që përfshin mendimin e orientuar drejt të ardhmes (futures literacy), aftësinë për tu përshtatur dhe të menduarit eksplorues; dhe së fundmi, **Veprimi për Qëndrueshmëri**, që fokusohet në agjendën politike, veprimin kolektiv dhe iniciativën individuale.

Duke qenë se kjo kornizë aftësish është mjaft e gjerë, në këtë modul do të përqendrohemi vetëm në tre kompetenca të rëndësishme të GreenComp: **Vlerësimi i qëndrueshmërisë, të menduarit sistemik dhe mendimi i orientuar drejt të ardhmes (futures literacy)**, të cilat aplikohen dhe në sektorin e SSE-së.

Pas përfundimit me sukses të këtij moduli, ju do të jeni në gjendje të:

- Artikuloni parimet thelbësore të **vlerësimit të qëndrueshmërisë** dhe kuptoni zbatimin e tyre në kontekstin e sipërmarrjeve të SSE.
- Zbatoni të menduarin **sistematik** për të analizuar sfida të ndryshme të qëndrueshmërisë dhe për të identifikuar zgjidhje të ndërlidhura brenda iniciativave të SSE-së.

- Lehtësimi dhe trajnimi i sipërmarrësve të SSE në **aftësinë për të menduar duke qenë i orientuar drejt të ardhmes (futures literacy)** për të nxitur praktika të qëndrueshme dhe për të nxitur ndryshime bashkëpunuese brenda sipërmarrjeve të SSE .
- Integroni të gjitha kompetencat e përmendura më sipër, në mënyrë që të zhvilloni një **vizion më të qartë dhe më të gjerë** për një sipërmarrje të SSE-së të qëndrueshme dhe efikase.



Kompetencat e Gjelbërta / Vlerësimi i qëndrueshmërisë

Kompetenca e **Vlerësimit të Qëndrueshmërisë**, e cila është pjesë e fushës "Përvetësimi i Vlerave të Qëndrueshmërisë" të kornizës GreenComp, përfshin një reflektim të thellë personal mbi vlerat individuale. Kjo kërkon aftësinë për të identifikuar dhe shpjeguar se si vlerat ndryshojnë midis individëve dhe evoluojnë me kalimin e kohës, duke vlerësuar në mënyrë kritike nëse ato përputhen me parimet dhe objektivat e qëndrueshmërisë. Në thelb, kjo kompetencë ka të bëjë me **përfshirjen e qëndrueshmërisë si një vlerë thelbësore personale dhe organizative**.

Përvetësimi i kësaj kompetence kërkon një qasje që kombinon **vetë reflektimin, analizën kritike dhe ekspozimin ndaj perspektivave të ndryshme**. Për ta kuptuar më mirë dhe për ta vënë në praktikë këtë kompetencë, ekzistojnë disa mundësi të ndryshme.

Një nga hapat dhe mjetet e para që na ndihmojnë të eksplorojmë këtë temë dhe të kuptojmë më mirë rëndësinë e vlerësimit të qëndrueshmërisë është zhvillimi i një sesiioni vetë reflektimi mbi këtë temë.

Shembull: Vetë-reflektim mbi uljen e prodhimit dhe konsumit “degrowth” në iniciativat e SSE-së

Për të eksploruar kompetencën "Vlerësimi i Qëndrueshmërisë", në mënyrë individuale mund të filloni duke reflektuar mbi një temë kontraverse si: **"Në mënyrë që sipërmarrja ime në SSE të jetë vërtet e qëndrueshme, duhet të përqafojë parimet e “de-growth”, uljes së nivelit të prodhimit dhe konsumit për të konservuar burimet natyrore dhe për të minimizuar dëmet mjedisore"**.

Ja se si mund ta aplikoni këtë ushtrim në praktikë:

1. Shqyrtoni idenë nga të dyja perspektivat (pro dhe kundër).

Merrni kohë për të shkruar të gjitha argumentet që mund të mendoni në favor (pro) “de-growth” në SSE, dhe më pas të gjitha argumenteve kundër tij. Mundohuni të sfidoni supozimet tuaja fillestare.

2. Artikuloni vlerat tuaja thelbësore. Ndërsa mendoni mbi argumentet, identifikoni se cilat nga vlerat tuaja personale përfshihen në secilin argument. Për shembull, a përputhet një argument në favor të “de-growth” me vlerën tuaj për mbrojtjen e mjedisit? A përputhet një argument kundër tij me vlerën tuaj të përfshirjes ekonomike?

3. Përmbledhje dhe reflektim. Pasi të keni shqyrtuar të dyja anët, merrni kohë për të marrë në konsideratë:

- Cilat vlera personale u sfiduan ose u pohuan më shumë gjatë këtij ushtrimi?
- Si përputhen apo bien në kundërshtim argumentet pro dhe kundër “degrowth” me pikëpamjet tuaja ekzistuese mbi qëndrueshmërinë e SSE-së?
- A mund të identifikoni ndonjë konflikt të mundshëm të vlerave brenda kuptimit tuaj të qëndrueshmërisë së SSE-së?

Shembull për iniciativat kolektive të SSE-së: Dilema Etike e Kafesë

Nëse jeni pjesë e grupit të sipërmarrjeve kolektive të SSE-së që synojnë krijimin ose përmirësimin e një sipërmarrjeje të përbashkët të SSE-së, mund të jetë një ide e mirë për ju të studioni disa Raste Studimi të Dilemave Etike. Rastet e Studimit janë shembuj të sipërmarrjeve reale (ose hipotetike) të SSE-së që përballen me dilema etike; në rastin tonë ato mund të lidhen me qëndrueshmërinë (p.sh., balancimi i impaktit social me environmental footprint (emetimet e karbonit (CO₂) gjatë prodhimit), qëndrueshmëria ekonomike afatshkurtër kundrejt shëndetit ekologjik afatgjatë).

Në këtë lloj skenari, ju mund të analizoni disa raste të propozuara, duke identifikuar **vlerat e mundshme kontradiktore** në lojë. Pastaj mund të propozoni **zgjidhje konkrete, si afatshkurtra ashtu edhe afatgjata**, duke justifikuar zgjedhjet tuaja bazuar në një kornizë vlerash të qëndrueshmërisë.

Shembull : "Dilema Etike e Kafesë".

Në këtë shembull, ju mund të praktikoni kompetencën "vlerësimi i qëndrueshmërisë" duke analizuar një dilemë etike, duke identifikuar vlerat kontradiktore dhe duke propozuar zgjidhje për një SSE.

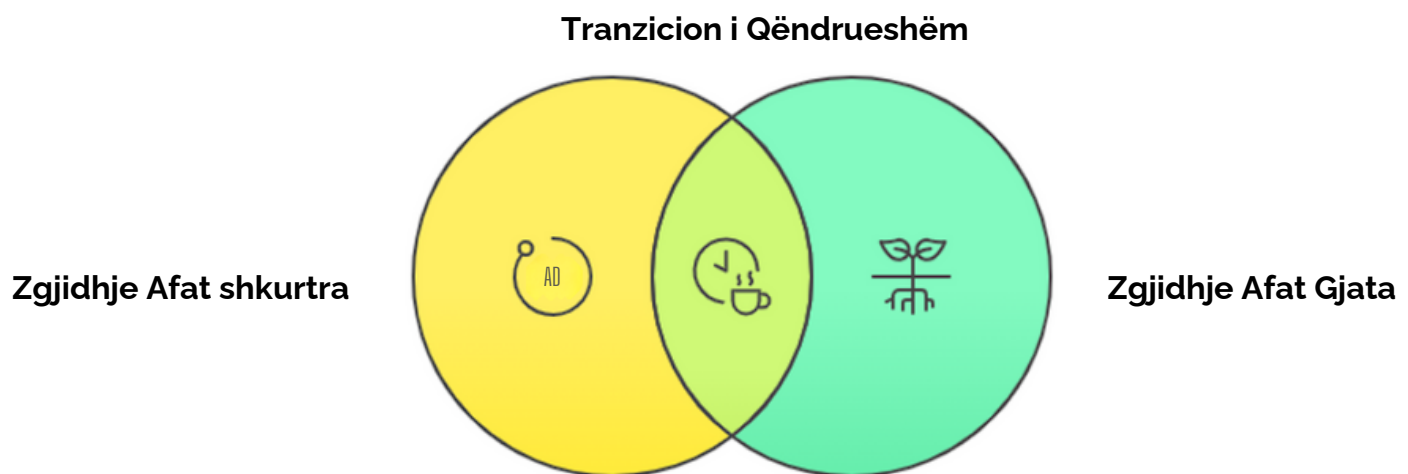
Imagjinoni një sipërmarrje të njohur të tregëtisë së drejtë (fair trade), "Kafe Etike" ose 'Ethicoffee', e cila furnizohet me kokrra kafeje nga një rajon i largët, duke përmirësuar ndjeshëm jetesën e fermerëve. Megjithatë, metodat transportit ndërkombëtar (transport ajror për të ruajtur freskinë e kafesë) kanë emetime të konsiderueshme karboni, fakt që po kritikohet gjithnjë e më shumë nga klientët e ndërgjegjshëm për mjedisin. Kalimi në transportin detar do të zvogëlonte emetimet, por mund të ndikoj në cilësinë e produktit (freskinë), dhe të çoj në kosto më të larta magazinimi për partnerët lokal dhe të ulë të ardhurat e fermerëve për shkak të xhiros më të ngadaltë.

Ju dhe grupi juaj jeni të ftuar të reflektoni mbi pyetjet e mëposhtme:

- Cilat janë vlerat kryesore kontradiktore në lojë (p.sh., barazia sociale kundrejt impaktit mjedisor, fitimi afatshkurtër kundrejt shëndetit mjedisor afatgjatë)?
- Cilat janë zgjidhjet e mundshme afatshkurtra për "EthiCoffee"?
- Cilat janë zgjidhjet e mundshme afatgjata për "EthiCoffee", të cilat përputhen me një kuptim të gjerë të vlerave të qëndrueshmërisë?

Pas kësaj faze të parë vlerësimi, reflektoni mbi vlerat më të dukshme kontradiktore dhe propozoni në **bashkëpunim 2-3 zgjidhje konkrete afatshkurtra dhe afatgjata**, duke i justifikuar ato bazuar në vlerat e qëndrueshmërisë.

Zgjidhje të Qëndrueshme "EthiCoffee"



Ecoparque La Alhambra (Kolumbi) - Parku Ekologjik Alhambra

“Ecoparque La Reserva” është një sipërmarrje sociale dhe park ekologjik pionier i vendosur pranë Bogotës, Kolumbi. Ai përfaqëson një shembull të shkëlqyer të një organizate të Ekonomisë Sociale dhe Soldiare të fokusuar në ruajtjen e biodiversitetit, edukimin mjedisor dhe turizmin e qëndrueshëm. Misioni i “Ecoparque La Reserva” është të ruajë dhe restaurojë ekosistemet, të promovojë edukimin mjedisor dhe të nxisë zhvillimin e qëndrueshëm përmes turizmit të përgjegjshëm dhe përfshirjes së komunitetit. Vizioni i tyre është të bëhen një model udhëheqës për restaurimin ekologjik dhe jetesën e qëndrueshme në Kolumbi dhe më gjerë.

Ata ofrojnë programe të gjera edukative për shkollat, universitetet dhe publikun e gjerë, duke u përqendruar në parimet ekologjike, biodiversitetin, ndryshimet klimatike dhe praktikatat e qëndrueshme. Kjo ndihmon në ndërtimin e njohurive mjedisore dhe në forcimin e vlerësimit për qëndrueshmërinë në komunitetin e gjerë.

Modeli i tyre i biznesit është ndërtuar rreth eko-turizmit. Vizitorët paguajnë për hyrjen, turne me guidë dhe shërbime të tjera (si workshop-e edukative ose ture për vëzhgimin e zogjve). **Këto të ardhura financojnë drejtpërdrejt përpjekjet e tyre për ruajtjen dhe edukimin mjedisor,** duke e bërë ndikimin e tyre mjedisor financiarisht të qëndrueshëm.

Ata punësojnë kryesisht staf lokal, duke kontribuar më tej në aspektin social të SSE-së.

“Ecoparque” bashkëpunon shpesh me komunitetet lokale, duke ofruar mundësi punësimi, trajnime dhe duke i përfshirë ato në nismat e ruajtjes së mjedisit. Kjo forcon dimensionin social të qëndrueshmërisë, duke siguruar që përpjekjet mjedisore të përmirësojnë edhe mirëqenien njerëzore.

Ata kanë restauruar në mënyrë të dukshme zona të mëdha toke të degraduara, duke kontribuar në rimëkëmbjen e ekosistemeve dhe rritjen e biodiversitetit lokal. Kjo ofron shërbime të rëndësishme për ekosistemin (si pastrimi i ujit dhe seuestrimi karbonit) për rajonin.

Përmes gjenerimit të të ardhurave nga ekoturizmi, ata tregojnë se ruajtja e mjedisit mund të jetë financiarisht e qëndrueshme dhe mund të kontribuojë në zhvillimin e ekonomisë lokale, duke reduktuar varësinë nga financimi i jashtëm. Kjo tregon një model biznesi të fortë dhe të qëndrueshëm brenda SSE-së.

Suksesi dhe ekspertiza e tyre kontribuojnë në debatin më të gjerë mbi politikat mjedisore në Kolumbi, duke ofruar shembuj praktikë të asaj që funksionon në ruajtjen e mjedisit dhe zhvillimin e qëndrueshëm.

“Ecoparque La Reserva” spikat sepse vetë ekzistenca dhe operimi i saj janë të përqendruara në restaurimin ekologjik dhe edukimin mjedisor, të mundësuar nga një model biznesi i qëndrueshëm që vlerëson dhe financon drejtpërdrejt misionin e saj të gjelbër.



Kompetencat e Gjelbërta / Të menduarit Sistemik

Kompetenca e të **Menduarit Sistemik** është pjesë e fushës "Përqaftimi i Kompleksitetit në Qëndrueshmërisë" brenda kornizës GreenComp dhe përfshin **qasjen holistike (gjithëpërfshirëse) ndaj një problemi të qëndrueshmërisë**. Kjo do të thotë të merren në konsideratë të gjithë elementët e ndërlidhur, duke përfshirë **horizontet kohore** (e kaluara, e tashmja, e ardhmja), **shkallët hapësinore** (lokale në globale) dhe **kontekstet specifike**, për të kuptuar marrëdhëniet e ndërlikuara, feedback loops (një mekanizëm që ndihmon një sistem të vetë-rregullohet dhe të përshtatet duke përdorur reagimet/komentet e marra) dhe vetitë emergjente brenda një sistemi. Kjo mundëson një kuptim më të thellë të shkaqeve kryesore dhe pikave të mundshme për ndërhyrje, duke kaluar përtej çështjeve të izoluara për të kuptuar kompleksitetin e plotë.

Përvetësimi i të Menduarit Sistemik për sektorin SSE kërkon praktikë në analizimin e ekosistemeve komplekse sociale, ekonomike dhe mjedisore në të cilat do të operojë sipërmarrja. Kjo nënkupton kalimin nga të menduarit linear shkak-pasojë (p.sh., "do të shesim vetëm produktin X për të zgjidhur problemin Y") në njohjen e ndërlidhjes së nevojave sociale, forcave të tregut, kufizimeve ekologjike dhe dinamikave komunitare.

Për të përvetësuar këtë kompetencë, ekzistojnë disa metodologji që ndihmojnë që vlerat e sipërmarrjeve SSE të jenë në përputhje me një vizion holistik të qëndrueshmërisë.

Diagramet e qarkut shkak -pasojë “**Casual loop Diagrams**” (CLD) për hartëzimin e problemeve dhe zgjidhjeve mund t'i ndihmojnë sipërmarrësit aspirantë të SSE-së të identifikojnë problemin social ose mjedisor që synojnë të adresojnë. Për shembull, për trajtimin e mbetjeve ushqimore në një komunitet, duhen marrë në konsideratë faktorë (varaibla) të ndryshëm si tepricat ushqimore, pasiguria ushqimore, mbetjet e “landfilleve” (hapësirate e grumbullimit të mbetjeve), angazhimi i komunitetit, disponueshmëria e vullnetarëve dhe prodhuesit lokalë të ushqimit.

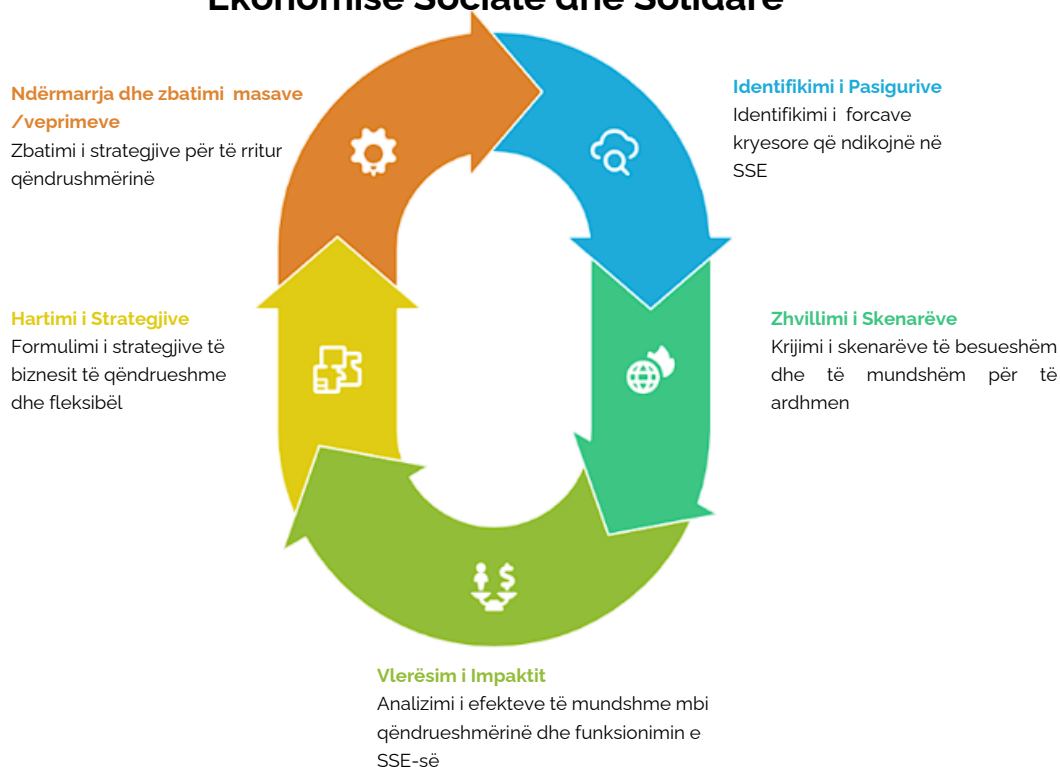
Shembull: Mund të identifikoni se si variablat (faktorët) e përmendura më sipër ndikojnë tek njëra-tjetra (p.sh., më shumë tepricë ushqimore çon në më shumë mbeturina në landfill, por gjithashtu krijon mundësi për më shumë donacione(dhurime) ushqimi për të adresuar pasigurinë ushqimore). Kjo ndihmon në identifikimin e pikave të ndërhyrjes për ESS-në (p.sh., lidhja direkte e prodhuesve me bankat e ushqimit, krijimi i iniciativave komunitare për kompostsotim (kompostimi është proces natyror i degradimit të materialeve për të prodhuar një pleh natyral dhe të pasur me lëndë ushqyese për tokën) dhe parashikimi i pasojave të padëshiruara.

Një mjet tjetër i dobishëm për të integruar vizionin e të menduarit sistemik në krijimin ose menaxhimin e një sipërmarrjeje sociale dhe solidare është **planifikimi me skenarë për hartimin e një modeli biznesit rezilinet (të qëndrueshëm)**. Për një SSE të re, përcaktimi i forcave kryesore të pasigurta që mund të ndikojnë në qëndrueshmërinë e saj afatgjatë (p.sh., ndryshimet në politikat lokale, ndryshimet në preferencat e konsumatorëve drejt produkteve të qëndrueshme, recesionet ekonomike (rënie të përgjithshme të aktivitetit ekonomik), ndikimet klimatike, veprimet e konkurrentëve), është një faktor vendimtar.

Shembull: Mund të zhvilloni 2-3 skenarë të mundshëm për të ardhmen bazuar në mënyrën se si mund të evoluojnë forcat e lartpërmendura. Pastaj, për secilin skenar, mund të diskutoni se si do të funksiononte modeli i propozuar i biznesit të SSE-së dhe cilat adaptime (përshtatje) do të ishin të nevojshme për të mbijetuar. Këto aspekte ju detyrojnë të merrni në konsideratë aspektet afatgjata kohore dhe se si modeli i biznesit mund të duhet të përshtatet në kontekste të ndryshme sistemike. These aspects force you to consider long-term temporal aspects and how their business model might need to adapt to different systemic contexts.

Duke u angazhuar në mënyrë aktive me këto mjete dhe metodologji gjatë fazës së krijimit, ju mund të zhvilloni aftësinë për t'iu qasur sipërmarrjes nga të gjitha aspektet, duke marrë parasysh kohën, hapësirën dhe kontekstin, duke ju mundësuar të aplikoni qëndrueshmërinë dhe të menduarit sistemik në modele biznesi të forta për SSE-të tuaja

Cikli i Planifikimit me Skenarë për Qëndrueshmërinë e Ekonomisë Sociale dhe Solidare



Humana - People to People - Njerëzit për Njerëzit

Për një sipërmarrje të Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE), përvetësimi i të menduarit sistemik në qasjen ndaj qëndrueshmërisë nuk është gjithmonë i lehtë, sepse kjo shpesh nënkupton adresimin e çështjeve të ndërlidhura sociale dhe mjedisore përmes zgjidhjeve të integruara.

Një shembull i njohur që ndihmon për të kuptuar se mund të fokusohemi në ekonominë qarkulluese dhe përfshirjen sociale është **Humana - Njerëzit për Njerëzit**. Ky është një rrjet global organizatash jo fitimprurëse dhe sipërmarrjesh sociale, me një prezencë të gjerë në të gjithë Evropën (p.sh., në Francë, Spanjë, Portugali, Itali, Gjermani, Danimarkë, Finlandë, etj.). Ata janë të njohur kryesisht për programet e tyre të gjera të mbledhjes dhe riciklimit të veshjeve të dorës së dytë (përdorura). Ndërsa aktiviteti i tyre kryesor është ripërdorimi i tekstileve, vizioni i tyre më i gjerë përfshin zhvillimin e komunitetit dhe impaktin global.

Në fakt, Humana nuk punon vetëm për mbledhjen e veshjeve; ata menaxhojnë një sistem kompleks për **maksimizimin e jetëgjatësisë së tekstileve**. Kjo përfshin aspektet e mëposhtme:

Mbledhja: Rrjet i gjerë i kontenierëve të mbledhjes, që u mundëson qytetarëve të dhurojnë me lehtësi.

Përzgjedhja dhe Ripërdorimi: Operacione të kualifikuara të përzgjedhjes që ndajnë tekstilet për rishitje të drejtpërdrejtë (dyqane të dorës së dytë), rishfrytëzim krijues (upcycle) ose riciklim materiale. Kjo diversifikon produktet dhe siguron ruajtjen optimale të vlerës.

Riciklimi i Materialeve: Tekstilet që nuk mund të ripërdoren, përpunohen për riciklim materialesh (p.sh., në izolim, lecka pastrimi ose fibra të reja). Kjo mbyll ciklin e materialeve që përndryshe do të shpërdoroheshin.

Integrimi në Punë: Aktivitetet e tyre lokale në Evropë shpesh shërbejnë si sipërmarrje sociale me fokus integrimin në punë (WISE), duke ofruar trajnime dhe punësim për grupet e marginalizuara (p.sh., të papunët afatgjatë, migrantët, personat me aftësi të kufizuara). Kjo adreson përjashtimin social brenda modelit të tyre të biznesit "të gjelbër".

Financimi i Projekteve të Zhvillimit: Të ardhurat e gjeneruara nga shitja e tekstileve të mbledhura financojnë drejtpërdrejt projekte zhvillimi afatgjata në Afrikë, Azi dhe Amerikën Latine. Kjo krijon një "feedback loop" të fuqishëm ku veprimet lokale evropiane mbështesin qëndrueshmërinë globale dhe drejtësinë sociale.





Kompetencat e Gjelbërta / Aftësia për të Parashikuar të Ardhmen (Futures Literacy)

Për një sipërmarrje të Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE), Kompetenca për Mendimin e orientuar drejt së ardhmes (Future Literacy) e cila bën pjesë në fushën "Vizioni/Parashikimi për një të Ardhme të Qëndrueshme" të GreenComp, është aftësia për t'u angazhuar në mënyrë proaktive dhe për të ndërtuar të ardhmen që dëshiron. Nuk ka të bëjë vetëm me parashikimin se çfarë mund të ndodhë; por ka të bëjë me guximin për **të imagjinuar dhe zhvilluar alternativa të ndryshme për të ardhmen e qëndrueshme** të sipërmarrjes dhe komunitetit të saj duke ndërtuar skenarë të ndryshëm. Kjo kompetencë u mundëson drejtuesve dhe ekipeve të SSE jo vetëm që të vizualizojnë impaktin e tyre të qëndrueshëm dhe modelin e tyre të dëshiruar të funksionimit, por edhe **të identifikojnë dhe strategjizojnë në mënyrë kritike hapat konkretë** dhe rrugët bashkëpunuese të nevojshme për ta arritur atë.

Konkretisht, për SSE-të, kjo nënkupton zhvillimin e aftësisë për të parashikuar ndryshimet sociale, mjedisore dhe ekonomike, për të krijuar **zgjidhje elastike dhe të përshtatshme** dhe për t'u adoptuar strategjikisht, duke siguruar rëndësinë dhe ndikimin e tyre afatgjatë në një botë që ndryshon me shpejtësi.

Përvetësimi i kësaj kompetence kërkon që ESS të kalojë përtej reagimit të thjeshtë ndaj sfidave aktuale. Kjo kërkon nxitjen e një kulture kurioziteti dhe parashikimi, sfidimin e supozimeve ekzistuese se si "duhet të bëhen gjërat", përqafimin e pasigurisë si një burim mundësish dhe praktikimin sistematik të metodologjive të parashikimit brenda sipërmarrjes tënde dhe me aktorët e interesuar.

Shembull: Për të filluar ndërtimin e disa ideve të reja për një të ardhme të qëndrueshme, mund të filloni duke përfytyruar qartë të ardhmen që dëshironi për SSE-në tuaj pas 10-20 vitesh. Çfarë problemesh sociale do të keni zgjidhur? Cili do të jetë ndikimi juaj mjedisor? Si do të jetë zhvilluar komuniteti juaj?

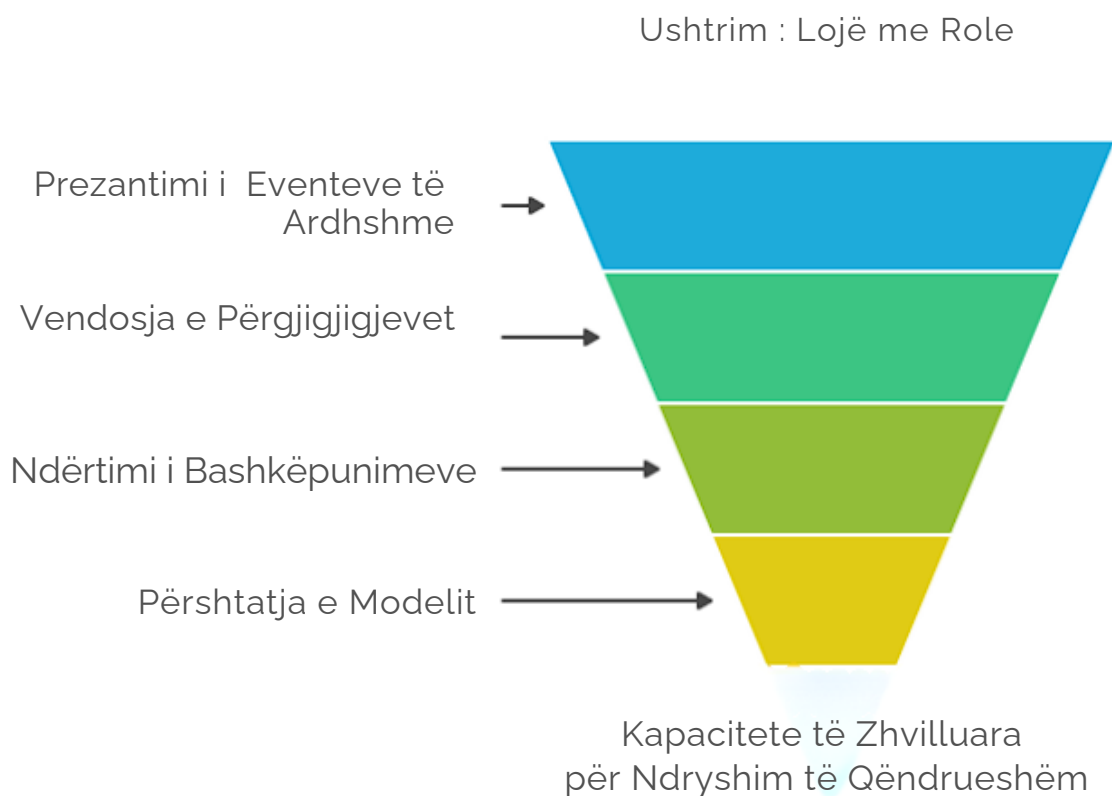
P.sh., "Deri në vitin 2045, SSE-ja ime do të jetë një kooperativë me zero mbetje që punëson 50 të rinj vendas, duke ofruar energji të gjelbër të përbalueshme për të gjithë lagjen." Pasi ky vizion të jetë i qartë, duhet të punoni prapa në kohë (p.sh., nga 2045 në 2035, pastaj në vitin 2025). Në çdo hap prapa, pyeteni veten: "Çfarë ndryshimesh të rëndësishme, arritjesh ose kushtesh të jashtme *duhet të kenë ndodhur* deri në këtë pikë për të qenë në rrugën e duhur drejt së ardhmes së dëshiruar?" Kjo metodë, edhe pse jo aq e lehtë, ndihmon në "identifikimin e hapave konkretë të nevojshëm për të arritur një të ardhme të dëshiruar të qëndrueshme" për sipërmarrjen.

Një tjetër mjet i dobishëm për të kuptuar dhe integruar këtë kompetencë është të krijimi/imagjinomi i lojërave dhe simulimeve pjesëmarrëse për të ardhmen me përfshirjen e aktorëve të interesuar.

Shembull: Mund të krijoni një lojë ose simulim të thjeshtë ku ekipi juaj i SSE-së, përfituesit dhe partnerët e komunitetit marrin role të ndryshme (p.sh., menaxher i SSE-së, anëtar i këshillit vendor, përfaqësues i komunitetit, aktivist klimatik). Ju mund të paraqisni skenarë të mundshëm ose dilema të ardhshme (p.sh., "Një politikë e re kufizon mbetjet", "Një konkurrent ofron një alternativë më të lirë dhe më pak të qëndrueshme", "Një fatkeqësi natyrore prek komunitetin tonë"). Pjesëmarrësit më pas vendosin se si do të reagojnë SSE-ja e tyre, çfarë aleancash do të formonin dhe si do ta përshtatnin modelin e tyre.

Ky ushtrim praktik dhe bashkëpunues ndihmon drejtpërdrejt në zhvillimin e aftësisë për të vepruar për ndryshim të qëndrueshëm edhe në bashkëpunim me të tjerët brenda konteksteve të ndryshme të së ardhmes.

Ndërtimi i Kapaciteteve për Ndryshim të Qëndrueshëm



La Louve

"La Louve" është një supermarket kooperativ në Paris, Francë, i themeluar mbi **parimet e solidaritetit social, përgjegjësisë mjedisore dhe demokracisë së drejtpërdrejtë**. Anëtarët e saj kontribuojnë me disa orë pune vullnetare në muaj për të ndihmuar me funksionimin e dyqanin, gjë që i mundëson kooperativës të ofrojë produkte me cilësi të lartë, shpesh organike dhe lokale, me çmime dukshëm më të ulëta.

Që nga fillimi i saj, themeluesit dhe anëtarët e parë të "La Louve" artikuluhan qartë një vizion radikal për të ardhmen e shitjes me pakicë të ushqimeve në Paris. Nuk bëhej fjalë thjesht vetëm për "një dyqan tjetër organik"; por me krijimin e një modeli ku konsumatorët zotërojnë zinxhirin e tyre të ushqimit, eliminojnë ndërmjetësit, ndërtojnë komunitet dhe demokratizojnë aksesin në ushqim të qëndrueshëm. Vizioni i tyre shtrihej përtej një dyqani të vetëm, drejt një të ardhme ku sistemet ushqimore kooperative dhe etike do të ishin norma, jo përjashtimi, duke sfiduar drejtpërdrejt modelin tradicional të supermarketeve.

Ky vizion i guximshëm u bë një magnet i fuqishëm, duke tërhequr mijëra anëtarë që ndanin të njëjtën ideal për të ardhmen. Çdo vendim, nga sigurimi i produkteve deri te menaxhimi i vullnetarëve, filtrohet përmes **këtij vizioni afatgjatë për një sistemi ushqimor më të drejtë dhe të qëndrueshëm**. Është një shembull real i mënyrës se si mund të ndërtohet në praktikë një "e ardhme e qëndrueshme e dëshiruar".

"Kjo vetëdije për të ardhmen e mundshme ndikon në mënyrë të drejtpërdrejtë në zgjedhjet strategjike. Për shembull, prioritizimi i furnizuesve të ndryshëm lokal (edhe nëse fillimisht janë më kompleksë) shërben si mbrojtje ndaj ndërprerjeve të zinxhirit global të furnizimit. Po ashtu, investimi në lidhje të forta komunitare dhe qeverisje demokratike (edhe nëse është më e ngadaltë dhe kërkon më shumë kohë) ndërton qëndrueshmëri ndaj ndryshimeve në angazhimin e anëtarëve, **duke siguruar qëndrueshmërinë afatgjatë të kooperativës edhe në skenarë më pak të favorshëm në të ardhmen.**

"La Louve" përdor në mënyrë të qartë metodën "backcasting" (planifikim nga e ardhmja drejt së tashmes) në planifikimin operacional. Për shembull, qëllimi i tyre afatgjatë për të forcuar marrëdhënien e drejtpërdrejtë midis fermerëve dhe konsumatorve (element kyc i vizionit të tyre për të ardhmen e qëndrueshme) përkthehet në hapa konkretë. Fushatat e tyre të vazhdueshme të rekrutimit për anëtarë dhe vullnetarë, raportimi i tyre financiar transparent dhe asambletë e rregullta të anëtarëve janë të gjitha "hapa" të hartuara për të ndërtuar kapacitetin dhe komunitetin e nevojshëm për të arritur të ardhmen e tyre të parashikuar drejt ushqimit të qëndrueshëm.

I gjithë modeli i tyre bazohet në bashkëpunim. Anëtarët nuk janë vetëm konsumatorë; **por pjesëmarrës aktiv në funksionimin e dyqanit, në vendimmarrjen kolektive dhe ndërtimin e së ardhmes së tij.** Për më tepër, "La Louve" bashkëpunon në mënyrë aktive me SSE të tjera, me prodhues lokal dhe iniciativa komunitare në Paris dhe më gjerë, duke ndarë modelin e tyre dhe duke advokuar për ndryshime në politika që mbështesin ekonominë sociale dhe qëndrueshmërinë.



Canvas për Projekte Kreative të Qëndrueshme

Canvas për Projekte Kreative të Qëndrueshme – Sustainable Creative Project Canvas (SCPC) do t'ju ndihmojë në vizualizimin dhe hartimin e modelit tuaj sipërmarrës përmes një procesi planifikimi krijues që ndërthur prioritetet mjedisore, sociale dhe financiare, duke ju mundësuar të reflektoni dhe adresoni sfidat urgjente të qëndrueshmërisë nëpërmjet:

- hartimit, zhvillimit dhe planifikimit të ideve të ndryshme
- mendimit për aspekte të ndryshme të projektit
- gjetjes së mënyrave për tu lidhur me njerëz që dëshirojnë të shohin, të angazhohen ose të marrin pjesë në projekt
- lidhjes midis konceptit të përgjithshëm me detajet më të vogla të secilës prej fazave të mundshme të projektit
- llogaritjes së ndikimeve të mundshme të projektit nga perspektiva të ndryshme

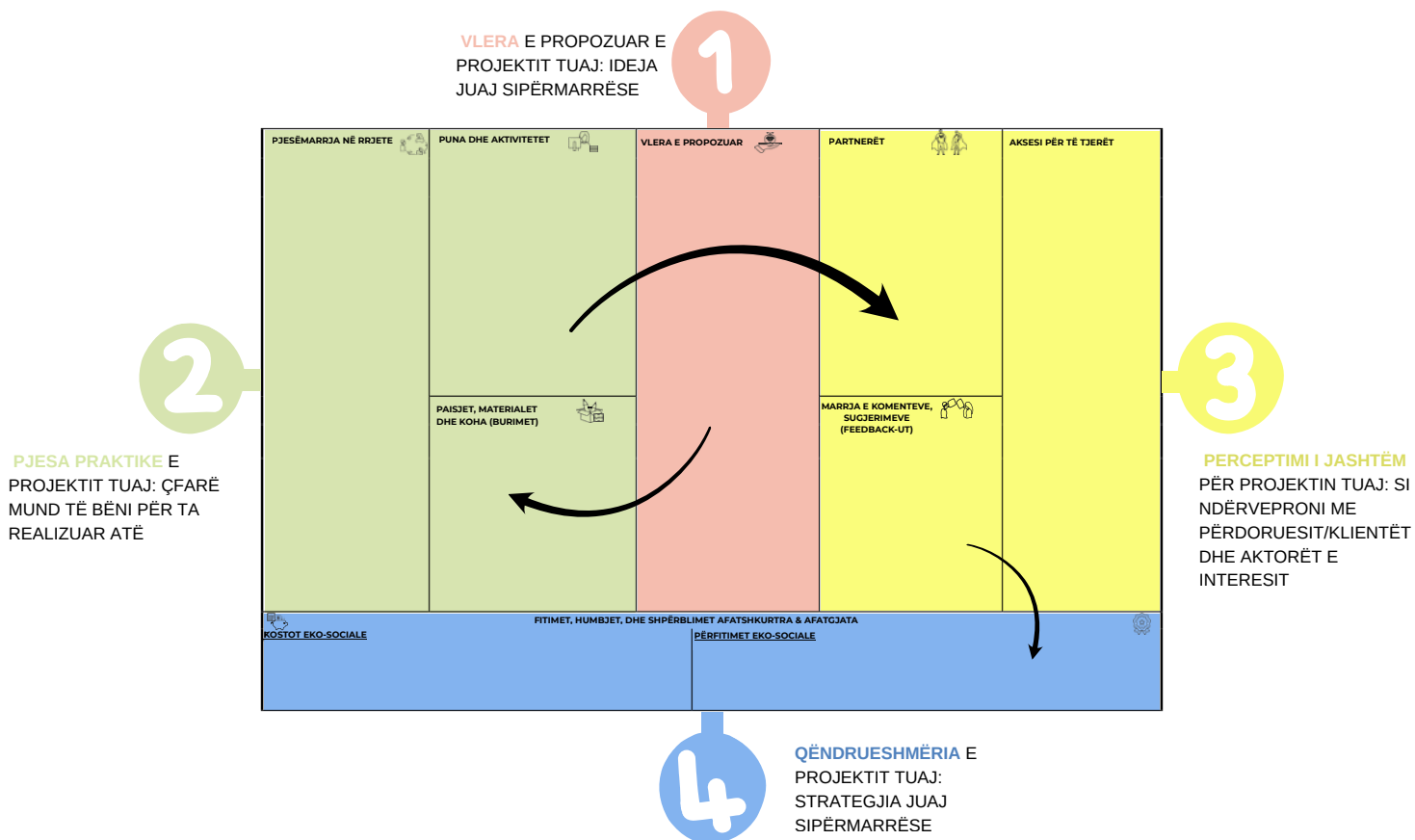
Qasja e qëndrueshmërisë në “SCPC” synon të mbështesë sipërmarrësit në përshkrimin e projekteve dhe bizneseve të tyre për integrimin e politikave, propozimeve, proceseve, mjeteve dhe certifikimeve që lidhen me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ) të OKB-së ose rregullatorëve që propozojnë kërkesa të reja transparence ose zgjerojnë përgjegjësitë e prodhuesve ose ofruesve të shërbimeve, menaxhimin e karbonit, Marrëveshjen e Gjelbër të BE-së, dhe Ekonominë Qarkulluese.

Prandaj, është thelbësore të përqendrohemi në mënyrën se si vlera e një biznesi (produkti ose shërbimi) mund të krijohet, propozohet, përvetësohet dhe të shpërndahet duke marrë në konsideratë, integruar dhe zbatuar të gjitha temat e qëndrueshme të përmendura më sipër.

Për shembull, për të përcaktuar një **vizion dhe mision biznesi të qëndrueshëm**, është thelbësore të reflektoni mbi pyetjet kryesore të mëposhtme:

- *Çfarë sfide afatgjatë sociale dhe/ose mjedisore po përpiqeni të zgjidhni me idenë tuaj të re sipërmarrëse? Ku duhet të jetë organizata juaj pas pesë ose dhjetë vjetësh?*
- *Cilat vlera do ta udhëheqin këtë ide biznesi? Cilin mision ndiqni me idenë tuaj sipërmarrëse? Çfarë detyre përmbush ajo në këtë botë?*
- *Si mund ta përshkruani Vizionin dhe Misionin tuaj në një mënyrë të shkurtër dhe të kuptueshme? A përputhet kjo me strategjinë tuaj kryesore të qëndrueshmërisë?*
- *Cili është impakti i dëshiruar i idesë suaj sipërmarrëse në OZHQ-të?*
- *Çfarë kontributesh konkrete do të japë kjo ide sipërmarrëse për arritjen e objektivave të zhvillimit të qëndrueshëm (OZHQ) deri në vitin 2030?*

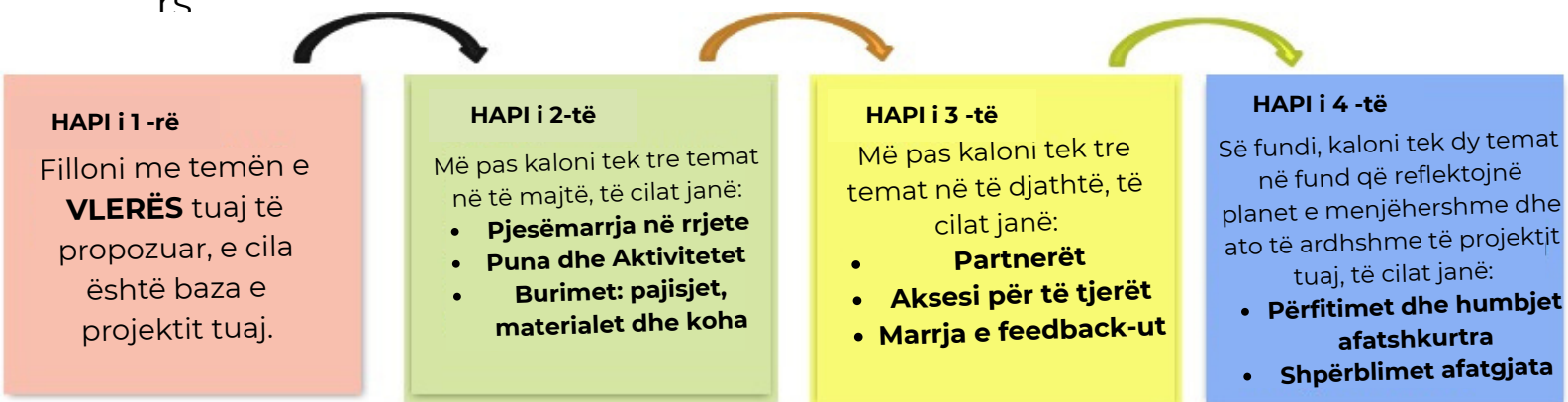
Canvas për Projekte Kreative të Qëndrueshme përbëhet nga **4 pjesë kryesore**, të cilat ju ndihmojnë të vizualizoni aspektet kryesore të projektit tuaj, si në figurën më poshtë.



Meqenëse temat janë të ndërlidhura me njëra-tjetrën, ne sugjerojmë të ndiqni disa hapa specifike për të reflektuar dhe zbatuar procesin krijues që do t'ju çojë në ndërtimin e Canvas për Projektin tuaj Kreativ të Qëndrueshëm.

Çdo temë përfshin një sërë pyetjesh kyçe për të reflektuar mbi detajet më të vogla të projektit tuaj dhe sugjerojmë të filloni me një përmbledhje me rreth 3 tema/përgjigje "kryesore".

rs



Duke iu përgjigjur të gjitha pyetjeve kyçe të listuara në secilën temë, ju do të ndërtoni Canvas- për Projektin tuaj Kreativ të Qëndrueshëm dhe do të vizualizoni një plan të shkurtër, por të qartë dhe të drejtpërdrejtë të projektit/idesë suaj. Me vlerë do të ishte të rishikoni Canvas për Projektin tuaj Kreativ të Qëndrueshëm vazhdimisht për të përmirësuar përgjigjet tuaja derisa i gjithë projekti të jetë në harmoni dhe i strukturuar mirë. Mos harroni të diskutoni, ndani dhe mblidhni sugjerime të vlefshme nga mbështetësit tuaj dhe/ose përdoruesit/klientët potencialë.

CANVAS TË PROJEKTEVE KREATIVE TË QËNDRUESHME

Emri i Projektit:		Anëtarët e Ekipit:		
PJESËMARRJA NË RRJETE  <u>Kush mund t'ju ndihmojë?</u> - Si mund t'ju mbështesin rrjetet ekzistuese dhe ato potenciale që të bëheni më të qëndrueshëm në çdo fazë të projektit tuaj (për të krijuar dhe zhvilluar, për të ndarë dhe promovuar, për të reflektuar dhe përmirësuar, për të zbatuar aktivitetet)? - Kush janë partnerët dhe furnizuesit tuaj kryesor që mund ta bëjnë të gjithë rrjetin tuaj të qëndrueshëm, transparent dhe qarkullues? - A mund të ndikoni në rregulloret mjedisore të parashikuara duke bashkëpunuar dhe krijuar partneritete me organet rregullatore përkatëse? SUGJERIME – Mendoni për mundësinë për të bërë partneritetin/partneritetet tuaja më të qëndrueshme duke përfshirë organet rregullatore ose menaxherë të qëndrueshmërisë (ekspertë profesionalë në politika, mjete, metoda dhe procese certifikimi/akreditimi për të zbatuar qëndrueshmërinë e biznesit) të cilët mund të mbështesin projektin tuaj me procese mjedisore dhe shoqërore të përditësuar, të qëndrueshme, transparente dhe qarkulluese.	PUNA DHE AKTIVITETET  <u>Çfarë duhet të bëni?</u> - Cilat janë aktivitetet më të rëndësishme që duhen realizuar për të bërë të mundur projektin tuaj? - Si mund t'i përshtatni ato (p.sh., prodhimin) për të siguruar qëndrueshmërinë? - Kush do t'i realizojë ato? - Duhet të zhvillohen? - A do t'ju nevojiten burime njerëzore të tjera ose organizata/ekspertë profesionistë? - Sa e rëndësishme është dizajni / zbatimi i qëndrueshëm i aktivitetit tuaj kryesor për të përmirësuar vlerën tuaj të propozuar? (procese efikase dhe të sigurta, certifikim). SUGJERIME – Mendoni për të gjitha aktivitetet që duhet të ndërmerri për të mbështetur vlerën tuaj të propozuar, për të menaxhuar kanalet tuaja, etj., dhe rolin që luan qëndrueshmëria në aktivitetet tuaja kryesore. Për shembull, reflektimi mbi ndikimin e tyre në mjedis në tema të gjurmës së karbonit (p.sh., nëse aktivitetet tuaja përfshijnë përdorim intensiv të energjisë, mendoni si mund të përdorni burime të rinovueshme të energjisë).	VLERA E PROPOZUAR  <u>Çfarë bëni?</u> - Cilat janë arsyet kryesore për të cilat angazhoheni në këtë projekt? - A plotëson projekti juaj një nevojë ose dëshirë, apo zgjidh një problem në mënyrë më të qëndrueshme? Si? - Cilat janë përfitimet e ofrimit të kësaj vlerë për ju dhe për të tjerët? - Si kontribuon integrimi i qëndrueshmërisë në përfitimet e klientit? - Si shton vlerë aktorët e tjerë të interesit? Nëse po, për cilët? - Can your sustainable value contribution be enhanced or enabled with the help of product-related environmental / sustainability-standards measures (certification, label, seal)? If so, which one(s)? SUGJERIME – Mendoni se si mund të zgjidhni problemet e klientëve tuaj në mënyrë më të qëndrueshme dhe si të ktheni qëndrueshmërinë në vlerë për klientin. Reflektoni mbi mundësinë për të zgjeruar ciklin e jetës së shërbimit/prodaktit tuaj. Për shembull, kur zhvillonit një produkt me eficientë energjetike, njëkohësisht mund të keni një ndikim pozitiv mbi emetimet e CO₂.	PATNERËT  <u>Kush mund t'ju japë perspektiva të jashtme të vlefshme për projektin tuaj?</u> - Kush mund t'ju udhëheqë, t'ju ndihmojë të reflektoni dhe të përmirësoni aspekte të punës suaj duke theksuar pikat e forta dhe të dobëta përmes kritikës konstruktive? - Kush e vlerëson talentin tuaj, beson në potencialin dhe në projektin tuaj, dhe mund ta promovojë atë tek të tjerët? SUGJERIME – Mendoni për mentorë, tutorë, mësues/trajnerë, kolegë, bashkëpunëtorë, liderë opinioni, aktorë të interesuar potencial (p.sh., investitorë, sponsorë, media, etj.) si dhe familjarë dhe miq.	AKSESI PËR TË TJERËT <u>Si do të arrini të klientët/përdoruesit tuaj dhe anasjelltas?</u> - Kush mund të ketë akses dhe të përfutojë projektin, shërbimet, produktet ose përbajtjet tuaja? - Cila është rëndësia e "qëndrueshmërisë" për grupin tuaj të synuar / klientët tuaj kryesorë tani dhe ndoshta në të ardhmen? - Cilat janë mënyrat dhe vendet e ndryshme nëpërmjet të cilave të tjerët mund të kenë akses të puna tuaj (p.sh., faqe interneti, rrjete sociale, hapësira të hapura për publikun, zyra, dyqane, etj.)? - Si mund të arrini audiencën/klientët/përdoruesit tuaj (p.sh., përmes fushatave promovuese dhe komunikimit, fushatave të marketingut, eventeve, etj.)? SUGJERIME – Mundohuni t'u përgjigjeni këtyre pyetjeve në mënyrë të detajuar duke përkrahur klientët/përdoruesit tuaj të synuar ose duke imagjinuar se si mund t'u mundësoni atyre të veprojnë në mënyrë të qëndrueshme dhe si të krijojnë një marrëdhënie të qëndrueshme me ata. Mendoni për mënyrën se si duhet të ndërtohet marrëdhënia me klientin dhe cilat kanale komunikimi dhe shpërndarjeje janë të përshtatshme. Mendoni gjithashtu nëse një certifikatë/etiketë e besueshme e qëndrueshmërisë është e rëndësishme për klientët tuaj.
KOSTOT EKO-SOCIALE  <u>Kostot eko-sociale</u> - Çfarë kostoje ekologjike ose sociale po shkakton modeli juaj i biznesit? - Cilat burime natyrore, energjetike dhe teknike ju nevojiten ose përdorni SUGJERIME – Mendoni për burimet kryesore që nuk janë të rinovueshme, aktivitetet kryesore që kërkojnë shumë burime, mbetjet e dëmshme që gjenerohen dhe aspekte të tjera që mund të ndikojnë negativisht në mjedis ose shoqëri.		FITIMET, HUMBJET, DHE SHPËRBLIMET AFATSHKURTRA & AFATGJATA  <u>PËR FITIMET EKO-SOCIALE</u> - Çfarë përfitimesh ekologjike ose sociale po gjeneron biznesi juaj? - Kush janë përfituesit? A janë ata klientë potencialë? - A mund të ofroni përfitime jo-monetare për punonjësit tuaj (p.sh., javë pune 4-ditore, punë në distancë, etj.)? SUGJERIME – Mendoni për efektet pozitive në planetin tonë, shoqëri dhe ekonomi që sjell organizata juaj dhe si mund t'i maksimizoni ato.		

FORMAT:

CANVAS TË PROJEKTEVE KREATIVE TË QËNDRUESHME

Emri i Projektit:

Antarët e Ekipit:

PJESËMARRJA NË RRJETE 	PUNA DHE AKTIVITETET 	VLERA E PROPOZUAR 	PARTNERËT 	AKSESI PËR TË TJERËT
	MJETET, MATERIALET & KOHA 		MARRJA E KOMENTEVE, SUGJERIMEVE (FEEDBACK) 	
 KOSTOT EKO-SOCIALE	FITIMET, HUMBJET, DHE SHPËRBLIMET AFATSHKURTRA & AFATGJATA PËRFITIMET EKO-SOCIALE 			

Ushtrim Vetëvlerësimi

Me shkronja të zeza “**bold**” është shënuar përgjigjja e saktë

1. Sipas njohurive të fituara nga informacionet më sipër, cili aktivitet sugjerohet si një mënyrë e mirë për të filluar praktikimin e kompetencës "Vlerësimi i Qëndrueshmërisë"?

A) Leximi i librave mbi qëndrueshmërinë.

B) Shikimi i dokumentarëve mbi çështjet mjedisore.

C) Pjesëmarrja në sesione dialogu dhe debati.

2. Sipas tekstit, çfarë përfshin kryesisht "Të menduarit sistemik" kur i qasemi një problemi të qëndrueshmërisë?

A) Zbërthimi i një problemi në pjesë të vogla të izoluar për t'i zgjidhur ato individualisht.

B) Përqendrimi vetëm në efektet e menjëhershme të një veprimi pa marrë parasysh ndikimet afatgjata.

C) Qasja ndaj problemit duke marrë në konsideratë të gjithë elementët e ndërlidhur, horizontet kohore dhe shkallët hapësinore.

3. Sipas tekstit, cili është një aspekt kyç i "Futures Literacy" për një sipërmarrje të Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE)?

A) Parashikimi me siguri i të ardhmes më të mundshme.

B) Reagimi ndaj sfidave të menjëhershme pa planifikim afatgjatë.

C) Imagjinimi dhe zhvillimi proaktiv i të alternative të mundshme për të ardhmen duke ndërtuar skenarë të ndryshëm.

4. Cili është një element thelbësor i vizionit fillestar të "La Louve" që tërhoqi mijëra anëtarë dhe udhëhoqi aktivitetet e saj??

A) Të bëhej rrjeti më i madh i supermarketeve në Paris nëpërmjet zgjerimit masiv.

B) Maksimizimi i fitimeve për themeluesit e saj duke shitur produkte ushqimore në nivel ndërkombëtar.

C) Krijimi i një modeli bashkëpunues ku konsumatorët zotërojnë zinxhirin e furnizimit me ushqim dhe demokratizojnë aksesin në ushqim të qëndrueshëm

5. Përtej mbledhjes së veshjeve, cili është një ndikim i rëndësishëm që Humana arrin përmes aktiviteteve të saj?

A) Përqendrimi kryesisht në shitjen e linjave të reja dhe të modës së shpejtë të veshjeve "fast fashion" për të konkurruar me shitësit e mëdhenj me pakicë.

B) Ofrimi i donacioneve financiare për korporatat ndërkombëtare.

C) Shërben si sipërmarrje sociale me fokus në integrimin në punë (WISE) që ofron trajnime dhe punësim për grupet e marginalizuara



- European Commission. (2020, March). *A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe - Një Plan i ri Veprimi për Ekonominë Qarkulluese për një Evropë më të pastër dhe më konkurruese*.
- Bianchi, G., Pisiotis, P., & Redman, E. (2022). *GreenComp: The European sustainability competence framework - GreenComp: Korniza evropiane e kompetencave për qëndrueshmërinë. Zyra e Botimeve e Bashkimit Evropian*.
- Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm të OKB-së (OZHQ - SDGs)
<https://sdgs.un.org/goals>
- Librat MDPI. (2020). *Systems Thinking - Të menduarit sistematik*. MDPI.
- Miller, R. (Ed.). (2018). *Transforming the future: Anticipation in the 21st century - Transformimi i së ardhmes: Parashikimi në shekullin e 21-të*.
- Routledge <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000264644>
- Rrjeti Global i UNESCO për "Futures Literacy " i aftësisë për të parashikuar të ardhmen.
- <https://www.unesco.org/en/futures-literacy/network>

Referencat

Bianchi, G., Pisiotis, P., & Redman, E. (2022). *GreenComp: The European sustainability competence framework - GreenComp: Korniza evropiane e kompetencave për qëndrueshmërinë. Zyra e Botimeve e Bashkimit Evropian*.

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/greencomp-european-sustainability-competence-framework_en

Komisioni Evropian. (nd). GreenComp: Korniza evropiane e kompetencave për qëndrueshmërinë . Marrë më 29 maj 2025, nga:

<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC128040>

Rasa, E., Juha, K., & Mari, J. (2024). *Future-Oriented Science Learning and its Effects on Students' Emotions, Futures Literacy and Agency in the Anthropocene - Mësimi shkencor i orientuar drejt së ardhmes dhe ndikimi i tij në emocionet e nxënësve, shkrim-leximin (aftësinë për parashikimin) e së ardhmes dhe agjencinë në Antropocene. Hulumtime në edukimin shkencor . Publikim i avancuar online.*

https://www.researchgate.net/publication/385688986_Future-Oriented_Science_Learning_and_its_Effects_on_Students'_Emotions_Futures_Literacy_and_Agency_in_the_Anthropocene

Lee S., (2025, June 4) *Mastering Causal Loop Diagrams for Sustainability. A Step-by-Step Guide to Analyzing Complex Environmental Systems - Zotërimi i Diagrameve të Qarkullimit Shkak për Qëndrueshmëri. Një Udhëzues Hap pas Hapi për Analizimin e Sistemeve Komplekse Mjedisore - Marrë nga:* <https://www.numberanalytics.com/blog/mastering-causal-loop-diagrams-sustainability>

Trinity College Dublin, Qendra për Praktikë Akademike, Centre for Academic Practice, Trinity Teaching and Learning. (2024, Dhjetor 13). ESD Competencies linked to GreenComp - Kompetencat ESD të lidhura me GreenComp . <https://www.tcd.ie/academicpractice/resources/education-for-sustainable-development/esd-competencies/>

Task Forca e Ndër-Agjencie të Kombeve të Bashkuara për Ekonominë Sociale dhe Solidare (UNTFSSSE). (2023, Mars 29). SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY-

Economia	Sociale	dhe
Soldiare		

https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/social_and_solidarity_economy_29_march_2023.pdf

MODULI 4: METODOLOGJI DHE MJETE INOVATIVE PËR SIPËRMARRJET SOCIALE



1. Përmbledhje e Shkurtër



Ne jetojmë në një botë të karakterizuar nga sfida komplekse sociale, ekonomike dhe mjedisore, të cilat kërkojnë mënyra të reja të të menduarit dhe të vepruarit. Në këtë kontekst, **sipërmarrja sociale** shfaqet si një përgjigje inovative dhe transformuese që kombinon kreativitetin, angazhimin social dhe qëndrueshmërinë për të gjeneruar një ndikim pozitiv në komunitete.



Në këtë modul do të mësoni rmbi metodologjitë dhe mjetet për të **krijuar zgjidhje inovative dhe të qëndrueshme** që adresojnë sfidat aktuale të botës, të cilave do t'u përgjigjeni përmes sipërmarrjes sociale. Do të njiheni me konceptin e sipërmarrja sociale dhe raste praktike që shërbejnë si pika referimi në këtë sektor. Qëllimi i këtij moduli është të ofrojë mjete praktike dhe metodologji për ata që dëshirojnë të zhvillojnë iniciativa sipërmarrëse që nuk janë vetëm ekonomikisht të qëndrueshme, por edhe të përgjegjshme dhe përputhen me nevojat reale të shoqërisë.

Në këtë modul do të gjeni bazat e sipërmarrjes sociale, teknikat për zbulimin e mundësive, strategjitë për krijimin e prototipeve efektive dhe shpjegimet për hartimin e modeleve të biznesit me impakt social.



Objektivat e Modulit

- Të prezantoj konceptin e sipërmarrjes sociale.
- Të shpjegos si të krijoni një prototip të shërbimit ose produktit që do të zhvilloni.
- Të njiheni dhe hartoni karakteristikat kryesore të një modeli biznesi me impakt social.
- Të njiheni me raste konkrete të sipërmarrjes sociale.



Kompetencat Digjitale/ Sipërmarrja Inovative Sociale – Përmbajtja Mësimore

3.1 Përkufizimi i Sipërmarrjes Sociale

Sipërmarrja sociale është **një formë biznesi që kërkon të zgjidhë problemet sociale ose mjedisore përmes zgjidhjeve inovative dhe të qëndrueshme**. Ndryshe nga sipërmarrjet tradicionale, objektivi kryesor nuk është vetëm të gjenerojë fitime, por edhe të krijojë një impakt pozitiv në shoqëri. Kjo lloj sipërmarrjeje kombinon pasionin për misionin social me disiplinën e biznesit për të arritur rezultate të matshme dhe transformuese.

Në vend që të përqendrohen vetëm në maksimizimin e përfitimeve ekonomike, sipërmarrësit socialë vendosin vlera të tilla si barazia, drejtësia sociale, qëndrueshmëria dhe përfshirja në qendër të modelit të tyre të biznesit. Qëllimi i sipërmarrjeve sociale është të adresojnë sfidat reale: nga varfëria, arsimi i pabarabartë ose papunësia e të rinjve, deri te ndryshimet klimatike, ndotja ose hendeku digjital.

Një Sipërmarrje sociale mund të ketë forma të ndryshme ligjore: kompani, kooperativë, fondacion apo edhe iniciativë hibride. Ajo që të gjitha kanë të përbashkët është një qasje inovative, e orientuar drejt krijimit të zgjidhjeve sistemike dhe afatgjata. Për të arritur këtë, ato mbështeten në dëgjimin aktiv të komuniteteve që u shërbejnë, përdorin metodologji fleksibile, punojnë në rrjete dhe mbështeten në modele të matjes së impaktit që u mundësojnë të vlerësojnë nëse po gjenerojnë vërtet ndryshime të rëndësishme.

Për më tepër, sipërmarrja sociale promovon një mënyrë të re të kuptuarit të suksesit të biznesit: një mënyrë që **vlerëson si përfitimin ekonomik ashtu edhe mirëqenien kolektive**. Nuk ka të bëjë me bamirësi, por me rishikimin e ekonomisë nga një logjikë rigjeneruese (e cila fokusohet në rikthimin dhe rigjallërimin e sistemeve ekologjike dhe sociale), ku rritja personale, respekti për mjedisin dhe inovacioni i përgjegjshëm ecin dorë për dorë. Sipërmarrjet sociale synojnë të krijojnë një sistem ku aktiviteti ekonomik përmirëson mjedisin dhe u sjell dobi të gjithë anëtarëve të shoqërisë.

Shkurt, sipërmarrja sociale përfaqëson një përgjigje të fuqishme ndaj sfidave të botës së sotme. Është një mënyrë për të transformuar pasionin për të ndihmuar në veprime konkrete, duke përdorur mjete biznesi në shërbim të një të ardhmeje më të drejtë, më humane dhe të qëndrueshme.

Sipërmarrja Sociale lind nga identifikimi i një

nevoje sociale

Dhe synon të ofrojë një zgjidhje

**duke zhvilluar
aktivitet ekonomik**

për të gjeneruar

**impakt pozitiv
social**

Duke transformuar situatën aktuale

3.2 Metodologjia për të Kuptuar Nevojat dhe Trendet

Përpara se të filloni cdo iniciativë sipërmarrëse, është thelbësore të kuptoni mjedisin, të identifikoni nevojat reale dhe të zbuloni trendet përkatëse. Fillimi i një projekti pa këtë kuptim mund të çojë në zhvillimin e zgjidhjeve që nuk lidhen me njerëzit ose që nuk zgjidhin/adresojnë probleme domethënëse.

Prandaj, kjo fazë fillestare shërben si themeli mbi të cilin do të ndërtohet i gjithë modeli i biznesit

Kjo fazë përfshin disa hapa kryesor , të kombinuar, që ndihmojnë në krijimin e një ideje të qëndrueshme, me kuptim dhe potencial për impakt. Në linkun më poshtë gjeni 17 mjete dhe burime për kërkim tregu që do t'ju ndihmojnë të mendoni si konsumatorët tuaj: Is and resources to help you think like your consumers:

<https://www.gwi.com/blog/market-research-tools>

Kërkim Tregu

Kërkimi i tregut konsiston në mbledhjen e informacionit direkt nga audienca e synuar: kush janë ata, çfarë u nevojitet, çfarë i shqetëson dhe si i zgjidhin aktualisht këto probleme. Kjo mund të bëhet përmes anketave, intervistave, vëzhgimit të drejtpërdrejtë ose mjeteve digjitale. Çelësi është dëgjimi aktiv dhe validimi/verifikimi i hipotezave bazuar në realitet, jo në supozime.

Ekzistojnë mjete online në dispozicion që ndihmojnë në realizimin e këtij lloj studimi, të tilla i gjeni në këtë link [:/www.pewresearch.org/](https://www.pewresearch.org/) ose për monitorimin e mediave sociale, [BuzzSumo](#), që ndihmon në identifikimin e përmbajtjes që është "trend" dhe analizimin e ndërveprimit në rrjete sociale rreth temave specifike.

Analiza e Trendeve

Raportet, artikujt e specializuar dhe të dhënat statistikore përdoren në këtë rast për të identifikuar modelet e reja në sjelljen e njerëzve, ndryshimet sociale, kulturore ose teknologjike, si dhe interesat e reja të tregut. Dallimi i këtyre sinjaleve të hershme mund t'ju ndihmojë të parashikoni nevojat përpara se ato të kthehen në kërkesa masive. Mjeti i mëposhtëm përdoret për të kuptuar interesin publik:

<https://trends.google.com/trends/>

Brain Storming” - Stuhi Mendimesh/Idesh dhe Mendimi Kreativ

Pasi janë identifikuar mundësitë, është koha për të gjeneruar ide pa kufizime. Teknika të tilla si “brainstorming” stuhia e ideve/mendimeve, “Mind Mapping”, metoda SCAMPER ose të “lateral thinking” – të menduarit kreativ na lejojnë eksplorimin e mënyrave të ndryshme për t’iu qasur të njëjtit problem. Qëllimi nuk është të kemi “idenë perfekte”, por shumë ide që më pas mund të përmirësohen, kombinohen ose transformohen.

Përshtatja e Problemit me Zgjidhjen

Një nga çelësat e suksesit në sipërmarrje është arritja e përputhjes midis problemit real të përdoruesit dhe zgjidhjes së propozuar. Në këtë fazë, ideja testohet në realitet, vlera e propozuar përshtatet në rast se është e nevojshme dhe verifikohet nëse ka interes të vërtetë në atë që po krijohet. Është momenti për të pyetur veten: a zgjidh kjo ide/sipërmarrje me të vërtet diçka të rëndësishme? Në një mënyrë të qëndrueshme dhe dalluese?

Ky proces është ciklik (i vazhdueshëm), jo linear. Shumë herë, pas kërkimeve ose prototipit të produktit ose shërbimit, problemi riformulohet ose krijohen zgjidhje të reja. Kjo është arsyeja pse është thelbësore të keni **një mentalitet të hapur, përsëritës dhe të përqendruar te njerëzit**, që ju lejon të përshtatni sipërmarrjen ndërkohë që mësoni nga mjedisi juaj.

Një kuptim i thellë i tregut jo vetëm që rrit mundësitë e suksesit, por gjithashtu ndihmon në ndërtimin e projekteve që janë më të qëndrueshme, relevante/ të vlefshme dhe të lidhura me realitetin. Kjo metodologji për të kuptuar nevojat dhe trendet e tregut, për të gjeneruar ide kreative dhe për të përshtatur problemet me zgjidhjet, përputhet me qasjen e “*Design Thinking*” (Të mendosh për të krijuar).

Është një metodologji e përqendruar te njerëzit që kërkon të zgjidhë probleme komplekse përmes empatisë, kreativitetit dhe eksperimentimit. Qëllimi nuk është vetëm gjenerimi i ideve inovative, por sigurimi që këto ide t'u përgjigjen nevojave reale, duke u lidhur ngushtë me ata që do t'i përdorin ose eksperimentojnë me to.

Si në kërkimin e tregut ashtu edhe në analizën e trendeve dhe fazën e ideimit, "Design Thinking" propozon mjete dhe faza shumë specifike që e pasurojnë procesin: filloni duke ndjerë empati me përdoruesin për të kuptuar dëshirat, vështirësitë dhe motivimet e tij; më pas përcaktoni qartë problemin që duhet zgjidhur; vazhdoni me idemin pa kufizime; krijoni prototipe dhe zgjidhje të prekshme ose vizuale; dhe së fundmi testoni për të mësuar dhe përshtatur. Kjo strukturë jolineare dhe fleksibile u mundëson sipërmarrësve të përshtasin vlerën e tyre të popozuar në një mënyrë fleksibile, duke minimizuar rreziqet dhe duke rritur shanset e suksesit.

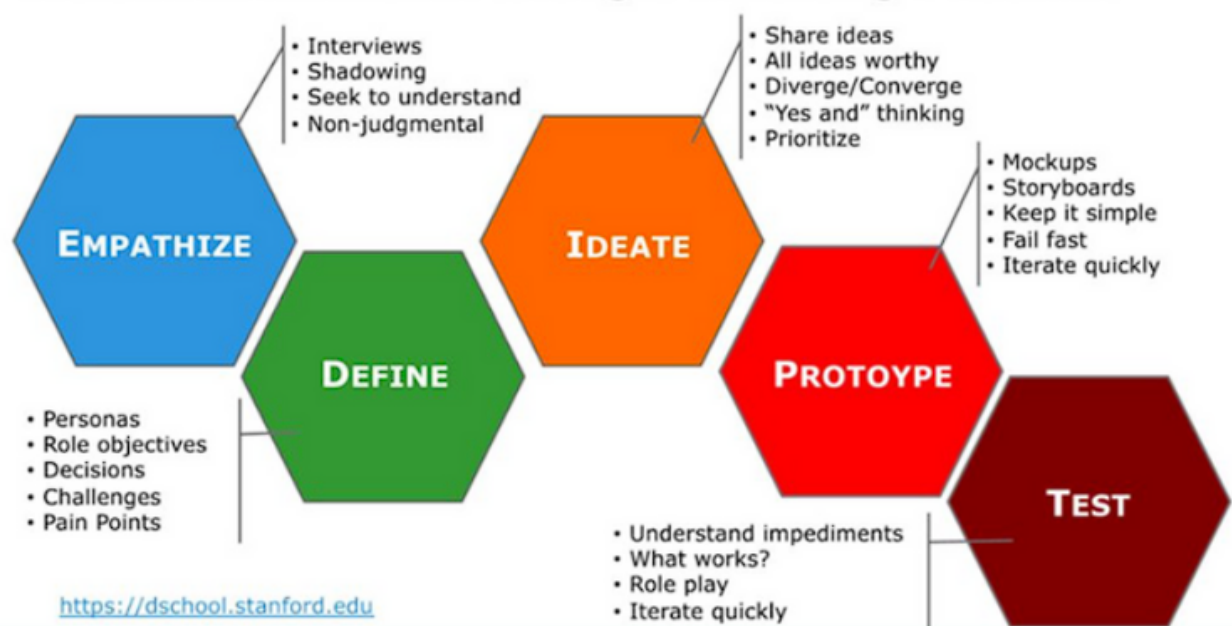
Kur zbatojmë "Design Thinking" në metodologjinë për zhvillimin e një ideje sipërmarrëse, ne jo vetëm që gjenerojmë zgjidhje më inovative, por edhe më humane, të qëndrueshme dhe në përputhje me nevojat e vërteta të tregut. Në vend që të supozojmë, ne verifikojmë/validojmë. Në vend që të krijoni vetëm, bashkë-krijoni me njerëzit. Në këtë mënyrë, procesi transformohet në një përvojë të vazhdueshme mësimi, ku çdo ndërveprim me mjedisin na ndihmon të përmirësojmë më mirë produktin, shërbimin ose modelin tonë të biznesit.

"Design Thinking" bazohet në një qasje bashkëpunuese dhe krijuese, dhe përdoret gjerësisht në projektimin e produkteve, shërbimeve dhe përvojave.

Procesi i “*Design Thinking*” zakonisht përfshin pesë faza:

1. Empati: Kuptoni thellësisht nevojat dhe problemet e përdoruesve.
2. Përcaktoni: Identifikoni dhe përcaktoni qartë problemin që duhet zgjidhur.
3. Ideimi: Gjeneroni një gamë të gjerë idesh dhe zgjidhjesh të mundshme.
4. Prototip: Krijoni prototipe ose modele nga zgjidhjet më premtuese.
5. Testimi: Testoni prototipet me përdoruesit dhe mblidhni “feedback”/reagime për të përmirësuar zgjidhjet.

Stanford d.school Design Thinking Process



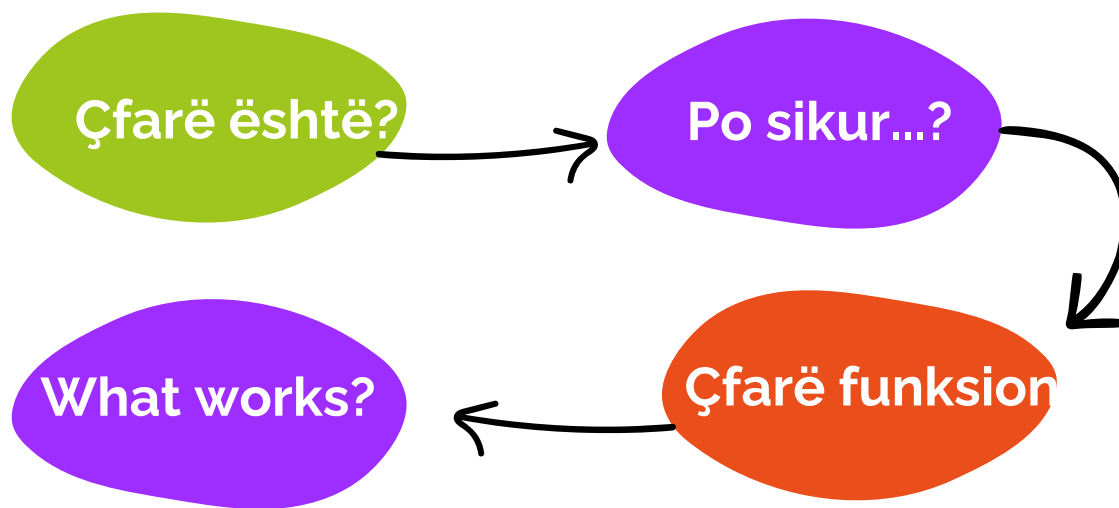
Kjo metodologji inkurajon kreativitetin dhe inovacionin, dhe është shumë e dobishme për adresimin e problemeve komplekse dhe zhvillimin e zgjidhjeve të fokusuara te përdoruesi. Përmes një procesi përsëritës, ajo u mundëson sipërmarrësve të eksplorojnë perspektiva të reja, të identifikojnë nevoja reale dhe të gjenerojnë ide që u përgjigjen në mënyrë efektive sfidave të mjedisit.

Një nga shtyllat themelore të kësaj përqasjeje është **kontakti i drejtpërdrejtë me klientët ose konsumatorët**, i cili nuk kufizohet vetëm në një vlerësim përfundimtar, por është i integruar që nga fillimi i procesit. Është një qasje për zhvillimin e produktit, në të cilën klientët marrin pjesë që nga ideja ose koncepti fillestar, gjë që u mundëson sipërmarrësve të ndërtojnë propozime të rëndësishme që përshtaten me realitetin e tregut.

Qëllimi është të përcaktohet ose përshtatet oferta bazuar në informacion real dhe jo në supozime. Feedback/Reagimet/Komentet e hershme të klientëve reduktojnë pasigurinë dhe mundësojnë marrjen e vendimeve të informuara përpara se të investohen burime të mëdha në zhvillime që mund të mos pranohen nga komuniteti. Falë këtyre reagimeve të vazhdueshme, është e mundur të zbulohet në kohë se çfarë funksionon dhe çfarë jo, duke shmangur kështu gabimet e kushtueshme.

Përveç kësaj, kjo mënyrë pune na inkurajon të mendojmë **"jashtë kornizave", të** dalim nga skemat tradicionale dhe të eksplorojmë mënyra të reja për të krijuar vlerë. Ju lejon të zhvilloni një ide fillestare, duke e përshtatur atë në mënyrë fleksibile sipas nevojave të audiencës së synuar, dhe duke arritur kështu një lidhje më të madhe midis asaj që ofrohet dhe asaj që kërkohet vërtet.

Me pak fjalë, kjo qasje jo vetëm që përmirëson cilësinë dhe rëndësinë e produkteve ose shërbimeve të zhvilluara, por gjithashtu promovon një kulturë sipërmarrëse më empatike, që përshtatet shpejtë dhe të orientuar drejt përmirësimit të vazhdueshëm.



Kërkimi i tregut përfshin fazat 1, 2 dhe 3 të **Design Thinking**. Këtu ne krijojmë empati me mjedisin përreth për të kuptuar se çfarë dëshiron klientela, çfarë po bën konkurrenca, si po lëviz tregu dhe në këtë mënyrë përcaktojmë nevojën që duam të adresojmë. Është si të bësh një "kontroll" të tregut për të ditur nëse biznesi ose produkti juaj ka shanse për sukses.

Kjo na lejon të mendojmë ide që i përgjigjen problemit të përcaktuar.

FAZA 1 Përcaktoni çfarë dëshiroi të zbuloni:

Mendoni për atë që duhet të dini. Mund të jetë nëse njerëzit do të ishin të interesuar për një produkt të ri që dëshironi të lançon, çfarë mendojnë për produktet tuaja aktuale ose nëse ka hapësira në treg që mund ta shfrytëzoni

FAZA 2 Zgjidhni mënyrën e kërkimit/hulumtimit:

- **Hulumtim parësor:** Mbildhni informacion drejtpërdrejt, duke folur me njerëz, duke bërë anketa, duke organizuar grupe fokusi ose duke testuar produkte. Për anketat, një opsion i njohur është SurveyMonkey.
- **Hulumtim dytësor:** Shqyrtoni informacionin që tashmë ekziston, siç janë raportet e industrisë, studimet e mëparshme, statistikat ose artikujt e specializuar. Një mjet për këtë është www.statista.com

Kjo platformë mbështet analizën dhe parashikimin e tregut, analizën e të dhënave, hulumtimin e produkteve dhe çmimeve, testimin e koncepteve dhe hulumtimin e përvojës së përdoruesit.

FAZA 3: Identifikoni klientelën ideale:

Mendoni se kush mund të jetë klientela juaj. Kjo përfshin të dhëna të tilla si mosha e tyre, vendbanimi, preferencat -çfarë u pëlqen, të ardhurat dhe mënyra e blerjes së produkteve. Mund të krijoni një **“Byer Persona” – Persona i Blerësit – Profil i Blerësit, një** mjet që ndihmon në vizualizimin e objektivit dhe krijimin e arketipeve:

PROFILI I BLERËSIT (BUYER PERSONA)



Vendosni një emërtim që e bën të lehtë identifikimin:

Banorë nga zona urbane,
Kopshtarë, Miq të mjedisit,
Gamer-a, etj.

Kush është ky person?
PROFILI DEMOGRAFIK:
Moshë, gjinia, profesioni, vendbanimi.

FRUSTRIMET

Si shfaqen vështirësitë e tyre në lidhje me problemin ose nevojën e paplotësuar që ju po përpiqeni të zgjidhni?
Përmes cilave produkte/shërbime po përpiqeni ta zgjidhni këtë problem ose nevojë të paplotësuar?
Cilat alternativa ekzistojnë në treg?

Përmes cilave produkteve ose shërbimeve po përpiqeni ta adresoni këtë problem ose nevojë të paplotësuar? Cilat janë **alternativat** ekzistuese në treg?

Kush është ky person?
PROFILI PSIKOGRAFIK
Interesat, stili i jetesës, vlerat, zakonet e konsumit, marrëdhënia me mjedisin përreth.

PËRFITIMT (GAINS)

Përshkruani përfitimet që ata presin, dëshirojnë ose që do t'i surprizojnë pozitivisht.

Kursim kohe, përpjekjet ose paratë, ndjesi pozitive, përvojë e përmirësuar, shëndet i mirë

Në cilat **mjedise** sociale veprojnë??

Vendet që frekuentojnë, komunitetet, rrjetet sociale, etj.

Gjeni në linkun më poshtë një mjet online që mund të përdorni për krijimin e profilit të blerësit:

[Free Buyer Persona Generator by Magnetly.](#)

FAZA 4: Analizoni Konkurrencën dhe të Dhënat:

Studioni se çfarë po bëjnë biznese të tjera të ngjashme me tuajat. Kjo do t'ju japë një ide se çfarë funksionon dhe çfarë jo, dhe do t'ju ndihmojë të poziciononi më mirë produktin tuaj.

Ekzistojnë lloje të ndryshme të konkurrencës :

• Konkurrentë të drejtpërdrejtë

Kompani që ofrojnë produkte ose shërbime të ngjashme për të njëjtën audiencë të synuar dhe plotësojnë të njëjtat nevoja. Një kafene që konkurren me një kafene tjetër në të njëjtën zonë

- **Konkurrentë indirektë**

Kompani që ofrojnë alternativa për të përmbushur të njëjtën nevojë ose për të zgjidhur të njëjtin problem, edhe nëse produkti ose shërbimi është i ndryshëm. *Një kafene që konkurron me një dyqan çaji ose makinat e kafesë për përdorim në shtëpi.*

- **Konkurrentë plotësues**

Kompani që ofrojnë produkte ose shërbime plotësuese me ato atë që shisni, por me të cilat mund të konkurroni në mënyrë indirekte nëse konsumatorët preferojnë zgjidhjet e tyre të kombinuara. *Një restorant që konkurron në mënyrë indirekte me aplikacionet e shpërndarjes së ushqimit, pasi këto të fundit u lejojnë konsumatorëve të qëndrojnë në shtëpi.*

Pasi të mblidhen të gjitha informacionet, analizojini ato për të gjetur modele ose trende. Për ta bërë këtë, mund të përdoret mjeti : **Analiza SWOT.**

SWOT / SWOT (Pikat e Forta, Pikat e Dobëta, Mundësitë dhe Kërcënimet) do t'ju ndihmojë të vlerësoni pozicionin tuaj në treg dhe të identifikoni fushat kryesore për zhvillimin e strategjisë së marketingut.

PIKAT E FORTA:

- Çfarë e bën kompaninë tuaj të fortë në krahasim me konkurrencën?
- Shembuj: Cilësi e lartë e produktit, njohje e markës, inovacion në dizajn.

PIKAT E DOBËTA

- Cilat fusha kanë nevojë për përmirësim?
- Shembuj: Shpërndarje e kufizuar, çmime të larta, mungesë burimesh marketingu.

MUNDËSITË

- Cilat faktorë të jashtëm mund të shfrytëzohen për t'u rritur?
- Shembuj: Kërkesa në rritje për produkte organike, trendet e reja në treg.

KËRCËNIMET

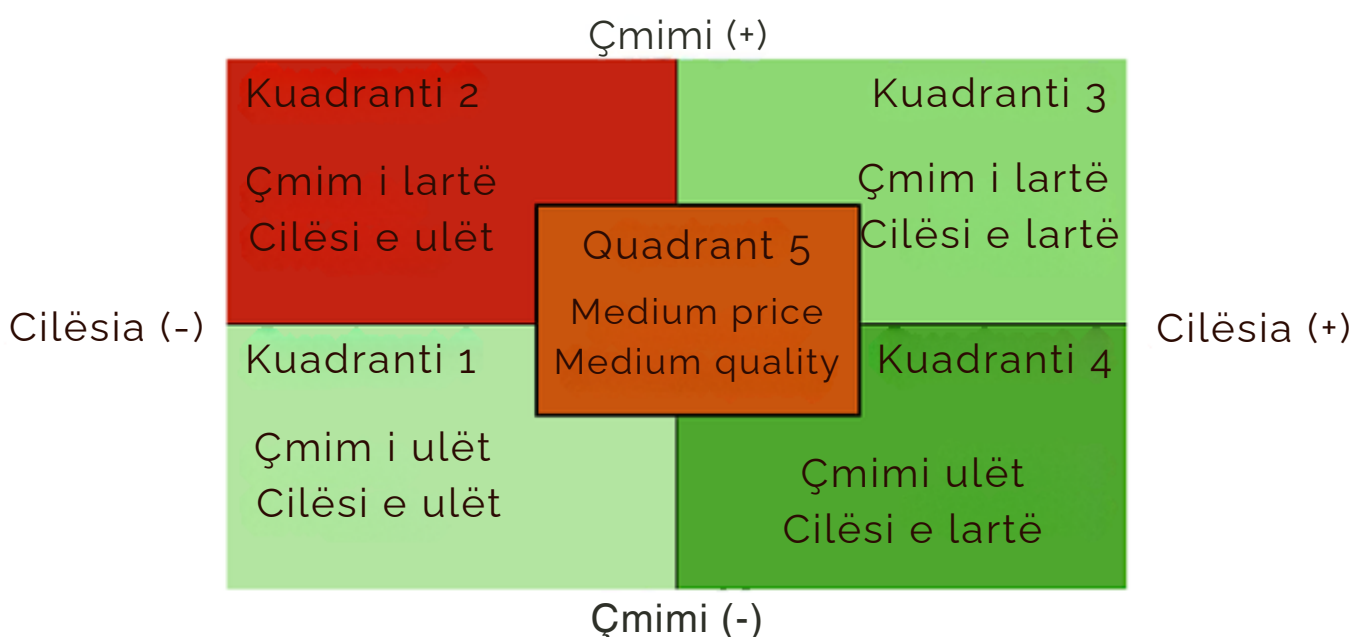
- oCilat rreziqe të jashtme mund të ndikojnë në biznesin tuaj?
- oShembuj: Konkurrentë të rinj, ndryshime në rregullore, luhatje ekonomike.

Mund të gjeni një format online të Analizës SWOT në këtë link: [Beige Minimalistic SWOT Analysis Quadrant Diagram Chart - Templates by Canva](#)

Në vijim të kësaj analize, është e vlefshme të krijoni **matricën e konkurrentëve ose hartën e pozicionimit të markës**, duke përcaktuar, sipas kriterëve kryesorë, pikat pozitive dhe negative të konkurrencës tuaj.

Harta e pozicionimit është një grafik që ju lejon të krahasoni karakteristikat, aftësitë dhe performancën e kompanisë suaj me ato të konkurrentëve tuaj kryesorë. Ajo ndihmon në identifikimin e fushave ku kompania juaj ka avantazhe konkurruese dhe fushat që kanë nevojë për përmirësim. Hapat për të krijuar një hartë pozicionimi:

1. Vizatoni hartën: Këto përfaqësohen nga dy vija, një horizontale (boshti X) dhe një vertikale (boshti Y). Në secilin skaj duhet të shtohet një vlerë minimale dhe një maksimale.
2. Zgjidhni kriteret e vlerësimit (2): Çmimi, cilësia e produktit, shpërndarja, marketingu, shërbimi ndaj klientit, inovacioni. Zgjidhni kriteret e duhura.
3. Përfshini konkurrentët tuaj kryesorë (të drejtpërdrejtë dhe indirekt).
4. Bëni Vlerësimet: Vlerëso kompaninë tënde dhe konkurrentët e tu për secilin kriter me një shkallë (p.sh., nga 1 në 5).
5. Analizoni rezultatet: Identifikoni fushat ku kompania juaj i tejkalon konkurrentët dhe ku ka vend për përmirësim.



Mund të gjeni mjete dhe formate të mundshme si për hartën e pozicionimit ashtu edhe për matricën e konkurrentëve në linkun e mëposhtëm:

<https://www.hubspot.com/business-templates/competitive-analysis>

Pasi të keni kuptuar nevojat e tregut, të keni identifikuar trendet përkatëse dhe të keni gjeneruar ide përmes ushtrimeve të mendimit krijues, është koha t'i jepni formë këtyre ideve. Kjo përfshin krijimin e prototipeve me mjete bazë. Kjo fazë lejon që konceptet të transformohen në prezantime të prekshme, përmes skicave, simulimeve digjitale ose modeleve të thjeshta të cilat mund të testohen shpejt. Duke lidhur prototipin me procesin e përshtatjes së problemit me zgjidhjen, është e mundur të verifikohet nëse propozimi realisht i përgjigjet asaj që njerëzit kanë nevojë, duke lehtësuar kështu përmirësimin e vazhdueshëm dhe të përqendruar te përdoruesi.

Në këtë moment, mijëra njerëz në mbarë botën po i kushtojnë, ashtu si ju, shpresat, ëndrrat, kohën, energjinë dhe paratë e tyre për të zhvilluar ide të reja që bëjnë diferencën në një treg lokal, kombëtar dhe madje ndërkombëtar. Shumica e sipërmarrësve besojnë se po punojnë për një produkt ose shërbim fitues, por e dimë se kjo nuk është gjithmonë e vërtetë. Një përqindje shumë e lartë e ideve të reja dështojnë: *shumë aplikacione që nuk fitojnë para, restorante që mbyllen në më pak se një vit, biznese që nuk shesin dhe konsulenca që nuk kanë sukses të plotë, sepse u mungon gjëja më e rëndësishme: klientelë që është e gatshme të paguajë për atë që ofrojnë.* Vetëm disa prej këtyre projekteve të reja do të jenë të suksesshme. Dhe edhe më pak produkte dhe shërbime të reja do të jenë me të vërtetë të rëndësishme për tregun që synojnë. Dhe ju, që keni punuar mbi idenë tuaj sipërmarrëse për javë të tëra dhe madje muaj, zbuloni se pas orësh e orësh kërkimi të tregut, reflektimit mbi përdoruesit dhe zhvillimit të modelit të biznesit, ende nuk mund të parashikoni se cilit grup i përkisni. **Epo, është koha për prototip!**

Ndonjëherë, suksemi i sipërmarrjeve përshkruhet si një proces pothuajse magjik: doza të larta pasioni për atë që bëni, besim në vetvete... dhe "*voila*", suksemi është i garantuar! Por realiteti është se pas të gjitha produkteve dhe shërbimeve që arrijnë sukses në treg qëndron një histori komplekse ciklesh dhe ndryshimesh. Prandaj, kur të nisni aventurën tuaj të biznesit, është shumë e rëndësishme të mos të dashuroheni me idenë ose idetë e para që keni, por të eksploroni në mënyrë të vazhdueshme alternativa të reja. Projektet e reja gjithmonë përfitojnë nga një gjykim i fortë kritik dhe është eksperiencia dhe gabimet e bëra rrugës ato që ndihmojnë në përmirësimin dhe forcimin e ideve.

Llojet e prototipeve

RRETH HIPOTEZAVE DHE PSE TË KRIJOHEN PROTPTIPE. Para se të vazhdoni, duhet të dini se deri më tani keni punuar mbi ato që quhen hipoteza të projektit/ides tuaj sipërmarrës.

A keni gjetur një mundësi në një nevojë të pashfrytëzuar ose në një dëshirë të paplotësuar? A keni zbuluar një lloj të ri biznesi që është i suksesshëm në pjesë të tjera të botës dhe që do të funksiononte edhe në vendin tuaj? A keni identifikuar burime të pashfrytëzuara që mund t'i përdorni në mënyra të reja?

Po, në këtë pikë mund të keni tashmë në duart tuaja një ide të shkëlqyer, që me kohë dhe shumë punë, mund të bëhet edhe një biznes i shkëlqyer. Por tani për tani, ajo është vetëm një ide. Dhe deklaratat mbi të cilat bazohet ideja juaj, por që ende nuk keni qenë në gjendje t'i konfirmoni dhe verifikoni ende me përdoruesit potencialë, janë ato që ne i quajmë **hipoteza**.

SHUMICA E SUPOZIMEVE QË EKZISTOJNË MBULOJNË KËTO FUSHA:

- HIPOTEZA E PROBLEMIT: Kush janë përdoruesit dhe çfarë problemesh kanë ata (nevoja ose dëshira të paplotësuara).
- HIPOTEZA E ZGJIDHJES: Çfarë lloj produkti ose shërbimi plotëson atë nevojë ose dëshirë - Sa janë të gatshëm të paguajnë për zgjidhjen.
- HIPOTEZA E PRODUKTIT: Cilat karakteristika të produktit ose shërbimit do të vlerësohen nga përdoruesit - Për cilat karakteristika funksionale dhe estetike ata do të ishin të gatshëm të paguanin pak më shumë.
- HIPOTEZA E TREGUT: Numri i përdoruesve potencialë që ekzistojnë - Numri i përdoruesve potencialë që mund të kthehen në klientë të vërtetë (shkalla e konvertimit).

Ekzistojnë mënyra të ndryshme për të krijuar prototipe dhe secila prej tyre mund të përshtatet me llojin e produktit ose shërbimit që po zhvillon. Për t'ju ndihmuar të ndiqni këtë proces hap pas hapi dhe për të maksimizuar mësimet nga çdo përsëritje, kemi hartuar një **VISUAL TOOLKIT** - Paketë me "Mjete Vizuale" që mund ta shkarkoni, printoni, të reflektoni dhe plotësoni. Ashtu si çdo mjet, gjëja e rëndësishme nuk është vetë mjeti, por reflektimet që ai duhet të provokojë. Nuk ka të bëjë me plotësimin e çdo kanavacë me shënime në ngjitesa me ngjyra të bukura; por përkundrazi me analizimin e çdo pike, pyetjen e vetes, kërkimin dhe përfitimin maksimal nga çdo përvojë. Mjeti është vetëm një rrugë, jo qëllimi përfundimtar.

Dy mjetet më të rëndësishme në këtë paketë, të cilat janë shtylla kryesore e të gjithë procesit të krijimit të prototipeve, janë:

1. **Udhëzuesi(Roadmap)** për krijimin e prototipeve ku do të gjeni një nga një hapat që duhet të ndiqni sa herë që krijoni një prototip: nga përkufizimi i pyetjeve, zgjedhja e prototipit që do të ndërtohet dhe mënyra e organizimit të testit me përdoruesit potencialë, deri te reflektimet mbi rezultatet e marra.

1. **Tabela e validimit**, në të cilën duhet të përfshini rezultatet e **TË GJITHA** prototipeve të krijuara, hipotezat që keni validuar/verifikuar, ato që nuk i keni validuar dhe mësimet që keni marrë gjatë gjithë procesit (nga validimi i hipotezave, deri në arritjen e zgjidhjes përfundimtare). Kjo do t'ju lejojë të keni të gjithë informacionin të organizuar në mënyrë kronologjike dhe si rrjedhojë të merrni vendimet e duhura në dizajnimin e produktit ose shërbimit.

Për shembull:

- **“Customer Journey Map” - Harta e Udhëtimit të Klientit.** Është një paraqitje vizuale e udhëtimit të një përdoruesi që ndërvepron me një produkt ose shërbim, që nga momenti që zbulon një nevojë deri në momentin që zgjidh problemin e tij. Ndhmon në identifikimin e pikave kryesore të kontaktit, emocioneve, pengesave dhe mundësive për përmirësim gjatë gjithë përvojës së klientit.
- **“Story Telling” - Tregimi i historisë.** Është një formë prototipi narrativ që përdor një histori për të shpjeguar mënyrën se si një person do ta përdor produktin ose shërbimin. Ndhmon në vizualizimin e kontekstit, emocioneve dhe përvojës së përdoruesit. Është i domosdoshëm për të krijuar empati dhe për të përcjellë vlerën e idesë në një mënyrë të qartë dhe tërheqëse.

statike vizuale e një produkti, zakonisht digjtal (siç është një aplikacion ose faqe interneti), e cila tregon dizajnin, ngjyrat, strukturën dhe rregullimin e elementeve të tij. Edhe pse nuk është interaktive, ajo shërben për të komunikuar aspektin përfundimtar të zgjidhjes përpara se të zhvillohet.

- **MVP (Minimum Viable Product - Produkti Minimum i Qëndrueshëm).** Është një version i thjeshtuar i produktit ose shërbimit që përfshin vetëm funksionalitetet thelbësore për të zgjidhur problemin kryesor të përdoruesit. Përdoret për t'u lançuar shpejt në treg, për të marrë reagime reale dhe për të validuar propozimin me përpjekje dhe burime minimale.

Nga ana tjetër, një nga teknikat më të aksesueshme dhe efektive për krijimin e prototipit të një produkti ose shërbimi është “wb prototyping”- krijimi i prototipit online në web, i cili ju lejon të komunikoni vizualisht idenë e biznesit me një audiencë të mundshme. Mjete si Canva dhe Mixo e bëjnë këtë proces të lehtë pa pasur nevojë për njohuri të avancuara në dizajn ose programim. Një nga formatet më të përdorura është **“landing page”- faqe hyrëse/pritëse**, një faqe e vetme e projektuar posaçërisht për të tërhequr vëmendjen e klientëve potencialë. Kjo teknikë kursen kohë dhe burime, dhe bëhet një mënyrë e shpejtë dhe e përshtatshme për të validuar një ide përpara se ta zhvilloni plotësisht atë.

Përdorimi i një “landing page” si eksperiment i përgjigjet parimit **“shit përpara se të ndërtosh”**. Ai konsiston në lançimin e një faqeje që përshkruan qartë produktin ose shërbimin që do të ofrohet, së bashku me një buton thirrjeje për veprim (Call to action) për të kërkuar më shumë informacion ose për të bërë një blerje paraprake. Ky lloj eksperimenti ju lejon të testoni shpejt nëse publiku ka interes vërtet.

. Për të rritur shtrirjen, këshillohet **përdorimi i reklamave në rrjetet sociale ose media të tjera digjitale** që gjenerojnë trafik në faqe. Nëse shkalla e klikimeve ose e konvertimit në klientë është e ulët, kjo do të thotë se propozimi ka nevojë për përmirësim. Anasjelltas, nëse shumë njerëz tregojnë interes ose kërkojnë informacion, është një shenjë pozitive që tregu vlerëson atë që ofroni.

Për shërbimet me **fokus lokal**, kjo strategji mund të zbatohet edhe në një mënyrë më tradicionale, duke përdorur **broshura (fletëpalosje) fizike** me informacione kryesore dhe një numër telefoni ose WhatsApp për të matur interesin. Kjo lejon që zgjidhja të validohet në një mënyrë të thjeshtë, pa pasur nevojë të zhvillohet produkti ose të ngrihet një infrastrukturë e plotë.

Dizajnimi i një *“landing page”* sot është shumë i lehtë falë **mjeteve falas ose me kosto të ulët** që ju lejojnë të personalizoni çdo element pa programim. Për të arritur rezultate të mira, është e rëndësishme të ndiqni disa këshilla praktike:

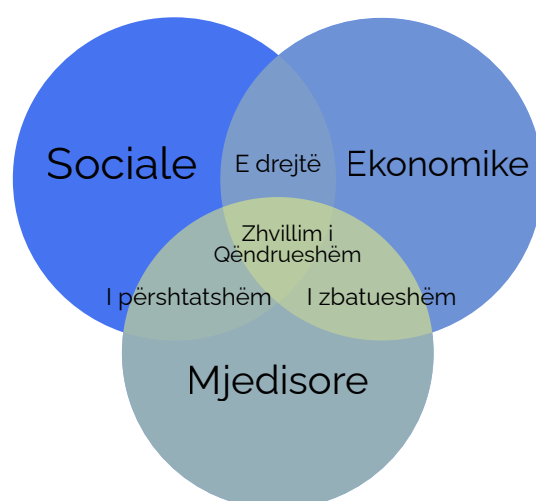
- **Përgatitni një skicë fillestare** me idetë kryesore që dëshironi të përcillni.
- **Përfshini informacion të rëndësishëm** dhe tërheqës, përfshirë tekst të qartë, përfitimet e produktit dhe një vlerë të propozuar bindëse.
- **Dizajnoni elementët kryesorë në mënyrë strategjike**, siç janë titulli, blloqet e tekstit, butonat e thirrjes për veprim (accl to action (CTA)), imazhet, dëshmitë dhe formatet e kontaktit.

Një mjet veçanërisht i dobishëm është **Mixo**, një platformë e bazuar në **inteligjencën artificiale gjeneruese (GenAI)** që ju mundëson të krijoni një “landing page” brenda sekondash nga një përshkrim i shkurtër në tekst i idesë suaj të biznesit. Mixo gjeneron automatikisht titujt, përshkrimet, formularët e kontaktit dhe imazhet, duke ofruar një dizajn funksional që mund të personalizohet dhe që mund të përdoret si një prototip fillestar për të validuar propozimin.

3.4 Hartimi i modelit të biznesit me impakt social

Hartimi i një modeli biznesi me impakt social nënkupton rishikimin e mënyrës se si një kompani mund të jetë ekonomikisht e qëndrueshme, **ndërsa gjeneron ndryshime pozitive në shoqëri dhe/ose mjedis.** Ndryshe nga qasja thjesht komerciale, sipërmarrja sociale vendos në qendër **një kauzë**, një sfidë kolektive ose një nevojë që nuk mbulohet nga tregu tradicional.

Që ky propozim të jetë i realizueshëm, është thelbësore të integrohen si logjika e biznesit ashtu edhe logjika e impaktit. Pikërisht këtu mund të përdoret **“Triple Bottom Line Business Model Canvas” - Canvas i Modelit të Biznesit me Ndikim të trefishtë**, një mjet vizual që ju mundëson të strukturoni qartë se si do të krijohet, ofrohet dhe matet vlera sociale dhe ekonomike.



Komponentët kryesor të modelit të biznesit me ndikim të trefishtë:

Duhet të plotësoni 11 blloqet e modelit më poshtë duke iu përgjigjur koncepteve dhe pyetjeve që janë paraqitur për të vizualizuar të gjithë elementët që do të jenë pjesë e modelit tuaj të biznesit.



IMPAKTI MJEDISOR	BASHKËPUNËTORËT DHE PARTNERITETET	AKTIVITETET KRYESORE	VLERA E PROPOZUAR	MARRËDHËNIET ME KLIENTËT	SEGMENTET E KLIENTËVE	IMPAKTI SOCIAL
Si ndikon aktiviteti juaj prodhues në mjedisin përreth? (mbetjet e krijuara, burimet e energjisë të përdorura, paketimi, lëndët e para, furnitorët, përdorimi i produkteve të ripërdorshme, etj.) Si përmirëson projekti juaj mjedisin	Rrjetet e furnitorëve dhe partnerëve që e bëjnë projektin tim të funksionojë. Kush mund të jetë i interesuar për suksesin e projektit? Aleanca strategjike me organizata/kompani jo konkurruese Partneritete me kompani konkurruese Subjekte që përfitojnë nga projekti Bashkëpunëtorë profesionalë (firma konsulence, mbështetje teknike, etj.)	Produktet, shërbimet dhe aktivitetet kryesore të projekti të funksionojë. Cilat aktivitete duhet të zhvillojmë për të krijuar vlerën e propozuar? Ekzistojnë tre lloje: • Teknike • Administrative • Komerciale	Është arsyeja pse klientët zgjedhin një kompani ose organizatë në vend të një tjetre. Çfarë ofrojmë? Produkte/Shërbime Pse konsumatorët më zgjedhin mua? Si dallohem nga konkurrenca? A i përmbushim nevojat e klientëve tanë? A i ndihmojmë ata të zgjidhin një problem? Përcaktoni vlerën tuaj sociale dhe ndikimin tuaj mjedisor.	Si do të tërheqim klientët? (online, vizita tregtare) Si do ta përmirësojmë imazhin tonë / si do të ndërtojmë një markë? (faqe interneti, rrjete sociale) Besnikëria e klientëve dhe rekomandimet	Grupe të ndryshme njerëzish ose organizatash (shoqata, kompani, fondacione, etj.) që projekti im synon të arrijë. Për kë po krijojmë vlerë? Kush janë klientët tanë më të rëndësishëm? Bëhet fjalë për KUSH.	E JASHTME (EXTERNAL) Si e përmirëson projekti juaj jetën e njerëzve dhe të shoqërisë? Kush, përveç klientëve tuaj, përfiton nga projekti juaj? A mund të ketë ndonjë ndikim negativ në mjedisin tuaj? E BRENDSHME (INTERNAL) Çfarë politikash për kujdesin ndaj njerëzve dhe promovimin e barazisë do të përfshini brenda biznesit tuaj?
KOSTOT KRYESORE EKONOMIKE: - Kostot e investimit: Faqja e internetit, rinovimi i ambienteve, licenca, pajisjet kompjuterike, makineritë, mobiliet, inventari, etj. - Kostot fikse: Pagat dhe sigurimet shoqërore, qiraja, shërbimet utilitare (telefon, etj.), shërbimet e kontabilitetit, komunikimet, sigurim - Kostot e ndryshueshme: Të lidhura me shitjet (blerja e lëndëve të para, pagesat për bashkëpunëtorët, etj.).			BURIMET E TË ARDHURAVE EKONOMIKE / BURIMET E TË ARDHURAVE. Të gjitha burimet financiare që sigurojnë qëndrueshmërinë ekonomike të projektit.			

Dizajni i modelit të biznesit me trefish ndikim “Tripple Botom Line (TBL)” duhet të jetë **fleksibël dhe i hapur ndaj mësimit të vazhdueshëm**. Gjatë testimit të modelit në praktikë, do të jetë e nevojshme ta përshtatni atë, të dëgjoni përfituesit dhe **të rishikoni vazhdimisht vlerën që ofroni**. E rëndësishme është të arrihet një ekuilibër midis qëndrueshmërisë ekonomike, zbatueshmërisë operacionale dhe transformimit të vërtetë shoqëror.

Kjo metodologji jo vetëm që ndihmon të nisni një sipërmarrje me kuptim, por edhe të ndërtoni një organizatë që është reziliente (rezistente, e qëndrueshme), e shkallëzueshme (që mund të rritet) dhe thellësisht e lidhur me sfidat e kohës sonë.

Spanjë

CABO SUR FILMS, S.L., u krijua nga 2 bashkëpunëtor nga Ishujt Kanarie, të dedikuar për 'Aktivitetet e prodhimit të filmave dhe videove'. Është një kompani prodhuese filmash dhe videosh, që eksploron kufijtë midis trillimit dhe jo-trillimit (dokumnetarit), duke treguar histori me një përmbajtje të fuqishme sociale dhe kulturore. Objektivi i saj është të prodhojë filma të shkurtër dhe të mbështesë regjisorë të rinj dhe drejtues të rinj, si dhe të zhvillojë filma artistikë (si narrativë ashtu edhe dokumentarë me temë sociale).



CABO SUR
FILM DISTRIBUTION

Pilar Caamaño dhe Laura Caamaño kanë krijuar **Cuarzo Verde**, një kooperativë jofitimprurëse për një jetesë të qëndrueshme. Qëllimi i tyre është të mbrojnë mjedisin përmes workshop-eve për një jetesë të qëndrueshme me praktika që mund të zbatohen në përditëshmëri për të zvogëluar ndikimin mjedisor për të qenë më të qëndrueshëm çdo ditë. Përveç kësaj, ata organizojnë ture me guidë në Ishujt Cíes për të njohur dhe shijuar mjedisin, kryesisht me fokus te fëmijët, në mënyrë që ata të mund të mësojnë edukim mjedisor në kontakt me natyrën. Historia e **Cuarzo Verde coop.**



Villartesaana, Villartesaana është një furrë ëmbëlsirash tradicionale në një qytet të vogël të Badajoz, Alburquerque, ku rikrijojnë receta lokale dhe përpunojnë produkte me përbërës tradicionalë dhe pa konservues. Conchi Román dhe Ana Fernández krijuan këtë kompani të ekonomisë sociale, një Shoqëri Pune (Labour Society), për të përmbushur ëndrrën e Conchit dhe për t'i dhënë fund paqëndrueshmërisë së punës së Anës.

Luz Nieto, nga Almeria (Spanjë) dhe partneri i saj, kanë krijuar një kooperativë andaluziane, nën emrin tregtar INBIOTA, e cila shet bio-inpute bujqësore të bazuara në mikroorganizma, të dizajnuara për të përmirësuar shëndetin e tokës dhe produktivitetin bujqësor. Këto produkte synonë të nxisin qëndrueshmërinë dhe të ulin përdorimin e kimikateve në bujqësi. Përveç kësaj, ata ofrojnë shërbime të personalizuar si këshillim, analizë të tokës dhe trajnime mbi praktika të qëndrueshme bujqësore, të përshtatura sipas nevojave specifike të secilit klient.



inbiota.com

Imma Carpiniello, nga Napoli (Itali), themeloi kooperativën **Lazzarelle** pasi identifikoi, nëpërmjet "Italian Prison Observatory" (projekt për vëzhgimin e situatës së burgosurve në Itali), nevojën urgjente për punësim të qëndrueshëm midis grave të dënuara, shumë prej të cilave viktima të dhunës në familje dhe me pak mundësi punësimi, veçanërisht në jug të Italisë, ku papunësia e femrave tejkalon 40%. Kështu lindi Lazzarelle, një punishte për pjekejn e kafesë e drejtuar plotësisht nga gratë në burgun e grave në Pozzuoli.



LAZZARELLE

lazzarelle.org

Terra di resilienza është një kooperativë sociale në Morigerati (SA), në Parkun Kombëtar Cilento dhe Vallo di Diano, në jug të Italsië. Kooperativa është e fokusuar në bujqësinë sociale, turizmin me eksperiencë dhe të gjitha aktivitetet që synojnë rivitalizimin e praktikave tradicionale rurale dhe zhvillimin e përfshirjes sociale. Kooperativa punon në bujqësi, duke përfshirë prodhimin e vajit të ullirit ekstra të virgjër, vreshtarinë dhe prodhimin e miellit nga varietete të vjetra të grurit, trajnimin në praktika bujqësore ekologjike të qëndrueshme dhe promovimin e produkteve agro-ushqimore të qëndrueshme.



**MONTE • FRUMENTARIO
TERRA • DI • RESILIENZA**

montefrumentario.it/la-cooperativa-terra-di-resilienza/

Ginger People Food është një restorant në Agrigento, Siçili, i drejtuar nga kooperativa Al-Kharub, që ofron ushqim cilësor bazuar në teknikat tradicionale të përgatitjes. Projekti drejtohet nga kooperativa sociale Al Kharub, dhe ka për synim të krijojë mundësi punësimi për persona në vështirësi sociale, duke përfshirë personat me aftësi të kufizuara, migrantët dhe refugjatët. Kooperativagjithashtu drejton një biznes bletarie me bletë mjalti siciliane, i mbrojtur nga “Nisma e Lëvizjes Slow Food për mbrojtjen e produkteve tradicionale”, që prodhojnë mjaltënga lulet e Luginës së famshme të Tempujve.



AL KHARUB
COOPERATIVA SOCIALE

alkharub.it/cooperativa/
gingerpeoplefood.com

Assurd, në Potenza, rajoni Basilicata, është një restorant që promovon përfshirjen sociale, i menaxhuar nga kooperativa sociale Ricco dentro. Assurd u themelua në vitin 2013 nga dy ish-punonjës socialë me eksperiencë në projekte për përfshirjen e personave me sindromën Dawn. Assurd ka mndërtuar marrëdhënie të forta me zonat rurale, duke blerë produkte lokale dhe cilësore nga rajoni i Bazilikatës, në jug të Italisë.

<https://assurdpucceria.wixsite.com/website>

Restoranti Hatpötyös, i themeluar në vitin 2012, përfaqëson një praktikë të mirë të Ekonomisë Sociale dhe Solidare (SSE) në Hungari. Si një nga restorantet e para në vend që punësoi 15 persona me aftësi të kufizuara ose me kapacitet të reduktuar pune, ai tregon potencialin për punësim gjithëpërfshirës në sektorin e mikpritjes. Puna e tyre ka ndihmuar në sfidimin e stereotipeve sociale në lidhje me aftësinë e kufizuar dhe punësimin. Duke krijuar një mjedis pune mbështetës të përshtatur për nevojat e punonjësve me aftësi të kufizuara, Hatpötyös ka vendosur një pikë referimi për bizneset e tjera që synojnë të kombinojnë impaktin social me qëndrueshmërinë ekonomike.

<https://mail.hatpottyos.hu/home>

Old Blue është një kompani hungareze që është e specializuar në prodhimin e produkteve të punuara me dorë nga xhinse të ricikluara 100%. Gama e produkteve të tyre përfshin një shumëllojshmëri artikujsh unikë dhe miqësorë me mjedisin, siç janë çanta, artikuj shtëpiake, dhurata, bizhuteri, dekor shtëpie dhe materiale për hobi. Duhet rreth 10 metra kub ujë për të prodhuar një palë xhinse. Çdo vit në të gjithë botën prodhohen afërsisht një miliard palë xhinse. Qëllimi i tyre është të riciklojnë sa më shumë prej tyre. Old Blue drejtohet me një përkushtim ndaj qëndrueshmërisë mjedisore, duke synuar të zvogëlojë mbeturinat tekstile duke transformuar xhinset e përdorura në produkte të reja me vlerë.

<https://oldblue.myshoprenter.hu/>

Old Blue

Fabrika e Çokollatave **BeSweet** Chocolate Manufacture, themeluar në vitin 2021 në Szekszárd, Hungari nga Fondacioni Kék Madár, prodhon çokollata premium të përgatitura nga persona me aftësi të kufizuara. Fabrika kombinon cilësinë, furnizimin etik me lëndë të parë dhe përgjegjësinë sociale, duke promovuar mundësi të barabarta në nivel lokal dhe tregtinë e drejtë në nivel global. Produktet e ndryshme të BeSweet pasqyrojnë si përkushtimin ashtu edhe përfshirjen, duke ndërtuar lidhje midis njerëzve përmes çokollatës.



<https://besweet.hu/>

Kooperativa **Völgység Kincse** e themeluar me mbështetjen e Programit për Rindërtimin Social (2007–2013), operon në Kisvejke, Hungari, dhe synon rritjen e punësimit rural përmes prodhimit të lëngjeve të frutave dhe duke mbështetur bizneset e vogla lokale. Kooperativa drejton një dyqan produktesh lokale, furnizon shkollat dhe ofron kapacitete përpunimi për fermerët vendas, duke forcuar ekonominë e rajonit dhe lidhjen me komunitetin.



Yfantourgeoio TheWorkplace është një hapësirë pioniere për bashkëpunim dhe krijimtari komunitare në qytetin e vjetër të Nicosia në Qipro. Ai sjell së bashku sipërmarrës socialë, krijues, organizata jo fitimprurëse, startup-e dhe aktivistë nën një vend për të bashkëpunuar, për të inovuar dhe për të ndërtuar iniciativa të qëndrueshme me impakt.

Iniciativa funksionon si një inkubator dhe një qendër për ndarjen e njohurive për aktorët e ekonomisë sociale dhe solidarë (SSE). Ajo ofron hapësirë pune fleksibile, mundësi trajnimi dhe aktivitete komunitare, duke krijuar një ekosistem dinamik për bashkëpunim ndërsektorial dhe sipërmarrje gjithëpërfshirëse

<https://workspaces.join2share.eu/>

<https://www.facebook.com/Yfantourgeoio>

SocialTech Lab është një qendër inovacioni në Zonën Buffer të Qipros që kombinon teknologjinë, dizajnin dhe sipërmarrjen sociale. Që nga viti 2021, ata mirëmbajnë një hapësirë fizike me vende pune të përbashkëta, ambiente ideimi, studio podcastesh dhe organizojnë evente komunitare.

Laboratori shërben si një hapësirë e sigurt dhe bashkëpunuese ku të rinjtë, edukatorët, sipërmarrësit dhe zërat e marginalizuar mund të bashkohen. Misioni i tij është të nxisë inovacionin qytetar, të amplifikojë historitë e nën-përfaqësuar dhe të promovojë sipërmarrjen sociale të udhëhequr nga komuniteti duke përdorur mjete digjitale dhe krijuese.

<https://socialtechlab.org/>



Te Xhoni" Café është një sipërmarrje sociale e themeluar nga Qendra Xhonatan. "Te Xhoni Cafe" është hapur në ditën globale të Sindromës Down (DS), më 21 Mars 2017. Është një vend ku të rinjtë me Sindromën Down mund të ndjekin kurse për zhvillimin e aftësive jetësore, dhe një mjedis ku prindërit e fëmijëve mund të kalojnë kohë sëbashku ndërkohë që fëmijët e tyre ndjekin seancat e terapive. "Te Xhoni Cafe" ofron mundësi punësimi për personat me Sindromën Down. Gjithashtu shërben si një hapësirë që kontribuon në rritjen e ndërgjegjësimit mbi potencialin e të rinjve me Sindromën Down për të qenë të pavarur dhe të punësuar, si dhe për të gjeneruar të ardhura për të mbështetur aktivitetin kryesor të organizatës në mbështetje të komunitetit DSA.

Bar-Cafe "Te Xhoni"

"Te Xhoni"

Qendra për Edukim Kulinar QEK, funksionon si një Qendër Revolucionare për Edukimin Kulinar, e cila përveç qëllimeve të edukimit profesional kulinar, shfrytëzon edhe burime të tjera për t'u përfshirë gjithnjë e më shumë në sistemet e qëndrueshme ushqimore dhe jetesën e qëndrueshme. QEK ofron programe të arsimit profesional (VET) bazuar në sistemet më të mira kulinare, si dhe praktika profesionale cilësore për nxënësit. Tirana Green Living (TGL) është një projekt inovativ sipërmarrjeje sociale i iniciuar nga Qendra për Edukim Kulinar.

Projekti synon të promovojë vlerat sociale, integrimin në komunitet dhe të mbështesë ekonominë lokale duke ofruar produkte ushqimore me cilësi të lartë dhe me çmime të përballueshme për personat nënevojë. Përmes krijimit të një dyqani komunitar, TGL ka arritur të ndihmojë mbi 1,800 individë dhe familje, duke ndikuar pozitivisht në jetën e tyre përmes dhurimeve të ushqimit, ofrimit të vakteve dhe seancave të trajnimit kulinar.

Për më tepër, TGL fokusohet në promovimin e qëndrueshmërisë mjedisore duke inkurajuar reduktimin e mbetjeve, ruajtjen e ushqimit dhe konsumin e përgjegjshëm. Përmes një kombinimi të angazhimit të komunitetit, zhvillimit të aftësive dhe mundësive të punësimit, Tirana Green Living po transformon mënyrën se si komunitetet bashkëpunojnë për të krijuar një mjedis të qëndrueshëm dhe gjithëpërfshirës.



**Center for
Culinary Education**

<https://gek.al/tirana-green-life-community-in-tirana/>

Tradita Ime Artizanale është një sipërmarrje sociale e themeluar në Elbasan, e përkushtuar për ruajtjen e trashëgimisë së pasur artizanale të Shqipërisë, duke fuqizuar njëkohësisht gratë vendase nga komunitetet vulnerabël dhe të marginalizuara. I krijuar në një nga asetet e konfiskuara nga krimi i organizuar, kjo iniciativë ka transformuar një ish-aset të paligjshëm në një qendër kreativiteti, përfshirjeje dhe ndryshimi social.

Përmes trajnimit dhe punësimit, gratë artizane prodhojnë artikuj tradicionalë të punuar me dorë, siç janë qilimat, mbulesat e tavolinave, çantat e punuara me grep dhe aksesorët e leshit, ndërsa angazhohen gjithashtu në praktikat e riciklimit që i shndërrojnë pëlkurat e hedhura në produkte të reja.

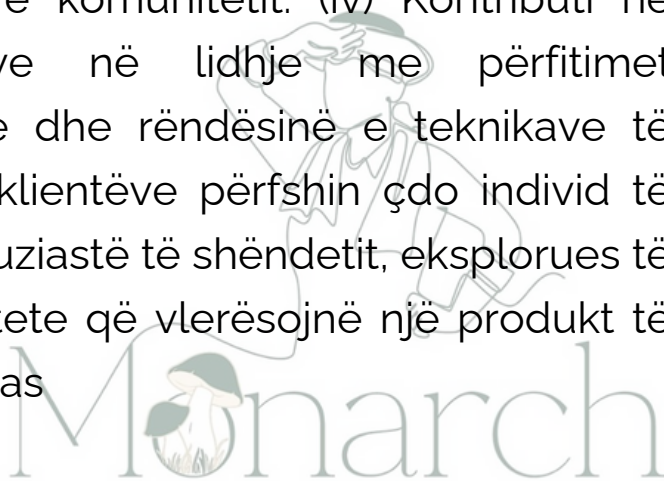
https://www.facebook.com/traditaimeartizanale/?locale=sq_AL

<https://madeinalbania.shop/stores/tradita-ime-artizanale>



Mushroom farm ka vizionin për zhvillimin e mëtejshëm të bujqësisë urbane nëpërmjet kultivimit të kërpudhave që shërbejnë si një produkt me vlera ushqimore, i sigurt dhe i prodhuar në vend. E themeluar nga Rexhina Gjolla, misioni i saj është të adresojë kërkesën në rritje për prodhime të freskëta organike, duke përdorur teknika miqësore me mjedisin. Objektivat kryesore janë: (i) Ofrimi i kërpudhave të freskëta dhe të sigurt për konsumatorët shqiptarë; (ii) Kontributi në reduktimin e emetimeve /gjurmës së karbonit përmes praktikave lokale të kultivimit; (iii) Fuqizimi i individëve për t'i afruar më shumë me bujqësinë dhe për të rritur ndërgjegjësimin për lidhjen më të thellë me praktikat e shëndetshme për të mirën e komunitetit. (iv) Kontributi në edukimin e konsumatorëve në lidhje me përfitimet shëndetësore të kërpudhave dhe rëndësinë e teknikave të sigurt të kultivimit. Baza e klientëve përfshin çdo individ të vetëdijshëm për mjedisin, entuziastë të shëndetit, eksplorues të kuzhinës, organizata, komunitete që vlerësojnë një produkt të sigurt, organik, lokal dhe vendas.

<https://www.instagram.com/monarchfarm.al/>



Ushtrime Interaktive

Ushtrim 1

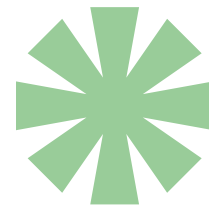
Dizajnoni “*landing page*” për idenë/sipërmarrjen tuaj duke përdorur mjetin online të dizajnit grafik Canva. Canva ka një dizajner “*landing page*” me modele (mockups) të parapërgatitura, ku thjesht duhet të ngarkosh materialet grafike të projektit, t'i dekorosh ato me elementë të tjerër vizual që ofron platforma dhe t'i publikosh ato.

Ushtrim 2

Plotësoni **Triple Balance Canvas** Canvas tuaj të Modelit të biznesit me ndikimt të trefishtë duke iu përgjigjur pyetjeve në secilin bllok të formatit (tempalte). Shkarkoni formatin dhe filloni!

DEFINE YOUR IDEA AND PROTOTYPE | Action Against Hunger

Ushtrim 3



Çfarë impakti social ose mjedisor do të sjelli ideja juaj dhe cilët do të jenë përfituesit? Përcaktoni treguesit ekonomikë, socialë dhe mjedisorë, për të ditur se si do t'i matni këto rezultate, si çdo pjesë tjetër e modelit të biznesit.

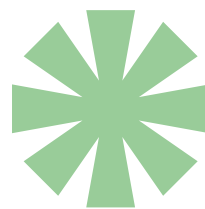
Ushtrim 4

Krijoni një “Elevator Pitch” **prezantim** mbi strategjinë tuaj për qëndrueshmërinë në modelin tuaj të biznesit.

Një Elevator Pitch është një prezantim shumë i shkurtër që synon të paraqesë një projekt, strategji apo biznes. Emri vjen nga koha që zgjat, i shkurtër sa një udhëtim me ashensor, sepse asnjëherë nuk i dihet kur mund të takoni dikë të interesuar për projektin tuaj.

Ideja është të japësh një fjalim të shkurtër por mbresëlënës, që përcjell idetë kryesore dhe shkon drejt e në thelb.

Përdorni strategjinë që kemi hartuar dhe gjeni mënyrën për ta prezantuar në **jo më shumë se një minutë**.





Ushtrime Vetë vlerësimi

1 – Çfarë është sipërmarrja sociale?

- A) Një formë ligjore për një kompani
- B) Një formë biznesi që synon të zgjidhë probleme sociale ose mjedisore
- C) Një organizatë jo fitimprurëse me impakt social
- D) Një sistem zgjidhjesh inovative

2 – Çfarë mjeti përdoret në një metodologji për zgjidhjen e problemeve?

- A) Canvas
- B) Landing Page
- C) Mjeti për Matjen e Impaktit
- D) Design Thinking

3 – Cilat janë fazat e *Design Thinking* ?

- A) Dizajn, Ideim, Prototip dhe Testim
- B) Empati, Përkufizim dhe Ideim
- C) Empati, Përkufizim, Ideim, Prototip dhe Testim
- D) Dizajn, Ideim, Përkufizim, Testim dhe Zbatim

4 – Dizajnimi i një Landing Page është një teknikë për të:

- A) Krijuar prototipin e një produkti ose shërbimi
- B) Dizajnin e një faqeje Web-i
- C) Dizajnin e ideve të biznesit
- D) Promovimin e biznesit tuaj që nga fillimi

5 – “Tripple Balance Canvas ”do t'ju lejojë të:

- A) Menaxhoni biznesin tuaj lehtësisht
- B) Matni impaktin mjedisor të biznesit tuaj me treguesit e përcaktuar
- C) Kuptoni çfarë dëshiron klientela juaj e mundshme
- D) Dizajnoni, analizoni dhe krijoni modelin tuaj të biznesit duke përfshirë aspektet ekonomike, mjedisore dhe sociale.

Përgjigjet e sakta: 1B, 2D, 3C, 4A, 5D



Burime Shtesë dhe Lexime të Mëtejshme

Lvivity.(n.d.). Procesi i të menduarit në dizajn: Çfarë është dhe pse ka rëndësi <https://lvivity.com/design-thinking-process>

Baldó de Andrés, P. / ENVIRALL.es. (2019). Triple Bottom Line: Sipërmarrje gjithëpërfshirëse me ndikim pozitiv . Action Against Hunger.

https://accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/manual_triple_balance_emprendimiento_inclusivo.pdf

Harvard Business School Online. (2020, October 15). What is the triple bottom line? - Cili është rezultati i trefishtë? <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-the-triple-bottom-line>

Accion contra el Hambre (n.d.). Recursos útiles para emprender. [RECURSOS ÚTILES PARA EMPRENDER | Acción contra el Hambre](#)

SANNAS. (n.d.). *Triple balance*. <https://www.sannas.eu/triple-balance/>

Action Against Hunger Foundation (2019). *Guide to prototyping entrepreneurship projects*. Fundación Acción contra el Hambre <https://www.accioncontraelhambre.org>
[Guía de prototipado](#)

AMPLE. (n.d.). Itinerario de emprendimiento agroalimentario. https://accioncontraelhambre.org/sites/default/files/2025-01/Manual%20Emprendimiento%20Agroalimentario_AMPLE.pdf

Bridge for Billions. (n.d.). Enabling real change through entrepreneurship. - *Ura për Miliarda. (e pav.). Mundësimi i ndryshimit të vërtetë përmes sipërmarrjes*. Retrieved from <https://www.bridgeforbillions.org/es/>

Books about *Lean* methodologies:

Liedtka, J. (2011). *Design for growth: A design thinking tool kit for managers*. - *Dizajn për rritje: Një set mjetesh të menduarit në dizajn për menaxherët*. Columbia University Press.

<https://www-2.rotman.utoronto.ca/design-for-growth/DesigningForGrowth.pdf>

Maurya, A. (2012). *Running lean: Iterate from plan A to a plan that works* (2nd ed.). O'Reilly Media - *Running lean: Iterate nga plani A në një plan që funksionon (botimi i 2-të)*. O'Reilly Media.

<https://es.scribd.com/document/305741388/Running-Lean>

Womack, J. P., & Jones, D. T. (2003). *Lean thinking: Banish waste and create wealth in your corporation* (Revised ed.). Free Press. - *Të menduarit e thjeshtë: Hiqni dorë nga mbeturinat dhe krijoni pasuri në korporatën tuaj*

https://www.researchgate.net/publication/200657172_Lean_Thinking_Banish_Waste_and_Create_Wealth_in_Your_Corporation

Neeley, L. (1998). Entrepreneurs and bootstrap finance: Business, business planning, and business start-up - *Sipërmarrësit dhe financimi fillestar: Biznesi, planifikimi i biznesit dhe fillimi i biznesit* . McGraw-Hill.

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=76d24103a6ff04ad9320ea814203fc68b02bb91>

Levinson, J. C. (2007). Guerrilla marketing: Easy and inexpensive strategies for making big profits from your small business (4th ed.). Houghton Mifflin. - Marketingu guerilas: Strategji të lehta dhe të lira për të bërë fitime të mëdha nga biznesi juaj i vogël (botimi i 4-të).

<https://es.scribd.com/document/443107105/korefo-guerrilla-marketing-jay-conrad-levinson-pdf-xesikup>



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.