



LEADERS 4FUTURE

T3.2. MATERIALI I TRAJNIMIT

Financuar nga Bashkimi Evropian. Megjithatë, pikëpamjet dhe opinionet e shprehura janë vetëm ato të autorit/autorëve dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht ato të Bashkimit Evropian ose EACEA-s. As Bashkimi Evropian dhe as autoriteti grantues nuk mund të mbahen përgjegjës për to.

Mohim përgjegjësie

Informacioni, dokumentacioni dhe shifrat në këtë material janë shkruar nga konsorciumi i projektit LEADERS4FUTURE sipas marrëveshjes së grantit X të KE-së dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht pikëpamjet e Komisionit Evropian. Komisioni Evropian nuk është përgjegjës për asnjë përdorim që mund t'i bëhet informacionit të përmbajtur këtu.

Ky material përmban punë origjinale të pabotuar, përveç rasteve kur tregohet qartë ndryshe. Përmendja e materialit të botuar më parë dhe e punës së të tjerëve është bërë nëpërmjet citimit, citimit ose të dyjave të përshtatshme. Riprodhimi është i autorizuar me kusht që të përmendet burimi.

Çdo përhapje e rezultateve pasqyron vetëm pikëpamjen e autorit dhe Komisioni Evropian nuk është përgjegjës për asnjë përdorim që mund t'i bëhet informacionit që përmban. Përgjegjësia e vetme për përmbajtjen e këtij botimi u takon autorëve.

Mesazhi i të drejtave të autorit (vetëm për raportet publike)

Ky raport, nëse nuk është konfidencial, është i licencuar sipas një Licence Ndërkombëtare Creative Commons Attribution 4.0 (CC BY 4.0); një kopje është e disponueshme këtu: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Numri i Projektit: 101185858

Akronimi i Projektit: Leaders for Future

Titulli i Projektit: Ndërtimi i Kapaciteteve për Organizatat Rinore që Promovojnë Sipërmarrjen e Grave dhe Bizneset e Reja

Titulli i dorëzueshëm: Material trajnimi

Numri i dorëzimit: D3.2

Paketa e punës: WP3: Trajnimi i trajnerit - Kurs i kombinuar dhe vizitë studimore për punonjësit e të rinjve në Norvegji

Detyrë: T3.2: Zhvillimi i materialeve të trajnimit për punonjësit e të rinjve (teori) dhe gratë e reja (material praktik)

Lloji: Raport, DEC

Niveli i Shpërndarjes: PU

Versioni: 1

Data e dorëzimit: M10

Fjalë kyçe: Material trajnimi, punonjës rinor, mentorim, entrecomp

Përmbledhje: Ky kurs i pajis punonjësit e të rinjve me mjete për të mentoruar gratë e reja sipërmarrëse. Ai mbulon trajnimin (inteligjencën emocionale, dinamikën gjinore) dhe aftësitë teknike të biznesit (shkrim-leximin financiar, marketingun), të strukturuar rreth kornizës EntreComp.

Gjuha: Shqiptar

Përfituesi Kryesor: INTERA

Autorët: INTERA me kontributin e partnerit

Kontribuesit: OpenEurope, Yyouth, ReadLab, Step+, INTERA, PRIMA dhe ALBACADEMY

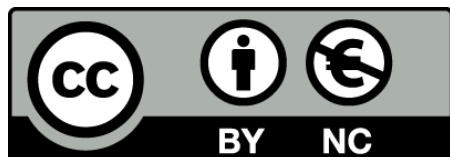
Data e publikimit: 19.12.2025

Fletë dorëzimi

	Partner	Përgjegjës	Data
Zhvillimi i kursit	Të gjithë partnerët	INTERA	15.11.2025
Rishikimi dhe reagimet	Të gjithë partnerët – vlerësimi nga kolegët	ReadLab	30.11.2025
Version i përmirësuar	Të gjithë partnerët	INTERA	10.12.2025
Miratuar më në fund nga	Ana Isabel Herranz Zentarski	OpenEurope	18.12.2025

Redaktorët: Associació de Programes Educatius 'OpenEurope',

Kontribues: YYouth, ReadLab, STEP+, INTERA, Prima dhe Albacademy.



© BASHKIMI EVROPIAN, 2025

Mbështetja e Komisionit Evropian për prodhimin e këtij botimi nuk përbën një miratimin e përmbajtjes, e cila pasqyron vetëm pikëpamjet e autorëve.

Komisioni nuk mund të mbahet përgjegjës për asnjë përdorim që mund t'i bëhet informacionin e përfshirë në të. në sektorin e mikpritjes.

Tabela e Përmbajtjes

HYRJE – PJESA TEORIKE	9
DEKLARATA E MIRËSEARDHJES DHE VIZIONIT	9
QASJE PEDAGOGJIKE	9
KORNIZAT THEMELORE	10
DIZAJN I PËRGJEGJSHËM NDAJ GJINISË	11
SI TË LUNDRONI NË KURS.....	12
MODULI 1 - BAZAT E MBËSHETJES SË SIPËRMARRJES RINORE (KONTEKSTI DHE PEDAGOGJIA)	13
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	13
OBJEKTIVAT	13
REZULTATET E TË NXËNIT	14
A. KONTEKSTI I PROJEKTIT DHE SFIDAT PËR GRATË E REJA SIPËRMARRËSE.....	14
B. QASJE TË PËRGJEGJSHME NDAJ GJINISË DHE NDËRSEKTORIALE	20
C. PARIMET E TË MËSUARIT JOFORMAL DHE TË PËRZIER.....	26
ZBATIMI DHE PRAKTIKA	31
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE BURIMET	33
AUTO-VLERËSIM / VETËVLERËSIM	33
MODULI 2 – FUQIZIMI I MENDËSISË: MENTORIMI DHE INTELIGJENCA EMOCIONALE.....	36
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	36
OBJEKTIVAT	36
REZULTATET E TË NXËNIT	37
A. PSE DUHET TË FUQIZOJMË MENTALITETIN E GRAVE?.....	37
B. SI MUND T’I MENTOROJNË PUNËTORËT E TË RINJVE GRATË?	43
C. PARIMET E TË MËSUARIT JOFORMAL DHE TË PËRZIER.....	49
ZBATIMI DHE PRAKTIKA	55
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE BURIMET	57
AUTO-VLERËSIM / VETËVLERËSIM	58
MODULI 3 - ANGAZHIMI STRATEGJIK: KOMUNIKIMI DHE NAVIGIMI NË EKOSISTEM.....	61
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	61
OBJEKTIVAT	61
REZULTATET E TË NXËNIT	62
A. KOMUNIKIM EFEKTIV PËR FUQIZIM.....	62
B. LUNDRIMI NË EKOSISTEMIN NDËRMARRËS.....	67
C. NDËRGJEGJËSIMI DHE AVOKIMI PËR POLITIKAT	70
ZBATIMI DHE PRAKTIKA	73
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE BURIMET	74
AUTO-VLERËSIM / VETËVLERËSIM	75
MODULI 4. ENTRECOMP DHE NJOHURI SIPËRMARRËSE PËR TRAJNERËT	77
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	77
OBJEKTIVAT	77
REZULTATET E TË NXËNIT	78
A. ZHYTJE E THELLË NË KORNIZËN ENTRECOMP	78
B. KRYESORE NDËRMARRËSE (PERSPEKTIVA E TRAJNERIT)	86
ZBATIMI DHE PRAKTIKA	93
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE BURIMET	96
AUTO-VLERËSIM / VETËVLERËSIM	97

HYRJE PJESA PRAKTIKE	100
DEKLARATA E MIRËSEARDHJES DHE VIZIONIT	100
AUDIENCA E SYNUAR	100
QASJE PEDAGOGJIKE	100
KORNIZAT THEMELORE	101
DIZAJN I PËRGJEGJSHËM NDAJ GJINISË	101
SI TË LUNDRONI NË KURS.....	102
MODULI 1. KULTIVIMI I NJË MENDËSIE DHE VIZIONI SIPËRMARRËS.....	104
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	104
OBJEKTIVAT E TË MËSUARIT.....	104
KOMPETENCAT KRYESORE	105
HYRJE DHE FRYMËZIM	105
PËRMBAJTJA KRYESORE: UDHËZIME PRAKTIKE HAP PAS HAPI	107
ZBATIMI DHE PRAKTIKA E AFTËSIVE ("RADHA JUAJ").....	116
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE MBËSHTETJE E PËRMIRËSUAR	118
NDJEKJA E PROGRESIT TË VETËVLERËSIMIT	120
MODULI 2. NJOHURI TË TREGUT DHE PROPOZIM VLERE.....	123
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	123
OBJEKTIVAT E TË MËSUARIT.....	123
KOMPETENCAT KRYESORE	124
HYRJE DHE FRYMËZIM	125
PËRMBAJTJA KRYESORE: UDHËZIME PRAKTIKE HAP PAS HAPI	126
ZBATIMI DHE PRAKTIKA E AFTËSIVE ("RADHA JUAJ").....	134
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE MBËSHTETJE E PËRMIRËSUAR	136
NDJEKJA E PROGRESIT TË VETËVLERËSIMIT	137
MODULI 3 BIZNESI DIXHITAL DHE ZHVILLIMI I MARKËS.....	139
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	139
OBJEKTIVAT E TË MËSUARIT.....	139
KOMPETENCAT KRYESORE	139
HYRJE DHE FRYMËZIM	140
PËRMBAJTJA KRYESORE: UDHËZIME PRAKTIKE HAP PAS HAPI	141
ZBATIMI DHE PRAKTIKA E AFTËSIVE ("RADHA JUAJ").....	146
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE MBËSHTETJE E PËRMIRËSUAR	146
NDJEKJA E PROGRESIT TË VETËVLERËSIMIT	147
MODULI 4 PLANIFIKIMI FINANCIAR DHE RRUGËT E FINANÇIMIT	149
PËRSHKRIM I SHKURTËR I MODULIT	149
OBJEKTIVAT E TË MËSUARIT.....	149
KOMPETENCAT KRYESORE	150
HYRJE DHE FRYMËZIM	150
PËRMBAJTJA KRYESORE: UDHËZIME PRAKTIKE HAP PAS HAPI	152
ZBATIMI DHE PRAKTIKA E AFTËSIVE ("RADHA JUAJ").....	159
PËRMBLEDHJE E MODULIT DHE MBËSHTETJE E PËRMIRËSUAR	160
NDJEKJA E PROGRESIT TË VETËVLERËSIMIT	161
INTEGRIMI I QENDRËS SË BURIMEVE.....	163
SPANJË	163
NORVEGJI.....	164
GREQI.....	165

MALI I ZI	166
SHQIPËRI	167
KOSOVË	168
BOSNJA DHE HERCEGOVINA	169
FJALOR	171
LEXIME DHE BURIME TË MËTEJSHME	179
REFERENCAT	182
PËRGJIGJET PËR PJESËN TEORIKE TË VETËVLERËSIMIT	184

PJESA TEORIKE

MATERIALE TRAJNIMI PËR PUNËTORËT RINORË

HYRJE – PJESA TEORIKE

Deklarata e Mirëseardhjes dhe Vizionit

Vizioni i projektit "Leaders for Future" është fuqizimi i grave të reja sipërmarrëse dhe përmirësimi i ndjeshëm i punësimit të tyre. Ne synojmë posaçërisht gratë e reja nga prejardhje të pafavorizuara në të gjithë Evropën dhe Ballkanin Perëndimor. Ky mision arrihet duke u përqendruar në ndërtimin e kapacitetit të organizatave rinore dhe punëtorëve për të hartuar dhe zbatuar aktivitete të të nxënimit joformal që nxisin një mendësi sipërmarrëse dhe aftësi kyçe për pavarësi ekonomike.

Qasje Pedagogjike

Baza metodologjike për materialet e trajnimit "Udhëheqësit për të Ardhmen" është e rrënjësuar fort në të nxënimit joformal (NFLE), duke i dhënë qëllimisht përparësi fleksibilitetit, përshtatshmërisë dhe një qasje të përqendruar te pjesëmarrësi mbi kurrikulat e ngurta. Ky fokus siguron një përvojë dinamike të të nxënimit të përshtatur posaçërisht për nevojat dhe preferencat individuale të grave të reja sipërmarrëse. NFLE mbështet zhvillimin sipërmarrës kryesisht përmes të nxënimit me përvojë në vend të mësimdhënies tradicionale, duke i mundësuar grave të reja të zhvillojnë një mendësi sipërmarrëse dhe kompetenca të zbatueshme në të gjitha sferat e jetës.

Kursi përdor një qasje të të nxënimit të përzier, duke kombinuar strategjikisht aktivitetet online dhe offline për të maksimizuar shtrirjen dhe aksesin. Ky model hibrid është veçanërisht i rëndësishëm për mbështetjen e grave të reja që mund të jenë në zona rurale ose të izoluara ose që përballen me kufizime gjeografike ose teknologjike. Për shembull, një kurs i përzier 30-orësh për punonjësit e të rinjve përmban si periudha online të vetë-studimit ashtu edhe seanca të planifikuara pyetje-përgjigje online për të adresuar dyshimet. Vetë materialet ofrohen nëpërmjet platformave dixhitale dhe interaktive për të siguruar që ato janë të lehta për t'u përdorur në celular dhe të aksesueshme.

Pedagogjia është shumë praktike dhe e orientuar drejt veprimit, duke hartuar module që ofrojnë udhëzime të qarta hap pas hapi dhe strategji të zbatueshme që pjesëmarrësit mund t'i zbatojnë menjëherë në udhëtimet e tyre sipërmarrëse. Materialet e trajnimit përfshijnë burime të gatshme për përdorim për gratë e reja në fusha teknike si njohuritë financiare dhe planifikimi i biznesit, si dhe module teorike për punonjësit e të rinjve mbi mentorimin dhe dinamikën gjinore.

Për të nxitur angazhimin e thellë dhe ndërtimin e komunitetit, qasja integron fuqishëm metodat pjesëmarrëse. Këto metoda përfshijnë:

- **Tregimi i historive:** Kjo përdoret për të inkurajuar pjesëmarrësit të ndajnë rrëfime personale dhe përvoja nga jeta reale, duke nxitur angazhimin dhe të nxënit e ndërsjellë. Punonjësit e të rinjve inkurajohen të përdorin rrëfimin e historive si modele për të rritur motivimin dhe për të ndihmuar gratë e reja të forcojnë vetëdijen dhe qëllimin përmes teknikave të hartëzimit të narrativave.
- **Diskutime në tryezë të rrumbullakët:** Këto sesione përdoren për të inkurajuar zgjidhjen bashkëpunuese të problemeve dhe për të zgjeruar perspektivat midis pjesëmarrësve, duke nxitur mentorimin dhe trajnimin.
- **Simulimet dhe Lojërat me Role:** Këto teknika përdoren, për shembull, për të praktikuar negociatat me investitorët, për të trajtuar reagimet e klientëve ose për të provuar strategji efektive përballimi për qëndrueshmëri.

Kjo metodologji e përgjithshme siguron zhvillimin e një mjedisi mësimor gjithëpërfshirës, të përqendruar te nxënësi dhe fuqizues. Për më tepër, materialet e kursit janë përshtatur në kontekstet socio-ekonomike dhe kulturore specifike të vendit, duke përfshirë studime rastesh lokale dhe informacion rregullator, dhe duke siguruar disponueshmërinë në gjuhët amtare për të rritur rëndësinë. Ky dizajn i kujdesshëm synon të adresojë sfidat e dyfishta me të cilat përballen gratë e reja: barrierat strukturore të jashtme (si financat dhe burokracia) dhe problemet e brendshme psikologjike (si frika nga dështimi dhe mungesa e vetëbesimit).

Kornizat Themelore

Bërthama intelektuale dhe strategjike e projektit mbështetet në dy korniza gjithëpërfshirëse evropiane të zhvilluara nga Qendra e Përbashkët e Kërkimit (JRC): EntreComp (Korniza Evropiane e Kompetencave të Sipërmarrjes) dhe LifeComp (Korniza Evropiane për Kompetencën Personale, Sociale dhe të Mësimin për të Nxënë). Këto modele ofrojnë një fokus të dyfishtë, duke siguruar që trajnimi të adresojë si kërkesat teknike të fillimit të një biznesi ashtu edhe qëndrueshmërinë personale kritike të nevojshme për suksesin sipërmarrës.

Korniza EntreComp shërben si referenca kryesore për strukturimin dhe zhvillimin e aftësive sipërmarrëse. Ajo e përcakton sipërmarrjen si një kompetencë transversale - aftësinë për të vepruar mbi idetë dhe mundësitë dhe për t'i përkthyer ato në vlerë financiare, kulturore ose sociale për të tjerët. EntreComp është strukturuar rreth tre fushave të ndërlidhura: 'Ide dhe mundësi', 'Burime' dhe 'Në veprim', që përfshijnë 15 kompetenca specifike dhe të

hartuara në një model përparimi me 8 nivele. Punonjësit e të rinjve marrin trajnim të dedikuar për të zotëruar këtë kornizë, duke i mundësuar ata të identifikojnë dhe adresojnë në mënyrë sistematike boshllëqet e aftësive teknike tek gratë e reja, të tilla si njohuritë financiare, planifikimi i biznesit dhe mobilizimi i burimeve.

Korniza LifeComp ofron bazën për ndërtimin e aftësive të buta thelbësore dhe kultivimin e një mendësie fuqizuese. Ajo përqendrohet në kompetencat kryesore në të gjitha fushat Personale (vetëdija, ekuilibri emocional), Sociale (empatia, komunikimi) dhe Mësimi për të Nxënë (rezistenca, mendësia e rritjes). Kjo kornizë përdoret në mënyrë të qartë për të hartuar ndërhyrje që synojnë heqjen e barrierave psikologjike me të cilat përballen gratë e reja në mënyrë disproporcionale, duke përfshirë frikën nga dështimi, mungesën e vetëbesimit dhe shmangien e rrezikut. Duke integruar LifeComp, projekti siguron që punonjësit e të rinjve të fitojnë metodologjitë e trajnimit të nevojshme për të nxitur qëndrueshmërinë, mendësitë e rritjes dhe vetëefikasitetin tek sipërmarrësit aspirantë.

Dizajn i Përgjegjshëm ndaj Gjinisë

Parimi kryesor i hartimit të materialeve të trajnimit është që të jenë thelbësisht të përgjegjshme ndaj aspektit gjinor, duke siguruar që ato të jenë të ndjeshme ndaj aspektit gjinor dhe fuqizuese për të trajtuar paragjykimet dhe dinamikat gjinore që mbizotërojnë në të gjithë Evropën Jugore dhe Ballkanin Perëndimor. Kjo qasje kritike synon të nxisë ndryshime në sjellje që çojnë në praktika më të barabarta dhe gjithëpërfshirëse ndaj grave.

Dizajni trajton në mënyrë specifike sfidat e dyfishta me të cilat përballen gratë e reja: si boshllëqet në aftësitë teknike (si menaxhimi financiar dhe marketingu dixhital) ashtu edhe barrierat e vazhdueshme psikologjike (si mungesa e vetëbesimit, frika nga dështimi dhe mospëlqimi ndaj rrezikut). Materialet janë përshtatur në kontekstet lokale socio-ekonomike dhe kulturore, duke u përballur drejtpërdrejt me pengesa rajonale, si presioni i shtuar shoqëror për të ndjekur karriera të qëndrueshme, pritjet për kujdesin dhe presioni i fortë familjar. Gjithashtu, ai i pajis punonjëset rinore për të mbështetur gratë e reja që lundrojnë në sektorë të dominuar nga meshkujt, të cilët janë veçanërisht të përhapur në Evropën Jugore dhe Ballkanin Perëndimor.

Një element themelor i kësaj metodologjie është integrimi i një perspektive ndërsektoriale. Ky mjet kritik pranon se gratë nuk janë një grup homogjen dhe se identitetet mbivendosen për të krijuar përvoja unike diskriminimi. Qëllimi i kësaj lente ndërsektoriale është të sigurojë që ndërhyrjet të jenë plotësisht gjithëpërfshirëse për gratë nga grupet minoritare, gratë me aftësi të kufizuara dhe gratë LGBTI+, duke parandaluar përjashtimin e nëngrupeve vulnerabël të cilat mund të mos përfitojnë nga programet e përqendruara vetëm në gjini

ose vetëm në një faktor të vetëm marginalizues. Për ta arritur këtë, punonjësit e të rinjve trajnohen për ndjeshmërinë gjinore dhe u ofrohen mjete për të krijuar "hapësira të sigurta", për të lehtësuar mbështetjen e përshtatur dhe për të promovuar modele frymëzuese femërore nga prejardhje të ndryshme për të rritur vetëbesimin.

Si të lundroni në kurs

Kursi miraton një qasje dinamike dhe fleksibile të rrënjësor në Mësimin Jo-Formal (NFLE), duke përdorur një model të përzier për të maksimizuar aksesin, veçanërisht për ata në zona rurale ose të izoluar.

Navigimi dhe Struktura:

- Udhëzime për Platformën: Jepen udhëzime të qarta se si ta përdorni platformën në mënyrë efektive, të qaseni në module individuale, të angazhoheni në aktivitete dhe të shfrytëzoni veçoritë e mbështetjes.
- Ritëm fleksibël: Metodologjia mbështet shtigje mësimore të përqendruara te pjesëmarrësit, duke u lejuar punonjësve të të rinjve të zgjedhin module dhe të caktojnë një ritëm që është më i rëndësishëm për nevojat e tyre individuale ose për boshllëqet specifike të aftësive të grave të reja që ata mbështesin.
- Angazhim i Përzier: Kursi kombinon vetë-studimin asinkron - ku pjesëmarrësit punojnë me materiale, udhëzues dhe mjete të përshtatshme për celularë me ritmin e tyre - me seanca të planifikuara online drejtpërdrejt. Janë planifikuar dy seanca pyetje-përgjigje online për të sqaruar çdo dyshim që lind gjatë periudhës së vetë-studimit.
- Dizajni Modular: Struktura inkurajon një dizajn modular ose adaptiv, me potencialin për pista "bazike" ose "të avancuara" për t'iu përshtatur niveleve të ndryshme të përvojës, duke siguruar që trajnimi të jetë vazhdimisht i rëndësishëm dhe i personalizuar.
- Mjete Mësimore: Navigimi përfshin angazhimin me përmbajtje shumë praktike dhe të orientuar drejt veprimit, të hartuara për të ofruar udhëzime të qarta hap pas hapi, së bashku me metoda pjesëmarrëse si rrëfimi i historive dhe diskutimet në tryezë të rrumbullakët. Vetë materialet e udhëzojnë përdoruesin drejt strategjive të zbatueshme që mund t'i zbatojnë menjëherë.

Moduli I - Bazat e Mbështetjes së Sipërmarrjes Rinore (Konteksti dhe Pedagogjia)

Përshkrim i shkurtër i modulit

Ky modul 1 prezanton kontekstin urgjent socioekonomik dhe pengesat specifike me të cilat përballen gratë e reja sipërmarrëse në Evropë dhe Ballkanin Perëndimor. Ai krijon bazën metodologjike për trajnimin, duke theksuar Mësimin Joformal dhe të Përzier së bashku me Dizajnin e Përgjegjshëm Gjinator dhe Ndërsektorialitetin.

Ky modul i pajis punonjësit rinor me metodologjitë e përshtatura (trajnim, mentorim, trajnim) të nevojshme për të adresuar sfidat e dyfishta me të cilat përballen gratë e reja: barrierat strukturore të jashtme (p.sh., financat, burokracia) dhe problemet e brendshme psikologjike (p.sh., frika nga dështimi, mungesa e vetëbesimit). Ai siguron që materialet të jenë të përgjegjshme ndaj gjinisë, duke trajtuar drejtpërdrejt paragjykimet dhe presionet shoqërore, dhe ndërthurëse, duke parandaluar përjashtimin e grave nga nëngrupet minoritare ose të cenueshme. Punonjësit rinor janë thelbësorë në transformimin e këtyre aspiratave në arritje.

Objektivat

Synimet kryesore për punonjësirin rinor pas përfundimit të Modullit 1 janë:

- Të analizojë dhe artikulojë kontekstin urgjent socioekonomik dhe sfidat e dyfishta (strukturore dhe psikologjike) që ndikojnë në mënyrë disproporcionale te gratë e reja sipërmarrëse në Evropë dhe në Ballkanin Perëndimor. Kjo përfshin kuptimin e barrierave që lidhen me financat, burokracinë, vetëbesimin dhe frikën nga dështimi.
- Të integrojë Dizajnin e Përgjegjshëm ndaj Çështjeve Gjimore dhe një perspektivë Ndërsektoriale në programet dhe materialet mbështetëse. Kjo siguron që trajnimi të adresojë në mënyrë aktive paragjykimet, presionet shoqërore dhe nevojat unike të nëngrupeve të ndryshme, siç janë gratë me aftësi të kufizuara ose ato nga zonat rurale.
- Të përdorë metodologji efektive pedagogjike, duke përfshirë Mësimin Jo-Formal (NFLE) dhe Qasjen e Mësimit të Përzier, për të ofruar trajnim praktik dhe të orientuar drejt veprimit. Punonjësi rinor do të jetë në gjendje të aplikojë teknikat e trajnimit dhe mentorimit (si Trajnimi i Bazuar në Pikat e Forta dhe Narrativat e Rezistencës) për të ndërtuar si kompetencat kryesore të biznesit ashtu edhe aftësitë thelbësore të buta (rezistencë, vetëbesim) .

Rezultatet e të Nxënit

Pas përfundimit të Modullit 1, pjesëmarrësit do të fitojnë njohuritë, të kuptuarit dhe aftësitë e nevojshme për të shërbyer si profesionistë mbështetës efektivë dhe të vetëdijshëm për kontekstin:

- Njohja dhe Kuptimi: Pjesëmarrësit do të kuptojnë kontekstin urgjent socioekonomik dhe sfidat specifike të dyfishta - strukturore (financat, burokracia) dhe individuale (besimi, frika nga dështimi) - që ndikojnë në mënyrë disproporcionale tek gratë e reja sipërmarrëse. Ato do të njohin rolin udhëheqës të kornizave EntreComp dhe LifeComp dhe rëndësinë kritike të integritit të Dizajnit të Përgjegjshëm Gjinator dhe një perspektive Ndërsektoriale për të arritur rezultate të barabarta për nëngrupet e ndryshme.
- Të jesh i aftë të bësh: Pjesëmarrësit do të jenë në gjendje të aplikojnë metodologjitë e Mësimit Jo-Formal (NFLE) dhe të Mësimit të Përzier për të siguruar që trajnimi të jetë i arritshëm, i orientuar drejt veprimit dhe fleksibël. Ata do të jenë në gjendje të përdorin teknika trajnimi (si Trajnimi i Bazuar në Pikat e Forta) për të adresuar barrierat psikologjike, duke kultivuar forcën e brendshme, besimin dhe qëndrueshmërinë (LifeComp Aligned). Për më tepër, ata do të jenë të pajisur për të lehtësuar trajnimin mbi funksionet kryesore të biznesit, të tilla si menaxhimi financiar dhe strategjia e Business Model Canvas, duke kapërcyer boshllëqet e identifikuar të aftësive teknike (EntreComp Aligned).

A. Konteksti i Projektit dhe Sfidat për Gratë e Reja Sipërmarrëse

Shpjegimi i Konceptit

Ky modul detajon arsyet urgjente socio-ekonomike që qëndrojnë pas nevojës për mbështetje të synuar dhe identifikon pengesat me të cilat përballen themelueset femra aspirante, veçanërisht ato nga popullatatat vulnerabël.

Konteksti gjithëpërfshirës për zhvillimin e mbështetjes për sipërmarrjen është i rrënjosur në adresimin e aksesit të kufizuar në punësim të denjë për gratë e reja në të gjithë Evropën dhe Ballkanin Perëndimor. Në të gjitha vendet partnere, papunësia e të rinjve identifikohet si një problem strukturor që prek në mënyrë disproporcionale gratë e reja. Për shembull, papunësia e të rinjve femra në grupmoshën 25-29 vjeç është 86% më e lartë se papunësia e të rinjve meshkuj në Spanjë dhe 57% më e lartë në Greqi. Në Ballkanin Perëndimor, pjesëmarrja e grave në fuqinë punëtore është e ulët dhe boshllëqet gjinore në punësim

janë të vazhdueshme, duke filluar nga 12.9% në Mal të Zi deri në 28.7% në Kosovë (në vitin 2020).

Sipërmarrja shihet si një rrugë thelbësore për gratë e reja, duke u ofruar atyre fuqizim ekonomik, pavarësi dhe kontroll mbi karrierën e tyre. Ajo ofron fleksibilitet, i cili është jetik për ato me përgjegjësi kujdesi, dhe u mundëson grave të thyejnë barrierat gjinore duke marrë role udhëheqëse. Të shtyra nga motivimi i fuqishëm për të punuar për ëndrrat e tyre, shumë gra të reja e shohin sipërmarrjen jo vetëm si një sipërmarrje profesionale, por si një udhëtim të thellë zhvillimi personal.

Megjithatë, pavarësisht këtij motivimi dhe potenciali, gratë e reja hasin shumë më tepër pengesa sesa burrat në të njëjtën situatë.

Barrierat Strukturore dhe të Jashtme

Pengesa më të rëndësishme të identifikuara janë të jashtme dhe strukturore, duke sugjeruar që edhe sipërmarrësit e aftë mund të pengohen nga një mjedis jo mbështetës.

A. Kufizime Financiare : Një pengesë kryesore në të gjitha rajonet është mungesa e parave dhe qasja në kapitalin fillestar. Gratë e reja sipërmarrëse përballen me probleme të thella financimi. Globalisht, vetëm një përqindje e vogël (2.3% e kapitalit sipërmarrës) u ndahet grave sipërmarrëse. Qasja në mbështetje financiare, qoftë përmes kredive konvencionale apo fondeve familjare, është e vështirë, veçanërisht pasi gratë, veçanërisht gratë e reja, kanë më pak gjasa të mbajnë asete që mund të përdoren si siguri. Për më tepër, rreziqet financiare të përfshira në fillimin e një biznesi janë një pengesë e madhe për ata që vetëm punojnë ose studiojnë.

B. Mjedisi Rregullator dhe Burokratik Kompleks : Sipërmarrësit shpesh përballen me burokraci dhe rregullore komplekse dhe kërkuese. Ekziston një mungesë e përhapur e një plani të qartë dhe të centralizuar për fillimin e një biznesi, gjë që krijon frustrim. Pjesëmarrësit shpesh shprehin një nevojë themelore për një "pikë mbështetjeje" të dedikuar ku mund të marrin këshilla të qarta dhe konfidenciale mbi hapat bazë si kërkesat ligjore, lejet dhe çështjet fiskale. Ky boshllëk në njohuritë e procedurës burokratike është një sfidë kyçe. Në disa zona, vështirësia në navigimin në faqet e internetit qeveritare është gjithashtu një shqetësim specifik.

C. Ekosisteme Mbështetëse të Pamjaftueshme : Gratë e reja sipërmarrëse përballen vazhdimisht me akses të kufizuar në sisteme mbështetëse, të tilla si inkubatorët ose programet e mentorimit. Mungojnë struktura gjithëpërfshirëse mbështetëse të përshtatura

posaçërisht për nevojat e tyre. Programet ekzistuese të sipërmarrjes shpesh perceptohen si jo mjaftueshëm gjithëpërfshirëse ose të fokusuar ngushtë në sektorë specifikë, siç është teknologjia. Kjo pamjaftueshmëri e ekosistemit karakterizohet nga:

- Mungesa e rrjeteve profesionale.
- Mungesa e modeleve të dukshme femra nga prejardhje të ndryshme që mund t'i frymëzojnë dhe udhëzojnë ato.
- Barrierat e pabarazisë rajonale, që do të thotë se informacioni dhe mundësitë nuk arrijnë në mënyrë të barabartë në zonat rurale dhe qendrore.

Barrierat Individuale dhe Psikologjike

Sipërmarrja kërkon qëndrueshmëri dhe durim, por gratë e reja shpesh përballen me sfida të brendshme dhe personale që i pengojnë ato të angazhohen ose të vazhdojnë sipërmarrjet e tyre.

A. Sfidat dhe Mënyra e të Menduarit Psikologjik: Rruga përcaktohet nga vështirësi të rëndësishme të brendshme, duke përfshirë menaxhimin e vazhdueshëm të frikës dhe pasigurisë. Barrierat kryesore psikologjike të identifikuara përfshijnë:

- Frika nga dështimi dhe shmangia e rrezikut.
- Mungesë vetëbesimi në potencialin e tyre sipërmarrës dhe në vendimmarrje.
- Presioni shoqëror për të ndjekur karriera të qëndrueshme dhe modele të kufizuara sipërmarrëse.

B. Mangësitë në Aftësitë Teknike dhe Ndërpersonale: Hulumtimi identifikoi mangësi specifike që pengojnë krijimin dhe rritjen e biznesit. Këto ndahen në dy kategori kryesore:

1. Mangësitë në Aftësitë Teknike: Këto përfshijnë mangësi në funksionet kryesore të biznesit, siç janë menaxhimi financiar, planifikimi i biznesit (p.sh., strukturimi i ideve duke përdorur mjete si Business Model Canvas) dhe marketingu. Pjesëmarrësit e njohin nevojën kritike për marketing të mirë dhe dizajn profesional për të ndërtuar besim, por shpesh u mungojnë burimet për ta ekzekutuar këtë në mënyrë efektive.
2. Mangësitë në Aftësi Ndërpersonale dhe në Aftësi të Buta: Këto aftësi thelbësore lidhen me menaxhimin e vetes dhe marrëdhëniet e tyre. Nevojat përfshijnë zhvillimin e aftësive udhëheqëse, komunikimin efektiv dhe aftësitë e rrjetëzimit. Gjithashtu thelbësore janë aftësitë që lidhen me qëndrueshmërinë personale, të tilla si menaxhimi i kohës, menaxhimi i stresit dhe ruajtja e një ekuilibri të shëndetshëm midis punës dhe jetës personale për të shmangur lodhjen.

Si përfundim, ne synojmë t'i adresojmë në mënyrë sistematike këto sfida të dyfishta - barrierat e jashtme strukturore që lidhen me financat, burokracinë dhe mbështetjen, si dhe barrierat e brendshme individuale që lidhen me aftësitë, vetëbesimin dhe qëndrueshmërinë - për të fuqizuar gratë e reja në udhëtimet e tyre sipërmarrëse.

Shembuj dhe Studime Rasti

Studimet e mëposhtme të rasteve pasqyrojnë barrierat strukturore, ekonomike dhe kulturore të identifikuara në grupet e fokusit të mbajtura në Evropën Veriore dhe Ballkanin Perëndimor.

Studimi i Rastit 1: Sfida e Integritit dhe Ekosistemi i Segreguar (Norvegji)

Konteksti: Norvegjia, pavarësisht nivelit të lartë të barazisë gjinore, paraqet pengesa të dallueshme për gratë sipërmarrëse, veçanërisht ato që janë emigrante ose që operojnë jashtë sektorëve të teknologjisë së lartë.

Shembull praktik: Amina, një emigrante 28-vjeçare që banon në një qytet norvegjez, dëshiron të nisë një biznes të fokusuar në zanate dhe dizajn të brendshëm që përfshin elementë të kulturës së saj të origjinës. Amina përballet me sfida të dyfishta: kulturore dhe sistematike. Ekosistemi formal i biznesit shpesh është i orientuar drejt sektorëve të dominuar nga meshkujt, siç janë startup-et teknologjike. Amina mendon se biznesi i saj nuk merret seriozisht për shkak të mungesës së modeleve të dukshme femërore nga prejardhje të ndryshme. Ajo gjithashtu përjeton probleme të izolimit dhe mundësive të kufizuara të rrjetëzimit. Kur kërkon mbështetje, ajo zbulon se informacioni thelbësor në lidhje me taksat, planet e biznesit dhe financimin publik është i vështirë për t'u aksesuar sepse nuk është gjithmonë i disponueshëm ose lehtësisht i kuptueshëm në gjuhë të thjeshtë. Mungesa e një sistemi mbështetës gjithëpërfshirës dhe proaktiv që njeh potencialin brenda komuniteteve të migrantëve, së bashku me mungesën e një hapësire fizike mikpritëse dhe të lirë për gratë sipërmarrëse emigrante për t'u takuar, mësuar dhe ndërtuar rrjete, i përkeqëson më tej sfidat e saj.

Studimi i Rastit 2: Pengesa e Dyfishtë: Financat dhe Normat Sociale (Ballkani Perëndimor)

Konteksti: Vendet e Ballkanit Perëndimor, përfshirë Kosovën dhe Malin e Zi, përballen me papunësi të lartë strukturore të të rinjve dhe norma të thella shoqërore që kufizojnë pjesëmarrjen ekonomike të grave, duke intensifikuar kështu pengesat e tyre sipërmarrëse.

Shembull Praktik: Elena, një 25-vjeçare në Kosovë, ka një koncept të zbatueshëm për një aplikacion celular, por has një mur pengesash financiare dhe kulturore. Pengesa e saj kryesore është qasja në kapitalin fillestar. Ashtu si shumë gra në rajon, asaj i mungon pronësia e asetëve që mund të përdoren si kolateral për kreditë tradicionale. Njëkohësisht, Elena përjeton presion të fortë shoqëror dhe familjar. Ky presion, i zakonshëm në kulturat patriarkale dhe tradicionale, inkurajon ndjekjen e një "punë të sigurt" në vend të miratimit të rrezeve sipërmarrëse, duke rezultuar ndonjëherë në gratë e punësuara që u thuhet të mos i lënë "punët e tyre të sigurta" për të ndjekur një "hobi qesharak". Për më tepër, Elena përballet me mungesën e një strukture të qartë mbështetëse. Në Kosovë, ekziston një nevojë e qartë për informacion të centralizuar dhe lehtësisht të arritshëm mbi financimin dhe mbështetjen ligjore. Vështirësia në lundrimin në faqet e internetit komplekse qeveritare dhe mungesa e një plani të qartë ligjor kontribuon në një shqetësim të madh për fillestarët: frikën e shkëlqes së paqëllimshme të kërkesave ligjore. Prandaj, Elena ka nevojë për trajnim teknik (si modelimi i biznesit) së bashku me mentorimin për të kapërcyer izolimin dhe barrierat e brendshme.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Punëtorët e të rinjve janë thelbësorë në transformimin e aspiratave në arritje për gratë e reja sipërmarrëse. Kjo kërkon një qasje të dyfishtë, duke synuar si mentalitetin ashtu edhe kompetencat sipërmarrëse përmes mentorimit, trajnimit dhe trajnimit të përshtatur.

Fuqizimi i Mendësisë: Kultivimi i Forcës së Brendshme (LifeComp Aligned)

Ndërtimi i një mendësie të fortë sipërmarrëse përfshin nxitjen e vetëbesimit, qëndrueshmërisë dhe inteligjencës emocionale. Punonjësit e të rinjve mund të punësojnë:

Trajnim i Bazuar në Pikat e Forta: Përqendrohuni në identifikimin dhe përforcimin e pikave të forta ekzistuese në vend që të adresoni vetëm dobësitë. Inkurajoni gratë e reja të reflektojnë mbi sukseset e kaluara, sado të vogla, dhe të artikulojnë aftësitë që kanë përdorur. Mendoni për një rast kur keni kapërcyer një sfidë.

Cilat pika të forta personale përdorët për ta arritur këtë?

Narrativat e Rezistencës dhe Planifikimi i Skenarit : Ndani historitë e sipërmarrëseve të suksesshme femra që kanë kapërcyer pengesat. Përgatitni ushtrime ku pjesëmarrëset imagjinojnë dështime të mundshme dhe shkëmbejnë ide për strategji përballimi. Kjo normalizon sfidat dhe ndërton përgatitje psikologjike.

Punëtori mbi Inteligjencën Emocionale : Lehtësoni aktivitete që rrisin vetëdijen, vetërregullimin, motivimin, empatinë dhe aftësitë sociale. Bisedat e vështira me role (p.sh., negociimi me investitorët, menaxhimi i konflikteve në ekip) mund të jenë të paçmueshme.

Vendosja e Objektivave me një Mendësi Rritjeje: Udhëzohuni gratë e reja të vendosin objektiva SMART (Specifike, të Matshme, të Arritshme, Relevante, të Kufizuara në Kohë) dhe t'i riformulojnë pengesat si mundësi mësimi. Theksoni se aftësitë mund të zhvillohen përmes përkushtimit dhe punës së palodhur.

Kompetencat Ndërmarrëse: Pajisja për Sukses (EntreComp Aligned)

Zhvillimi i aftësive praktike sipërmarrëse është thelbësor. Punonjësit e të rinjve duhet të përqendrohen në qasjet pedagogjike për funksionet kryesore të biznesit:

Njohuri Financiare dhe Menaxhim :

- Buxhetimi dhe Simulimet e Fluksit të Parasë: Përdorni mjete interaktive ose shabllone të thjeshta në Excel për të simuluar financat e biznesit. Mësoni parimet themelore të kontabilitetit përmes shembujve praktikë që lidhen me bizneset e vogla.
- Trajnim për Shkrimin e Granteve dhe Prezantimin e Financimit: Jepni modele dhe reagime mbi propozimet dhe prezantimet për burime të ndryshme financimi (p.sh., mikrokredi, mbledhje fondesh nga publiku).

Planifikimi dhe Strategjia e Biznesit:

- Punëtori të Modelit të Biznesit (BMC): Lehtësoni seancat në grup për të zhvilluar ide biznesi duke përdorur BMC-në. Ky mjet vizual ndihmon në strukturimin e aspekteve kryesore si propozimi i vlerës, segmentet e klientëve dhe rrjedhat e të ardhurave.
- Ushtrime për Hulumtim Tregu dhe Validim: Udhëzoni pjesëmarrësit në kryerjen e hulumtimeve bazë të tregut (anketa, intervista) dhe validimin e ideve të tyre për produkte/shërbime me klientë potencialë.

Marketingu dhe Branding Dixhital:

- Zhvillimi i Strategjisë së Mediave Sociale: Mësoni si të krijoni përmbajtje, të identifikoni audiencat e synuara dhe të analizoni angazhimin për platforma të ndryshme.

- Konfigurimi Bazë i Faqes së Internetit/Tregtisë Elektronike: Prezantoni platforma miqësore për përdoruesit (p.sh., Shopify, Wix) dhe jepni udhëzime për krijimin e një pranë online.
- Bazat e Brandimit dhe Identitetit Vizual: Diskutoni rëndësinë e një mesazhi të qëndrueshëm të markës dhe dizajnit profesional, duke ofruar burime për krijimin e logos dhe estetikën e përmbajtjes.

Aftësi në rrjetëzim dhe komunikim:

- Praktika e "Prezantimit në Ashensor": Ndhmoni gratë e reja të krijojnë prezantime koncize dhe bindëse për sipërmarrjet e tyre.
- Simulime të Ngjarjeve të Rrjetëzimit: Krijoni skenarë të improvizuar për të praktikuar fillimin e bisedave, shkëmbimin e informacionit të kontaktit dhe ndjekjen efektive të tyre.

B. Qasje të Përgjegjshme ndaj Gjinisë dhe Ndërsektoriale

Shpjegimi i Konceptit

Ky modul synon të prezantojë dy koncepte themelore kritike për të kuptuar dhe adresuar sfidat unike me të cilat përballen gratë e reja në sipërmarrje: Dizajni i Përgjegjshëm ndaj Gjinisë dhe Ndërsektorialiteti.

Qasje të Përgjegjshme ndaj Gjinisë

Një Dizajn i Përgjegjshëm ndaj Çështjeve Gjinore është një qasje themelore e përdorur në krijimin e materialeve të trajnimit për gratë e reja sipërmarrëse. Ai siguron që materialet të jenë si të ndjeshme ndaj çështjeve gjinore ashtu edhe fuqizuese, duke trajtuar në mënyrë të qartë dinamikat dhe paragjykimet gjinore të identifikuar gjatë gjithë projektit. Kjo metodologji konsiderohet thelbësore për shkak të diskriminimit të vazhdueshëm gjinor, stereotipeve dhe presioneve shoqërore me të cilat përballen gratë e reja, veçanërisht në rajone të tilla si Evropa Jugore dhe Ballkani Perëndimor.

Objektivi kryesor i miratimit të një qasjeje që i përgjigjet çështjeve gjinore është nxitja e ndryshimeve në sjellje që çojnë në praktika më të barabarta dhe gjithëpërfshirëse ndaj grave.

Parimet kryesore të një qasjeje trajnimi që i përgjigjet gjinisë përfshijnë:

Adresimi i pengesave specifike

Materialet e trajnimit duhet të synojnë drejtpërdrejt dobësitë e identifikuara me të cilat përballen gratë e reja, të cilat përfshijnë si boshllëqet në aftësi teknike ashtu edhe barrierat psikologjike.

- Aftësi Teknike: Adresimi i mangësive në fusha të tilla si menaxhimi financiar, planifikimi i biznesit dhe marketingu dixhital.
- Barrierat Psikologjike: Adresimi i çështjeve si mungesa e vetëbesimit, frika nga dështimi dhe mospëlqimi ndaj rrezikut.

Sigurimi i Rëndësisë Kulturore dhe Kombëtare

Është thelbësore që përmbajtja e trajnimit të përshtatet me kontekstet socio-ekonomike dhe kulturore specifike të vendit. Kjo përfshin përfshirjen e studimeve të rasteve lokale, informacionit rregullator dhe rrjeteve specifike të mbështetjes.

Një qasje e përgjigjshme ndaj gjinisë trajton në mënyrë specifike sfidat që lidhen me rolet specifike gjinore, të tilla si:

- Pritjet për kujdesin dhe presioni familjar.
- Lundrimi në sektorët e dominuar nga meshkujt.

Integrimi i Mbështetjes dhe Fuqizimit

Materialet e trajnimit duhet t'i pajisin punonjësit e të rinjve me aftësitë e nevojshme për ndjeshmëri ndaj gjinisë, mentorim, trajnim dhe kompetencë kulturore për t'i ndihmuar ata të adresojnë në mënyrë efektive këto sfida dhe paragjykime specifike gjinore. Për më tepër, theksi vihet në krijimin e "hapësirave të sigurta" dhe rrjeteve mbështetëse për të luftuar mungesën e strukturave gjithëpërfshirëse mbështetëse për sipërmarrëset femra. Integrimi i rrëfimit të historive dhe modeleve frymëzuese femërore nga prejardhje të ndryshme përdoret për të rritur motivimin dhe vetëbesimin, duke adresuar kështu mungesën e identifikuar të figurave të tilla.

Qasjet Ndërsektoriale

Ndërseksionaliteti është një mjet thelbësor analitik që përdoret për të studiuar, kuptuar dhe për t'iu përgjigjur mënyrave komplekse se si gjinia dhe seksi bashkëveprojnë me karakteristika ose identitete të tjera personale.

Këto karakteristika të tjera mund të përfshijnë faktorë të tillë si raca, etnia, mosha, klasa, aftësia e kufizuar, të ardhurat ose statusi i migrimit. Kur këto identitete mbivendosen, ato kontribuojnë në përvoja unike të diskriminimit. Ndërseksionaliteti tregon se gratë nuk janë një grup homogjen.

Koncepti e ka origjinën në punën shkencore të Kimberlé Crenshaw dhe mendimin feminist të zi, duke tërhequr vëmendjen ndaj përvojës shumëdimensionale të ndërthurjes politike.

Rëndësia për Ndërmarrësinë dhe Politikën

Integrimi i një perspektive ndërsektoriale është thelbësor për të siguruar që politikën dhe trajnimi të arrijnë përfshirjen, të ndikojnë në ndryshim dhe të realizojnë objektivat e tyre.

- Masat Gjithëpërfshirëse: Duke njohur diversitetin e grupit të synuar, metodologjia e projektit përdor një perspektivë ndërsektoriale për të siguruar që masat të jenë gjithëpërfshirëse për gratë nga grupet minoritare, gratë me aftësi të kufizuara dhe gratë LGBTI+.
- Shmangia e përjashtimit: Pa këtë këndvështrim, ndërhyrjet rrezikojnë t'i dështojnë gratë nga grupet minoritare, të cilat mund të mos përfitojnë nga masat që synojnë vetëm gratë ose vetëm grupet minoritare.
- Hartimi i Politikave: Ndërseksionaliteti kërkon që politikën të përshtaten për nëngrupe specifike të të rinjve në kontekste specifike. Për shembull, pabarazitë strukturore gjinore, të kombinuara me normat gjinore, formësojnë aksesin e grave në burime, shërbime dhe fuqi vendimmarrëse, duke i prekur ato ndryshe bazuar në cenueshmëritë e tyre specifike.

Shembuj dhe Studime Rasti

Studimi i Rastit 1: Pengesa e Trefishtë

Konteksti: Sipërmarrja në Bosnjë dhe Hercegovinë karakterizohet nga pabarazi të konsiderueshme rajonale, ku gratë jashtë qyteteve të mëdha përballen me sfida të përkeqësuar të kufizimeve infrastrukturore (si lidhja e dobët) dhe mungesës së ekosistemeve mbështetëse të biznesit jo-urban dhe gjithëpërfshirëse për personat me aftësi të kufizuara.

Shembull praktik: Selma, 30 vjeç, jeton në një fshat të largët rural në Bosnjë dhe Hercegovinë dhe përdor karrocë me rrota për shkak të një problemi të lëvizshmërisë që ka gjatë gjithë jetës. Ajo zotëron aftësi të larta teknike, por udhëtimi i saj sipërmarrës pengohet nga kryqëzimi i identiteteve të saj. Qasja në internet të besueshëm me shpejtësi të lartë në

zonën e saj është e fragmentuar dhe e shtrenjtë, duke kufizuar menjëherë ofrimin e shërbimeve të saj. Për më tepër, komuniteti lokal i biznesit, i cili përbëhet kryesisht nga meshkuj dhe të moshuar, shpesh anashkalon ekspertizën e saj, duke preferuar konsultimet ballë për ballë në qendrat urbane të paarrtshme. Ajo përballet me mungesën e granteve të aksesueshme për kapital fillestar të përshtatur si për nevojat teknologjike ashtu edhe për ato të personave me aftësi të kufizuara. Një program standard biznesi për gratë që përqendrohet vetëm në gjini do të humbasë çështjet thelbësore të infrastrukturës dhe aksesit fizik që përforcojnë marginalizimin dhe rrezikun e saj financiar.

Fokusi i diskutimit: Ndërseksionaliteti – Si ndërthuren vendndodhja e saj rurale dhe aftësia e kufizuar me gjininë e saj për të krijuar barriera unike krahasuar me një sipërmarrëse urbane grua pa aftësi të kufizuara? Çfarë mjetesh specifike dixhitale dhe avokuese duhet të përdorë një punonjëse rinore për të mbështetur Selmën?

Studimi i Rastit 2: Presioni i Kujdesit

Konteksti: Mjedisi grek i biznesit, veçanërisht në sektorët tradicionalë si ndërtimi, karakterizohet nga norma gjinore të vazhdueshme dhe të rrënjosura thellë që i japin përparësi roleve të ardhshme të kujdesit dhe familjes së një gruaje mbi ambicien e saj profesionale dhe aftësinë e saj udhëheqëse.

Shembull praktik: Elpida, 27 vjeç, ka një material të qëndrueshëm dhe të patentuar, por ajo operon në sektorin grek të ndërtimit shumë tradicional dhe të dominuar nga meshkujt. Ndërsa prezanton propozimin e saj për të siguruar projekte pilot ose investime, ajo shpesh has pyetje të fshehura në lidhje me të ardhmen e saj: "Si planifikoni ta menaxhoni këtë punë të vështirë në fabrikë pasi të krijoni familje?" dhe "Ndoshta një partneritet me një figurë më të fortë dhe më të vjetër (mashkullore) do t'i jepte më shumë besueshmëri?" Ajo gjithashtu përjeton presion të brendshëm të konsiderueshëm nga familja e saj për të ndjekur një karrierë "më të sigurt" dhe më pak të lodhshme fizikisht që do t'i lejonte asaj të menaxhonte më mirë përgjegjësitë e kujdesit. Ky paragjykim i jashtëm dhe presion i brendshëm i kanë gërryer vetëbesimin e saj, duke e çuar atë të nënvlerësojë produktin e saj në negociata dhe të hezitojë të marrë rreziqet e nevojshme.

Fokusi i Diskutimit: Qasje e Përgjegjshme ndaj Çështjeve Gjinore – Sfida e Elpidës nuk është teknike, por sistematike dhe psikologjike, e rrënjosur në rolet gjinore të ngulitura thellë. Si mund të ofrojë një punonjëse rinore një ndërhyrje të përgjegjshme ndaj çështjeve gjinore, duke u përqendruar në ndërtimin e aftësive të qëndrueshmërisë ndaj prezantimit dhe vetë-avokatisë për të neutralizuar paragjykimet gjinore në mjediset profesionale dhe për të menaxhuar pritjet shoqërore që lidhen me familjen?

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Ky modul i pajis punonjësit e të rinjve me metodologji kritike për të zbatuar Qasje të Përgjegjshme ndaj Çështjeve Gjinore dhe Ndërsektoriale, duke siguruar që mbështetja e tyre për gratë e reja sipërmarrëse të jetë si e ndjeshme ashtu edhe efektive.

Zbatimi i Dizajnit që Përshtatet me Gjininë

Një dizajn që i përgjigjet çështjeve gjinore është parësor në hartimin dhe ofrimin e mbështetjes që adreson në mënyrë të qartë sfidat unike me të cilat përballen gratë e reja. Punonjësit e të rinjve mund ta integrojnë këtë duke:

Ndërtimi i Aftësive të Personalizuara: Adresoni drejtpërdrejt boshllëqet e identifikuar:

- Aftësi Teknike: Përdorni punëtorit praktike mbi menaxhimin financiar, planifikimin e biznesit (p.sh., shabllone të thjeshtuara, studime rastesh) dhe marketingun dixhital. Jepni burime dhe mjete të arritshme.
- Barrierat Psikologjike: Përdorni teknikat e trajnimit (siç detajohen në Modulën A) për të rritur vetëbesimin, për ta riformuluar frikën nga dështimi si të mësuarit dhe për të inkurajuar vlerësimin e shëndetshëm të rrezikut. Krijoni një hapësirë të sigurt dhe pa paragjykime për ndarjen e përvojave.

Rëndësia Kulturore dhe Kombëtare:

- Studime Rastesh Vendore dhe Histori Suksesi: Integroni shembuj të sipërmarrëseve femra nga komuniteti ose rajoni lokal, duke theksuar se si ato kanë kapërcyer pengesa specifike kulturore ose burokratike.
- Udhëzime Rregullatore të Kontekstualizuara: Jepni informacion të qartë dhe të thjeshtuar mbi kërkesat ligjore lokale, lejet dhe çështjet fiskale, potencialisht në partneritet me ekspertë lokalë ose organe qeveritare.
- Adresimi i Roleve Gjinore: Lehtësoni diskutimet rreth përgjegjësive të kujdesit dhe strategjive për balancimin e punës dhe jetës, ose ofroni mentorim nga gratë që kanë lundruar me sukses në sektorë të dominuar nga meshkujt.

Integrimi i Mbështetjes dhe Fuqizimit:

- Krijimi i "Hapësirave të Sigurta": Krijoni seanca konfidenciale në grup ku gratë e reja mund të ndajnë sfidat, të kërkojnë këshilla dhe të ndërtojnë solidaritet pa frikën e gjykimit.

- Trajnim për Mentorim dhe Koachim për Punonjësit e të Rinjve: Pajisni punonjësit e të rinjve me aftësi në dëgjim aktiv, reagime empatike dhe intervista motivuese, duke u siguruar që ata të jenë të ndjeshëm ndaj gjinisë dhe kompetentë nga ana kulturore.
- Tregimi i Historive si Model: Ftoni sipërmarrëse të ndryshme femra të ndajnë udhëtimet e tyre, duke u përqendruar në sfidat dhe triumfet. Përdorni multimedia (video, podkaste) për të shfaqur një gamë të gjerë figurash frymëzuese.
- Lehtësimi i Rrjetëzimit: Krijoni në mënyrë aktive mundësi që gratë e reja të lidhen me njëra-tjetrën dhe me profesionistë të afirmuar.

Zbatimi i Qasjeve Ndërsektoriale

Ndërseksionaliteti është një lente analitike jetësore, që pranon se gratë nuk janë një grup monolit dhe se identitetet e mbivendosura krijojnë përvoja unike të diskriminimit dhe mundësive. Punonjësit e të rinjve mund ta zbatojnë këtë duke:

Shtrirje e Diversifikuar dhe Përfshirje:

- Kërkoni dhe angazhoni në mënyrë aktive gratë e reja nga prejardhje të ndryshme (p.sh., pakicat etnike, gratë me aftësi të kufizuara, gratë LGBTI+, gratë nga zonat rurale) në të gjitha aktivitetet e programit.
- Sigurohuni që materialet dhe gjuha promovuese të jenë gjithëpërfshirëse dhe përfaqësuese të identiteteve të ndryshme.

Mbështetje e personalizuar për nëngrupet:

- Kryeni vlerësime fillestare të nevojave që pyesin në mënyrë të qartë rreth shënjesve të ndryshëm të identitetit për të kuptuar barrierat specifike me të cilat përballen nëngrupet e ndryshme.
- Zhvilloni ose përshtatni burime dhe lidhje mentorimi që janë të rëndësishme për këto dobësi specifike (p.sh., mbështetje për aksesin në teknologji ndihmëse për sipërmarrësit me aftësi të kufizuara, këshilla biznesi të ndjeshme ndaj kulturës për grupet minoritare).

Paragjykimi i Implicit Sfidues:

- Trajtoni punonjësit e të rinjve që të njohin paragjykimet e tyre dhe të kuptojnë se si ndërthurja e identiteteve mund të çojë në përvoja të ndryshme diskriminimi.

- Lehtësoni diskutimet midis pjesëmarrësve rreth asaj se si aspekte të ndryshme të identitetit mund të ndikojnë në udhëtimin e tyre sipërmarrës, duke nxitur empatinë dhe mbështetjen e ndërsjellë.

Avokim dhe Reagime mbi Politikat:

Mbledh reagime nga grupe të ndryshme të grave të reja për të informuar rekomandimet e politikave, duke u siguruar që ndërhyrjet të jenë të përshtatura për nëngrupe dhe kontekste specifike. Kjo siguron që ndikimi i projektit të jetë i gjerë dhe i barabartë.

C. Parimet e të Mësuarit Joformal dhe të Përzier

Shpjegimi i Konceptit

Themeli i burimeve të trajnimit të zhvilluara për projektin "Leaders for Future" qëndron në një qasje metodologjike që i jep përparësi fuqizimit të individëve mbi respektimin e kurrikulave të ngurta akademike. Kjo qasje është e rrënjosur në parimet e të nxënies joformal dhe të kombinuar, duke siguruar që trajnimi të jetë shumë i arritshëm, praktik dhe i përshtatur sipas nevojave unike të grave të reja sipërmarrëse.

Mësimi Jo-Formal (NFLE)

Mësimi Joformal i referohet mësimin të strukturuar që zhvillohet jashtë sistemit formal shkollor ose universitar. Ai promovohet posaçërisht brenda këtij projekti për të rritur punësimin dhe aftësitë sipërmarrëse të grave të reja, veçanërisht në rajone të tilla si Ballkani Perëndimor.

Karakteristikat kryesore të NFLE në Program:

- **Fleksibiliteti dhe Përshtatshmëria:** NFLE i jep përparësi në thelb fleksibilitetit, përshtatshmërisë dhe një qasjeje të përqendruar te pjesëmarrësi mbi kurrikulat tradicionale dhe të ngurta. Kjo lejon që përvoja e të nxënies të jetë dinamike dhe e përshtatur sipas nevojave dhe preferencave individuale të grave të reja sipërmarrëse.
- **Mësim përmes përvojës:** Ekspertiza sipërmarrëse shpesh fitohet kryesisht përmes mësimin përmes përvojës dhe jo përmes mësimdhënies tradicionale në klasë. Metodologjia e NFLE e mbështet këtë duke ofruar mundësi për mësim praktik dhe përvojë në sipërmarrje, siç është zhvillimi i një ideje për biznes të vogël ose pjesëmarrja në një konkurs për startup-e.

- Mësimi gjatë gjithë jetës: Materiali synon të ngjallë një mentalitet sipërmarrës dhe një qëndrim ndaj të nxënës gjatë gjithë jetës, duke ofruar kompetenca që janë të zbatueshme në të gjitha sferat e jetës.
- Njohja e Arritjeve: Edhe pse trajnimi joformal nuk lëshon kualifikime të njohura zyrtarisht, punonjësit e të rinjë që marrin pjesë në trajnim do të marrin një certifikatë përfundimi që detajon temat e trajtuara, duke u lejuar atyre të shfaqin njohuritë që kanë fituar.

Qasje e të Mësuarit të Përzier

Metodologjia përqafon një qasje të të nxënës të përzier, e cila kombinon strategjikisht aktivitetet online dhe offline. Ky model hibrid është thelbësor për të siguruar shtrirje dhe aksesueshmëri maksimale. Përdorimi i platformave dixhitale, interaktive (siç është një aplikacion ose një faqe interneti e përshtatshme për celularë) për materialet dhe mjetet e trajnimit është fuqimisht i preferuar. Ky format siguron që gratë e reja, veçanërisht ato në zonat rurale ose të izoluara, të kenë qasje në burime dhe mbështetje pavarësisht kufizimeve gjeografike ose teknologjike.

Metodologji e Orientuar drejt Veprimit

Metodat e mësimdhënies të miratuara sigurojnë që materialet të jenë shumë tërheqëse, praktike dhe të nënshtruara përmirësimit të vazhdueshëm.

- Module Praktike dhe të Orientuara drejt Veprimit: Modulet e trajnimit janë hartuar të jenë praktike dhe të orientuara drejt veprimit, duke ofruar udhëzime të qarta hap pas hapi dhe strategji të zbatueshme që pjesëmarrësit mund t'i zbatojnë menjëherë në udhëtimet e tyre sipërmarrëse.
- Metodat Pjesëmarrëse: Metodat kryesore të ofrimit përfshijnë teknika pjesëmarrëse si rrëfimi i historive dhe diskutimet në tryezë të rrumbullakët. Rrëfimi i historive është veçanërisht efektiv pasi i inkurajon pjesëmarrësit të ndajnë rrëfime personale dhe përvoja sipërmarrëse nga jeta reale, duke nxitur angazhimin dhe të nxënës e ndërsjellë. Këto metoda janë thelbësore për të nxitur ndërtimin e komunitetit, mentorimin dhe trajnimin.

Shembuj dhe Studime Rasti

Studimi i Rastit 1: Kapërcimi i Kufizimeve Gjeografike dhe Kohore

Konteksti: Peizazhi spanjoll kërkon modele fleksibile trajnimi që kapërcejnë pengesat gjeografike dhe logjistike me të cilat përballen gratë e reja sipërmarrëse që balancojnë

sipërmarrjet e tyre me punësimin ose studimet ekzistuese jashtë zonave të mëdha metropolitane.

Shembull praktik: Lucia, 24 vjeç, jeton në Castilla-La Mancha. Ajo punon me kohë të pjeshme për të kursyer kapital dhe njëkohësisht studion marketing online. Zona e saj lokale nuk ofron programe inkubacioni biznesi, dhe më e afërta është një udhëtim tre-orësh me tren për në Madrid. Ajo ka nevojë për trajnim në logjistikë dhe shkallëzim, por nuk mund të angazhohet për orare fikse mësimi me pjesëmarrje fizike. Një mësim tradicional në mbrëmje nuk e arrin, por një qasje e kombinuar me module video të përshtatshme për celularë, forume diskutimi asinkrone dhe një seminar intensiv të detyrueshëm, gjatë fundjavës, mund t'i ofrojë ekspertizën që i nevojitet pa e detyruar të zgjedhë midis të ardhurave, studimeve dhe rritjes së biznesit të saj.

Fokusi i diskutimit: Mësimi i kombinuar dhe aksesueshmëria – Si mund të hartohet një metodologji e Mësimit të kombinuar, duke përdorur mjetet dixhitale dhe ritmin fleksibël, për të ofruar akses të barabartë dhe mësim cilësor për gratë e reja në zona gjeografikisht të izoluar ose ato me përgjegjësi të dyfishta?

Studimi i Rastit 2: Ndërlidhja e Teorisë dhe Besimit Praktik

Konteksti: Duke ndjekur një sistem arsimor shumë teorik, gratë e reja sipërmarrëse në Shqipëri shpesh zotërojnë njohuri akademike, por urgjentisht kanë nevojë për metoda praktike, të orientuara drejt veprimit dhe të të nxëniet joformal për të zhvilluar vetëbesim, rrjetëzim dhe aftësi ekzekutimi biznesi në botën reale.

Shembull praktik: Era, 26 vjeç, ka një diplomë në dizajn dhe një plan biznesi të përsosur në letër, megjithatë është e paralizuar nga "frika e të vepruarit". Ajo lufton me telefonatat e ftohta të furnizuesit dhe me prezantimin e markës së saj, duke mos pasur aftësitë e komunikimit dhe negocimit të zgjuara. Ajo pranon se arsimiti i saj akademik e përgatiti për teori, por jo për përballje apo rrjetëzim. Ajo ka nevojë për një përvojë praktike mësimore që përfshin lojën me role, mentorim nga artizane më të moshuara dhe qarqe ndërtimi komuniteti ku mund të praktikojë prezantimin e saj dhe të marrë reagime pa paragjykime - elementë që ofrohen më së miri nga një qasje pjesëmarrëse, e të Mësuarit Joformal.

Fokusi i diskutimit: Mësimi joformal dhe i orientuar drejt veprimit – Si mund t'i përdorin punëtorët e të rinjve metodat përjetimore (simulime, mentorim, rrëfim historik) për të kapërcyer hendekun midis njohurive teorike dhe vetëbesimit praktik, qëndrueshmërisë dhe aftësive të buta që i duhen Erës për të zbatuar idenë e saj të biznesit?

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Ky modul përshkruan metodologjitë themelore të hartuara për të fuqizuar punonjësit e të rinjve në mbështetjen e grave të reja sipërmarrëse.

Shfrytëzimi i të Mësuarit Jo-Formal (NFLE)

Punonjësit e të rinjve duhet të përqafojnë parimet e NFLE-së për të krijuar mjedise mësimore dinamike dhe të përqendruara te pjesëmarrësit:

Fleksibiliteti dhe Përshtatshmëria në Praktikë:

- Shtigje të Personalizuara të Mësimit: Në vend të një kurrikule të ngurtë, udhëzoni gratë e reja të zgjedhin modulet ose aktivitetet më të rëndësishme për idenë e tyre specifike të biznesit ose boshllëqet në aftësi.
- Ritëm fleksibël: Lejoni pjesëmarrësit të përparojnë me ritmin e tyre, duke akomoduar orare dhe stile të ndryshme të të nxëniet.

Theksimi i të Mësuarit përmes Përvojës:

- "Mikro-Sfidat" dhe Projektet: Hartoni detyra të vogla dhe të zbatueshme, si zhvillimi i një propozimi bazë biznesi, krijimi i një postimi marketingu në mediat sociale ose kryerja e një ankete mini-tregu.
- Simulimet dhe Lojërat me Role: Lehtësoni simulimet e prezantimit të ideve te investitorët, negociatat me furnizuesit ose trajtimin e reagimeve të klientëve.
- Praktikë e Mentoruar: Bashkoni pjesëmarrësit me sipërmarrës me përvojë (madje edhe me pronarë të bizneseve të vogla lokale) për periudha të shkurtra vëzhgimi ose intervista joformale.

Nxitja e një Qëndrimi ndaj të Mësuarit Gjatë Gjithë Jetës:

- Eksplorimi i Drejtuar nga Kurioziteti: Inkurajoni të mësuarit e vazhdueshëm duke prezantuar mjete, trende dhe burime të reja, duke theksuar se sipërmarrja kërkon përshtatje të vazhdueshme.
- Mjete Vetëvlerësimi: Ofroni mjete të thjeshta për gratë e reja që të vlerësojnë rregullisht aftësitë e tyre dhe të identifikojnë fushat për zhvillim të mëtejshëm.

Njohja e Arritjeve:

- Certifikata/Distinktiva të Brendshme: Krijoni certifikata joformale ose distinktiva dixhitale për përfundimin e moduleve ose arritjen e objektivave të rëndësishëm, duke rritur motivimin.
- Zhvillimi i Portofolit: Inkurajoni pjesëmarrësit të ndërtojnë një portofol të punës së tyre (p.sh., plane biznesi, materiale marketingu) si provë e prekshme e kompetencave të tyre të fituara.

Zbatimi i një Qasjeje të Mësimit të Përzier

Punonjësit e të rinjve duhet të kombinojnë strategjikisht elementët online dhe offline për të maksimizuar shtrirjen dhe angazhimin:

Shfrytëzimi i Platformave Dixhitale për Aksesueshmëri:

- Burime Online të Kuruara: Drejtoni pjesëmarrësit te module, video, artikuj dhe shabllone online relevante dhe të përshtatshme për celularë.
- Mjete Dixhitale Interaktive: Përdorni aplikacione ose mjete të bazuara në internet për planifikimin e biznesit (p.sh., shabllone të Modelit të Biznesit), ndjekjen financiare ose dizajnin bazë.
- Forume Diskutimi Online: Krijoni hapësira të dedikuara për pjesëmarrësit që të bëjnë pyetje, të ndajnë njohuri dhe të bashkëpunojnë në mënyrë asinkrone.

Strukturimi i Mësimit të Përzier (p.sh., kurs 30-orësh):

- Sesionet Hyrëse dhe Përfundimtare (Offline/Live): Filloni me një sesion angazhues për të ndërtuar komunitet dhe për të vendosur pritjet, dhe përfundoni me një sesion për të shfaqur arritjet dhe rrjetëzimin.
- Periudhat e Studimit Vetë-Studim (Asinkron Online): Jepni udhëzime të qarta për pjesëmarrësit që të punojnë me materialet me ritmin e tyre.
- Sesione të Dedikuara për Pyetje dhe Përgjigje Online (Live): Caktoni takime të rregullta online për të adresuar dyshimet, për të sqaruar konceptet dhe për të ofruar reagime të personalizuara.

Përvetësimi i Metodologjisë së Orientuar drejt Veprimit dhe Sigurimi i Cilësisë

Punonjësit e të rinjve duhet të sigurohen që trajnimi të jetë praktik, tërheqës dhe të përmirësohet vazhdimisht:

Module praktike dhe të orientuara drejt veprimit:

- Udhëzues "How-To": Zhvilloni udhëzues hap pas hapi për detyra si "Cómo registrar tu negocio" ose "Cómo crear un perfil de Instagram para tu marca".
- Shabllone dhe Fletë Pune: Jepni shabllone të zbatueshme për planet e biznesit, buxhetet ose kalendarët e marketingut.
- Zbatim i Mentoruar: Inkurajoni zbatimin e menjëhershëm të koncepteve të mësuara në idetë e tyre të biznesit, duke ofruar udhëzime dhe reagime.

Përdorimi i metodave pjesëmarrëse:

- Rrethet e Tregimit të Historive: Lehtësoni seanca ku gratë e reja ndajnë udhëtime personale sipërmarrëse, sfida dhe suksese, duke nxitur empatinë dhe të nxënit nga bashkëmoshatarët.
- Diskutime në tryezë të rrumbullakët: Organizoni diskutime në grupe të vogla mbi probleme specifike të biznesit, duke inkurajuar zgjidhjen bashkëpunuese të problemeve dhe perspektiva të larmishme.
- Aktivitete për Ndërtimin e Komunitetit: Hartoni aktivitete që nxisin ndjenjën e përkatësisë dhe mbështetjes së ndërsjellë midis pjesëmarrësve, duke krijuar rrjete informale.

Zbatimi dhe Praktika

Nxitje reflektuese ("Ushqim për mendim")

- Reflektoni mbi barrierat me të cilat përballen gratë e reja sipërmarrëse në kontekstin tuaj lokal. Cilat nga këto sfida - financiare, burokratike, psikologjike apo sociale - i hasni më shpesh në punën tuaj me të rinjtë?
- Merrni në konsideratë se si rolet gjinore, pritjet familjare ose pabarazitë rajonale mund t'i formësojnë këto përvoja. Si mund ta integroni një perspektivë të përgjegjshme ndaj gjinisë dhe ndërthurëse në praktikën tuaj të përditshme për t'u siguruar që asnjë grup të mos lihet pas dore?
- Mendoni për një situatë specifike ku e keni mbështetur një grua të re në kapërcimin e dyshimit në vetvete ose pengesave strukturore. Cilat metoda ose qasje - të tilla si Trajnimi i Bazuar në Pikat e Forta, rrëfimi i historive ose të mësuarit pjesëmarrës - e ndihmuan atë të përparonte?
- Së fundmi, si mund t'i përshtatni mjetet e të nxënit joformal dhe të përzier për ta bërë trajnimin tuaj më të arritshëm dhe gjithëpërfshirës, veçanërisht për ata në komunitetet rurale ose të marginalizuara?

Ushtrime Praktike për Punëtorët Rinor

Këto ushtrime synojnë të forcojnë aftësinë tuaj për të aplikuar njohuritë teorike në kontekste reale, duke nxitur reflektimin kritik, empatinë dhe praktikën gjithëpërfshirëse.

- Hartoni një Plan Mini-Punimtarie: Zhvilloni një seancë 90-minutëshe për gratë e reja të interesuara në sipërmarrje. Përcaktoni objektiva të qarta të të nxënimit në përputhje me EntreComp dhe LifeComp (p.sh., ndërtimi i vetëbesimit, identifikimi i mundësive të biznesit ose përmirësimi i njohurive financiare). Zgjidhni metoda pjesëmarrëse si rrëfimi i historive, reflektimi nga bashkëmoshatarët ose luajtja e roleve. Sigurohuni që struktura e punëtorisë pasqyron parimet e të nxënimit joformal - fleksibilitetin, përfshirjen dhe angazhimin përjetues - dhe integron komponentët si online ashtu edhe offline, aty ku është e mundur.
- Krijoni një Skenar Mentorimi: Hartoni një simulim mentorimi individual ku një grua e re përballet me pengesa strukturore dhe psikologjike. Për shembull, ajo mund të ketë vështirësi në sigurimin e fondeve për shkak të kolateralit të kufizuar ose të hezitojë të paraqesë idenë e saj për shkak të frikës nga dështimi. Përshkruani një bisedë mentorimi që zbaton Trajnimin e Bazuar në Pikat e Forta, vendosjen e objektivave dhe Narrativat e Rezistencës. Përfshini pyetje udhëzuese që inkurajojnë vetëreflektimin dhe ndërtimin e vetëbesimit, ndërsa modeloni komunikimin empatik dhe të ndjeshëm ndaj gjinisë.
- Përshtatni një Koncept Biznesi në një Kontekst Lokal: Zgjidhni një ide të thjeshtë biznesi (p.sh., një startup artizanal të punuar me dorë, shpërndarje ushqimore lokale ose shërbim eko-turizmi) dhe përshtateni atë në vendin ose komunitetin tuaj. Merrni parasysh nevojat e tregut lokal, kërkesat ligjore dhe dinamikën gjinore. Identifikoni partnerë ose rrjete të mundshme që mund të mbështesin themelueset e reja femra. Përdorni Kanavacën e Modelit të Biznesit për të strukturuar konceptin, duke i kushtuar vëmendje propozimit të vlerës, burimeve kryesore dhe qëndrueshmërisë financiare.
- Reflektim i Rastit Ndërsektorial: Zgjidhni një nga studimet e rasteve të ofruara (Amina, Elena, Selma ose Elpida) dhe reflektoni se si do ta përshtatnit strategjinë tuaj të mbështetjes bazuar në identitetet e saj ndërthurëse - siç janë aftësia e kufizuar, prejardhja e emigrantëve ose përgjegjësitë e kujdesit. Përshkruani ndërhyrje praktike që promovojnë përfshirjen, siç është krijimi i një hapësire të sigurt, përshtatja e materialeve të trajnimit ose lidhja e saj me modele të ndryshme.

Forume diskutimi/Aktivitete në grup

Diskutoni se si qasjet e përgjigjshme ndaj gjinisë dhe ato ndërsektoriale mund të integrohen në trajnimin për sipërmarrjen rinore. Ndani shembuj nga konteksti juaj ku gratë e reja përballen me pengesa strukturore ose psikologjike. Cilat strategji ose mjete i keni gjetur më efektive në nxitjen e qëndrueshmërisë dhe përfshirjes? Reflektoni se si metodat e të nxënësve joformal dhe të përzier mund të forcojnë bashkëpunimin midis punonjësve të të rinjve dhe nxënësve.

Përmbledhje e Modulit dhe Burimet

Përmbledhjet kryesore

- Mbështetja e sipërmarrjes është kritike sepse papunësia e të rinjve prek në mënyrë disproporcionale gratë e reja. Gratë e reja përballen me barriera të dyfishta: Strukturore/të Jashtme (mungesa e financimit, burokracia komplekse dhe ekosistemet e pamjaftueshme të mbështetjes) dhe Individuale/Psikologjike (frika nga dështimi, mungesa e vetëbesimit dhe presioni shoqëror).
- Trajnimi përdor një Dizajn të Përgjegjshëm ndaj Çështjeve Gjimore për të adresuar drejtpërdrejt dinamikën gjimore, paragjykimet dhe pritjet e kujdesit. Ai gjithashtu përdor një Qasje Ndërsektoriale për të siguruar që masat të jenë gjithëpërfshirëse për nëngrupe të ndryshme, të tilla si gratë me aftësi të kufizuara ose ato nga zonat rurale, duke parandaluar përjashtimin e tyre.
- Kursi përdor Mësimin Jo-Formal (NFLE), duke i dhënë përparësi fleksibilitetit, metodave të përqendruara te pjesëmarrësit dhe të nxënësve nga përvoja. Një Qasje e Mësimit të Përzier kombinon aktivitetet online dhe offline për të siguruar akses maksimal, veçanërisht për ata që jetojnë në zona të izoluar.
- Punonjësit e të rinjve duhet të përdorin metodologji të synuara për të adresuar si mentalitetin ashtu edhe aftësitë. Kjo përfshin përdorimin e Trajnimit të Bazuar në Pikat e Forta dhe Narrativave të Rezistencës për të kultivuar forcën dhe vetëbesimin e brendshëm, ndërkohë që njëkohësisht mësojnë aftësi praktike EntreComp si përdorimi i Kanavacës së Modelit të Biznesit (BMC) dhe menaxhimi financiar.

Auto-vlerësim / Vetëvlerësim

Pyetësor Vetëvlerësimi

1. Cila nga alternativat e mëposhtme përshkruan më së miri qëllimin kryesor të Modulit 1?

- a) Për të mësuar softuerin e kontabilitetit të biznesit
- b) Të eksplorojë barrierat gjinore dhe ndërsektoriale në sipërmarrjen rinore
- c) Të ofrojë modele ligjore për krijimin e biznesit
- d) Të analizohen sistemet e taksave

2. Dizajni i Përgjegjshëm ndaj Gjinisë përqendrohet vetëm në aksesin e grave në financë, jo në barrierat sociale ose psikologjike.

E vërtetë / E gabuar

3. Cili kuadër mbështet zhvillimin e kompetencave sipërmarrëse?

- a) DigiComp
- b) EntreComp
- c) EuroPass
- d) YouthPass

4. A merret ndërthurja me mënyrën se si identitete të shumëfishta - të tilla si gjinia, klasa dhe aftësia e kufizuar - kombinohen për të formësuar përvojën e një individi?

Po / Jo

5. Cili është një shembull i një barriere psikologjike?

- a) Rregulla komplekse regjistrimi
- b) Frika nga dështimi
- c) Qasje e kufizuar në kredi
- d) Mungesa e lidhjes në internet

6. Mësimi Joformal (NFLE) i jep përparësi qasjeve fleksibile, të përqendruara te nxënësi dhe praktikës përvojore.

E vërtetë / E gabuar

7. Cila metodë i ndihmon punonjësit e të rinjve të ndërtojnë vetëbesim dhe qëndrueshmëri tek gratë e reja?

- a) Trajnim i Bazuar në Pikat e Forta
- b) Mësimdhënie në stilin e leksioneve
- c) Auditimi financiar
- d) Testimi konkurrues

8. A kombinon një qasje e të nxënit të përzier aktivitetet online dhe offline për të rritur aksesueshmërinë?

Po / Jo

9. Cila nga të mëposhtmet nuk është në përputhje me parimet e Dizajnit që Përshtatet me Përspektivën Gjimore?

- a) Krijimi i hapësirave të sigurta të të nxënit
- b) Integrimi i modeleve femërore
- c) Injorimi i presioneve të kujdesit
- d) Adresimi i boshllëqeve të besimit

10. E vërtetë apo e gabuar: Punonjësit e të rinjve luajnë një rol kyç në transformimin e aspiratave sipërmarrëse të grave të reja në arritje të prekshme përmes mentorimit dhe metodologjive gjithëpërfshirëse.

Moduli 2 – Fuqizimi i Mendësisë: Mentorimi dhe Inteligjenca Emocionale

Përshkrim i shkurtër i modulit

Ky modul i fton pjesëmarrësit të shkojnë përtej trajnimit tradicional të biznesit dhe të eksplorojnë dimensionet psikologjike dhe emocionale të sipërmarrjes së grave. I bazuar në kornizën LifeComp, adreson barrierat kritike me të cilat përballen gratë e reja kur ndjekin sipërmarrjen, duke përfshirë boshllëqet e vetëbesimit, qasjen e kufizuar në modele dhe sfidat në lundrimin e kompleksiteteve emocionale të pronësisë së biznesit. Përmes metodologjive praktike, studimeve të rasteve relevante nga ana kulturore dhe strategjive të bazuara në prova, punonjësit e të rinjve do të mësojnë të krijojnë hapësira fuqizuese ku gratë e reja mund të zhvillojnë qëndrueshmëri, vetëdije dhe aftësi ndërpersonale të nevojshme për suksesin sipërmarrës.

Pjesëmarrësit do të shqyrtojnë se si inteligjenca emocionale dhe mentorimi i fuqizojnë gratë për të kapërcyer dyshimin në vetvete, për të rregulluar emocionet dhe për të ndërtuar rrjete profesionale kuptimplote. Ato gjithashtu do të mësojnë se si të mësuarit e vazhdueshëm dhe udhëzimi i ekuilibruar mund të mbështesin motivimin dhe të nxisin inovacionin përballë sfidave.

Pyetje Udhëzuese

- Si mund t'i çmontojmë barrierat e brendshme dhe dyshimin në vetvete tek gratë aspirante sipërmarrëse?
- Cilat strategji të mentorimit dhe inteligjencës emocionale kultivojnë më së miri udhëheqës të qëndrueshëm dhe të përmbushur?
- Si mund t'i ndihmojë udhëzimet e vazhdueshme gratë të ruajnë mirëqenien personale dhe suksesin në biznes?

Objektivat

Në fund të këtij moduli, punonjësit e të rinjve do të jenë në gjendje të:

- Demonstroni kompetenca të zgjeruara në mentorim, inteligjencë emocionale dhe fuqizim.
- Hartoni dhe zbatoni programe mentorimi të përgjegjshme ndaj kulturës që adresojnë barrierat specifike gjinore dhe shfrytëzojnë pikat e forta unike të grave sipërmarrëse.

- Përdorni metodologji praktike për ndërtimin e qëndrueshmërisë, mentalitetit të rritjes dhe vetëbesimit tek gratë e reja që përballen me sfida sipërmarrëse.
- Krijoni hapësira të sigurta dhe fuqizuese ku gratë e reja mund të eksplorojnë identitetet e tyre sipërmarrëse, të përpunojnë pengesat dhe të festojnë arritjet.
- Integroni praktikat reflektuese që mundësojnë përmirësim të vazhdueshëm në marrëdhëniet e mentorimit dhe strategjitë e zhvillimit të inteligjencës emocionale.

Rezultatet e të Nxënit

Deri në fund të trajnimit, nxënësit do të jenë në gjendje të:

- Analizoni se si faktorët psikologjikë, socialë, kulturorë dhe të lidhur me gjininë formësojnë mentalitetin sipërmarrës të grave të reja në kontekste të ndryshme socioekonomike.
- Zbatoni komponentët kryesorë të inteligjencës emocionale në mjediset sipërmarrëse, të trajnimit dhe të mentorimit.
- Identifikoni dhe integroni kompetencat përkatëse të LifeComp për të forcuar vetëefikasitetin, qëndrueshmërinë dhe përgatitjen sipërmarrëse të grave të reja.
- Lehtësoni mentorimin individual dhe në grup përmes qasjeve të strukturuar, reflektuese dhe që i përgjigjen përkatësisë gjinore, të cilat mbështesin vetëzbulimin dhe vendosjen e qëllimeve.
- Hartoni ndërhyrje që adresojnë ndjenjat e mashtruesit, frikën nga dështimi dhe barrierat që lidhen me vetëbesimin në sipërmarrje.
- Demonstroni praktikë të ndjeshme ndaj kulturës dhe të bazuar në pikat e forta, duke modeluar inteligjencën emocionale dhe duke nxitur marrëdhënie gjithëpërfshirëse mentorimi.

A. Pse duhet të fuqizojmë mentalitetin e grave?

Shpjegimi i Konceptit

Psikologjia e Fuqizimit

Një mentalitet fuqizues është një sistem besimi që ushqen rritjen, qëndrueshmërinë dhe vetëvendosjen. Për gratë sipërmarrëse, ai formon themelin psikologjik që i shndërron sfidat në mundësi. Fuqizimi shkon përtej qasjes në burime, do të thotë të kesh pronësinë e historisë tënde, të marrësh vendime të sigurta dhe të besosh në aftësinë tënde për të vepruar.

Sipas LifeComp, fuqizimi del nga tre fusha të ndërlidhura:

- Personale: kultivimi i vetëdijes, vetëbesimit dhe ekuilibrit emocional.
- Sociale: ndërtimi i empatisë, komunikimit dhe bashkëpunimit.
- Të mësuarit për të mësuar: zhvillimi i kuriozitetit, i të menduarit kritik dhe i hapjes ndaj rritjes.

Kuptimi i hendekut të mentalitetit

Fuqizimi i mentalitetit të grave ka të bëjë me çmontimin e barrierave sistemike dhe të brendshme që kanë kufizuar potencialin e tyre sipërmarrës. Studimet në të gjithë Evropën tregojnë se gratë e reja shpesh raportojnë vetëefikasitet më të ulët sipërmarrës sesa burrat, edhe kur ato zotërojnë aftësi të barabarta ose më të mëdha.

Ky “boshllëk besimi” rrjedh nga ndikimet e mbivendosura të stereotipeve kulturore rreth roleve të grave, mungesa e modeleve të dukshme, qasja e kufizuar në rrjete dhe financim, si dhe mikroagresionet e vazhdueshme që vënë në pikëpyetje kompetencën dhe ambicien.

Barrierat specifike gjinore që duhen adresuar

Gratë e reja përballen me pengesa dalluese që puna për zhvillimin e mentalitetit duhet t'i trajtojë:

- Kërcënimi i Stereotipit: Ndërgjegjësimi për stereotipet negative mund të zvogëlojë performancën dhe vetëbesimin.
- Sindroma e Mashtruesit: Dyshim i vazhdueshëm në vetvete pavarësisht provave të suksesit, veçanërisht në sektorët e dominuar nga meshkujt.
- Perfeksionizmi dhe Frika nga Dështimi: Hezitimi për të vepruar derisa kushtet të ndihen "perfekte", ndryshe nga bashkëmoshatarët që përqafojnë eksperimentimin.
- Paqartësia e rolit: Balancimi i pritjeve për kujdes dhe lidhshipin i vendosur mund të krijojë konflikt të brendshëm.
- Rrjete dhe Modele të Kufizuara: Me gratë që përbëjnë vetëm rreth 30% të sipërmarrësve evropianë, qasja në histori suksesi me të cilat mund të lidhen të tjerët mbetet e pakët.

Pse puna e mentalitetit krijon efekte valëzuese

Mentaliteti fuqizues gjeneron ndikim përtej individit. Kur gratë fitojnë vetëbesim dhe besim në vetvete, ato ndërtojnë biznese që i japin përparësi komunitetit, qëndrueshmërisë dhe

përfshirjes. Gratë e fuqizuara shpesh punësojnë dhe mentorojnë të tjerët, duke krijuar cikle mundësish dhe përfaqësimi.

Nga perspektiva e LifeComp, zhvillimi i mentalitetit forcon kompetencat e transferueshme (besimin, qëndrueshmërinë dhe përshtatshmërinë) që rrisin suksesin jo vetëm në sipërmarrje, por edhe në arsim, jetën qytetare dhe marrëdhëniet personale. Fuqizimi kështu kontribuon si në mirëqenie ashtu edhe në qëndrueshmëri ekonomike.

Roli i Punonjësve të të Rinjve

Punonjësit e të rinjve luajnë një rol transformues në formësimin e mendësisë sipërmarrëse të grave. Ndryshe nga anëtarët e familjes ose këshilltarët teknikë, ata mund të ofrojnë mbështetje holistike që trajton si dimensionet praktike ashtu edhe ato emocionale. Përmes mentorimit të vazhdueshëm, punonjësit e të rinjve i ndihmojnë gratë e reja:

- Njihni dhe sfidoni bindjet kufizuese.
- Festoni pikat e forta dhe progresin.
- Riformuloni pengesat si mundësi për të mësuar.
- Ndërtoni identitete autentike sipërmarrëse të rrënjësura në vlerat personale.

Inkurajimi i përgjithshëm ("Ti mund ta bësh!") është më pak efektiv sesa ndërhyrjet e synuara që ndërtojnë kompetencë, ofrojnë modele për t'u ndjekur, rregullojnë përgjigjet emocionale dhe zvogëlojnë stresin e lidhur me pasigurinë.

Kompetencat kryesore të të menduarit për t'u zhvilluar

Duke u bazuar në LifeComp, punonjësit e të rinjve duhet të përqendrohen në forcimin e:

- Vetëdija: Të kuptuarit e vlerave, pikave të forta dhe fushave të rritjes së dikujt.
- Vetërregullimi: Menaxhimi i emocioneve dhe sjelljeve në ndjekje të qëllimeve.
- Fleksibiliteti: Përshtatja efektive ndaj rrethanave në ndryshim.
- Mirëqenia: Ruajtja e shëndetit mendor dhe fizik nën presion.
- Mentaliteti i rritjes: Besimi në aftësinë për t'u zhvilluar përmes të mësuarit.

Këto kompetenca ofrojnë bazën psikologjike mbi të cilën ndërtohen aftësitë sipërmarrëse. Pa to, gratë mund të fitojnë njohuri biznesi, por nuk kanë vetëbesim për t'i zbatuar ato. Duke i fituar ato, ato bëhen nxënëse adaptive që e shohin sipërmarrjen si një udhëtim të vazhdueshëm zbulimi.

Nga Forca e Brendshme te Fuqizimi Kolektiv

Fuqizimi fillon nga brenda, por zgjerohet edhe jashtë. Pasi gratë kultivojnë vetëdijen, qëndrueshmërinë dhe ekuilibrin emocional, ato janë më të pajisura për t'u lidhur me të tjerët, për të ndarë përvoja dhe për të kontribuar në rritjen kolektive. Grupet e mentorimit, rrethet e bashkëmoshatarëve dhe komunitetet e rrjetëzimit u lejojnë grave të shkëmbejnë njohuri, të normalizojnë sfidat dhe të ndërtojnë kapital shoqëror. Kjo ndjenjë përkatësie transformon rritjen personale në fuqizim të përbashkët, duke përforcuar motivimin dhe llogaridhënien brenda rrjeteve mbështetëse.

Konteksti Kulturor dhe Praktika Gjithëpërfshirëse

Fuqizimi i vërtetë varet gjithashtu nga të kuptuarit e mjedisit kulturor dhe shoqëror në të cilin jetojnë dhe punojnë gratë. Në shumë komunitete, rolet tradicionale gjinore formojnë mënyrën se si perceptohen lidhshipit dhe sipërmarrja. Punonjësit e të rinjve duhet të zhvillojnë ndjeshmëri kulturore dhe të njohin realitetet lokale, duke i ndihmuar gratë të ruajnë autonominë dhe të jenë të pavarura.

Shembuj dhe Studime Rasti

Studimi i Rastit 1: Reshma Saujani - Themeluese e Girls Who Code¹

Si avokate e re, Reshma Saujani dukej se i kishte të gjitha: diploma nga Harvard dhe Yale, një karrierë të fuqishme dhe një pasion për shërbimin publik. Por brenda saj, ajo po luftonte me pasiguri të rrënjosura thellë dhe frikë nga dështimi. Duke parë shoqet dhe koleget e saj femra të përballeshin me të njëjtat çështje, Reshma e kuptoi se problemi ishte sistemik. Ajo kujton: "I shihja kolegët e mi meshkuj të merrnin rrezik pas rreziku. Por unë dhe shumë nga gratë me të cilat punoja nuk u rritëm për të marrë rreziqe. Ne u rritëm për të qenë perfekte."

Në vitin 2010, Reshma bëri një hap të guximshëm, kur la punën, kandidoi për Kongresin Amerikan në Nju Jork dhe humbi. Por kjo përvojë ia transformoi vetëbesimin duke e mësuar të përqafojë rrezikun dhe dështimin.

Ajo shpjegon: "Gjëja më e keqe që ndodh kur humbet zgjedhjet është se humbet një zgjedhje. Gjëja më e mirë që ndodh është se mund të shkosh të ndjekësh ëndrrat e tua."

¹ Revista WomLEAD (2024) Studime rastesh të grave që kapërcyen dyshimin në vetvete për të arritur një sukses të jashtëzakonshëm . 24 korrik. Në dispozicion në: <https://www.womleadmag.com/case-studies-of-women-who-overcame-self-doubt-to-achieve-remarkable-success> (Qasja: 30 tetor 2025).

E inkurajuar, Reshma lançoi Girls Who Code në vitin 2012 për të mbyllur hendekun gjinor në teknologji dhe për të ndërtuar vetëbesimin dhe guximin e vajzave. Organizata jofitimprurëse është rritur që atëherë duke arritur 90,000 vajza të të gjitha prejardhjeve në të 50 shtetet.

Reshma ia atribuon suksesin e saj:

- Duke përqaftuar një mentalitet rritjeje, "Më duhej të hiqja qafe këtë nocion të perfeksionizmit, këtë nocion se nuk mund të dështoja."
- Duke e rrethuar veten me mentorë dhe kolegë mbështetës.
- Duke u përqendruar te misioni i saj në vend të vetes, "Nuk ka të bëjë me mua, ka të bëjë me këtë lëvizje."

Duke e riformuluar dështimin si të mësuar dhe duke u përqendruar te qëllimi mbi egon, Reshma ishte në gjendje të thyente dyshimet e saj dhe të arrinte diçka që nuk e kishte ëndërruar kurrë të ishte e mundur.

Ajo reflekton: "Girls Who Code më ka rikthyer guximin. Nuk kam më frikë të dështoj sepse e di që gjëja më e keqe që ndodh është të ngrihem dhe të provoj përsëri."

Studimi i Rastit 2: Transformimi i Vetëdyshimit në Vetëefikasitet

Historia e Zanele-s, një gruaje të re që përvetësoi rolet tradicionale gjinore, ilustron qartë domosdoshmërinë e fuqizimit të mentalitetit. Gjatë gjithë rritjes së saj, Zanele ishte e kushtëzuar të besonte se i mungonte aftësia për të udhëhequr ose për të marrë vendime, duke iu thënë shpesh: "Zanele lëri vëllezërit e tu të të udhëheqin". Këto pritje të përhapura shoqërore dhe stereotipe gjinore krijuan barriera të brendshme të rëndësishme, duke u manifestuar si vetëbesim i ulët dhe skepticizëm rreth potencialit të saj.

Mentorimi shërbeu si një ndërhyrje jetësore, duke krijuar një mjedis ku Zanele ndihej e vlerësuar dhe e dëgjuar, duke i gërryer gradualisht dyshimet e saj në vetvete. Duke u angazhuar në vendosjen e qëllimeve të personalizuar dhe vetëzbulimin, ajo identifikoi aftësitë e saj organizative dhe kapacitetin e lindur për lidhje me jetën e saj personale dhe akademike. Udhëtimi i Zanele-s, nga besimi se ishte e aftë vetëm të udhëhiqej deri në zhvillimin e vetëbesimit të nevojshëm për të hapur dhe menaxhuar me sukses restorantin e saj, thekson se kapërcimi i kufizimeve psikologjike është një rrugë thelbësore për gratë e reja për të kapërcyer pritjet shoqërore dhe për të ndjekur me besim ëndrrat e tyre sipërmarrëse. Fuqizimi i mendjes së

saj ishte hapi themelor që i lejoji asaj të arrinte pavarësinë dhe të përmbushte potencialin e saj.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Harta e Fuqizimit: Mbështetni të mentoruarit në vizualizimin e peizazhit të tyre personal dhe profesional duke identifikuar pikat e forta, mundësitë dhe sfidat e perceptuara. Ky proces inkurajon një kuptim më të qartë të burimeve të brendshme dhe të jashtme. Mjete krijuese si Kanavaca e Fuqizimit ose Rrota e Rritjes i ndihmojnë pjesëmarrësit të artikulojnë aspiratat, të njohin modelet dhe të vendosin përparësi të fokusuara të zhvillimit. Këto metoda vizuale i bëjnë idetë abstrakte më të prekshme, duke u mundësuar grave të ndjekin progresin me kalimin e kohës dhe të përsosin qëllimet e tyre me saktësi më të madhe.

Tregim Reflektiv: Ftojini pjesëmarrësit të rrëfejnë momente kyçe në udhëtimet e tyre personale ose sipërmarrëse, me vëmendje të veçantë ndaj rasteve të ndryshimit ose njohurive. Përmes rrëfimit, gratë eksplorojnë se si përvojat e kaluara ndikojnë në motivimet dhe zgjedhjet e tyre të tanishme. Kjo teknikë forcon ndjenjën e identitetit, mbështet krijimin e kuptimit dhe përforcon aftësinë personale për të vepruar. Ndarja e historive në një mjedis të udhëhequr gjithashtu nxit lidhjen, pasi pjesëmarrësit dëgjojnë se si të tjerët përballen me dilema ose mundësi të ngjashme.

Ushtrime Trajnimi për Rezistencë: Përdorni aktivitete të bazuara në skenarë ku nxënësit analizojnë sfida reale ose hipotetike, të tilla si pengesat financiare, konfliktet në ekip ose projektet e bllokuara. Pjesëmarrësit shqyrtojnë reagimet emocionale, marrin në konsideratë shkaqet e tyre themelore dhe identifikojnë mënyra konstruktive për t'u rikuperuar ose përshtatur. Këto ushtrime ndërtojnë rezistencë praktike duke i ndihmuar gratë të dallojnë faktorët e kontrollueshëm nga ata të pakontrollueshëm, të vlerësojnë rreziqet më me qetësi dhe të praktikojnë strategji efektive përballimi.

Rrethet e Mentorimit në Grup: Organizoni grupe të vogla dhe të fokusuara ku gratë ndajnë qëllimet e të nxënësit, shkëmbejnë njohuri dhe ofrojnë inkurajim të ndërsjellë. Ky format kolektiv promovon empatinë, dëgjimin aktiv dhe përgjegjësinë e përbashkët për progresin. Dinamika e grupit mund t'i ndihmojë pjesëmarrësit të zgjerojnë perspektivat e tyre, të testojnë idetë në një mjedis mbështetës dhe të përfitojnë nga pikëpamje të ndryshme që forcojnë vendimmarrjen.

Teknikat e Vëmendjes dhe Rregullimit Emocional: Integroni ushtrime të shkurtra të frymëmarrjes, teknika të mbështetjes ose momente reflektimi të udhëhequr në seancat e mentorimit. Këto praktika i ndihmojnë pjesëmarrësit të zhvillojnë vetëdijen për gjendjet e

tyre emocionale dhe të kultivojnë përgjigje më të qëndrueshme ndaj stresit. Përdorimi i rregullt i teknikave të tilla rrit përqendrimin, qartësinë dhe kontrollin emocional, duke kontribuar në vendimmarrje më të sigurt në sipërmarrje.

Detyrë Mini-Punimore (për praktikë): Hartoni një aktivitet të shkurtër 30-minutësh në të cilin pjesëmarrësit identifikojnë një bindje kufizuese që ndikon në vetëbesimin ose vendimmarrjen e tyre. Udhëzohuni ata në shqyrtimin e origjinës së bindjes, vlerësimin e vlefshmërisë së saj dhe riformulimin e saj në një alternativë konstruktive. Nxënësit më pas ndajnë planin e tyre të seancës në forumin e kursit për të marrë reagime nga kolegët, duke u lejuar atyre të përsosin aftësitë e tyre të lehtësimit dhe të mësojnë nga qasjet e të tjerëve.

Protokollet Reflektive të Mbajtjes në Ditar: Prezantoni rutina të strukturuar të mbajtjes në ditat që inkurajojnë vetëvëzhgimin e vazhdueshëm dhe zhvillimin e mendësisë. Jepni sugjerime të tilla si: "Cili besim kufizues më sfidoi këtë javë dhe cilat prova e kundërshtojnë atë?" ose, "Kur demonstrova qëndrueshmëri sot?" Mbajtja në ditat i ndihmon pjesëmarrësit të identifikojnë modelet, të gjurmojnë ndryshimet emocionale dhe të dokumentojnë progresin, duke forcuar vetëdijen afatgjatë dhe rritjen personale.

B. Si mund t'i mentorojnë punëtorët e të rinjve gratë?

Shpjegimi i Konceptit

Natyrë dalluese e mentorimit

Mentorimi është një marrëdhënie e strukturuar, por e përqendruar te njeriu, që nxit rritjen përmes besimit, dialogut dhe të nxënies të përbashkët. Për punonjësit e të rinjve që mbështesin gratë e reja në sipërmarrje, mentorimi është më shumë sesa transferim aftësish, është një akt fuqizimi. Ai i ndihmon të mentoruarit të qartësojnë qëllimet, të përballojnë sfidat sociale dhe emocionale dhe të kultivojnë autonominë.

Mentorimi ndryshon në thelb nga mësimdhënia ose këshillimi. Ndërsa mësimdhënia transmeton njohuri dhe këshillimi ofron zgjidhje, mentorimi krijon një marrëdhënie zhvillimore ku një person më me përvojë (mentor) mbështet rritjen holistike të një personi më pak me përvojë (i mentoruari).

Mentorimi efektiv për gratë sipërmarrëse përfshin dimensione të shumfishta:

- Udhëzim për Karrierën: Lundrimi në rrugët sipërmarrëse
- Mbështetje Psikosociale: Ndërtimi i vetëbesimit dhe identitetit

- Modelim rolesh: Demonstrimi i mundësive
- Avokim: Lidhja me mundësitë

Hulumtimet tregojnë vazhdimisht se gratë sipërmarrëse me mentorë demonstrojnë norma më të larta mbijetese të biznesit, rritje më të shpejtë të të ardhurave, inovacion më të madh dhe mirëqenie të përmirësuar krahasuar me ato pa mbështetje mentorimi.

Parimet e Mentorimit të Përgjegjshëm ndaj Gjinisë

Qasjet e përgjithshme të mentorimit shpesh dështojnë në adresimin e nevojave specifike të grave. Mentorimi i përgjigjshëm ndaj gjinisë njeh faktin që gratë e reja e lundrojnë sipërmarrjen brenda konteksteve të formuara nga pabarazitë sistemike gjinore, paragjykimet stereotipike dhe pritjet shpesh kontradiktore të roleve. Kjo qasje kërkon:

- Ndërgjegjësimi Ndërsektorial: Si ndërthuret gjinia me racën, klasën dhe identitete të tjera për të formësuar përvojat.
- Orientimi i Bazuar në Pikat e Forta: Narrativa të Deficitit rreth Grave Sipërmarrëse.
- Thellësia Relacionale: Diskutime të cenushme rreth sfidave specifike gjinore.
- Pranim Strukturor: Vlerësimi i barrierave gjinore si reale në vend të minimizimit të tyre si probleme individuale.
- Fokusi në Fuqizim: Ndërtimi i agjencisë në vend të varësisë.

Fazat e Marrëdhënieve të Mentorimit

Marrëdhëniet efektive të mentorimit zakonisht përparojnë nëpër faza të dallueshme që kërkojnë qasje të ndryshme.

1. Fillimi (muajt 1-2): Ndërtimi i raportit, krijimi i besimit dhe sqarimi i pritjeve. Punonjësit e të rinjve duhet të investojnë kohë duke kuptuar vizionin sipërmarrës të gruas, kontekstin personal, frikërat dhe aspiratat e saj.
2. Kultivimi (muajt 3-12): Faza më e thellë e punës, e karakterizuar nga angazhimi i rregullt, zhvillimi i aftësive, navigimi i sfidave dhe të mësuarit e ndërsjellë.
3. Mbyllja (eventuale): Përgatitja e të mentoruarit për pavarësi gjatë kalimit në një marrëdhënie me bashkëmoshatarët ose rrjet ish-nxënësish. Shumë punonjës të të rinjve kanë vështirësi me këtë fazë, por hulumtimet tregojnë se të mentoruarit që përjetojnë ndarje të shëndetshme zhvillojnë aftësi më të forta autonome.

Kompetencat Thelbësore të Mentorimit nga LifeComp

Mentorët efektivë të punonjësve të të rinjve duhet të zotërojnë vetë kompetenca specifike.

- Empatia i mundëson mentorëve të kuptojnë përvojat e grave pa imponuar interpretimet e tyre.
- Aftësitë e komunikimit lehtësojnë dëgjimin aktiv, pyetjet e fuqishme dhe reagimet konstruktive.
- Bashkëpunimi i ndihmon mentorët të pozicionohen si partnerë në udhëtimin e gruas dhe jo si autoritete.
- Të menduarit kritik u lejon mentorëve të analizojnë situata komplekse me të cilat përballen gratë dhe të ndihmojnë në gjenerimin e zgjidhjeve të përshtatshme kontekstuale.
- Fleksibiliteti mundëson përshtatjen ndaj nevojave dhe stileve unike të të nxënit të secilit të mentoruar.

Punonjësit e të rinjve duhet t'i vetëvlerësojnë rregullisht këto kompetenca dhe të kërkojnë zhvillim profesional për t'i forcuar ato.

Sfidat e zakonshme të mentorimit me gratë e reja

Në marrëdhëniet e mentorimit me gratë e reja sipërmarrëse lindin zakonisht disa sfida. Zhvillimi i varësisë mund të ndodhë kur mentorët japin shumë përgjigje në vend që të lehtësojnë aftësitë e të mentoruarit për zgjidhjen e problemeve.

- Projeksioni ndodh kur mentorët në mënyrë të pavetëdijshme u imponojnë shtigjet ose vlerat e tyre sipërmarrëse të mentoruarve.
- Paqartësia e kufijve shfaqet kur elementët personalë dhe profesionalë të marrëdhënieve ngatërrohen.
- Dinamikat e pushtetit kërkojnë një navigim të kujdesshëm, pasi gratë e reja mund t'u nënshtrohen tepër mentorëve ose të kenë vështirësi në shprehjen e mospajtitimit.
- Mospërputhjet kulturore midis mentorit dhe të mentoruarit mund të krijojnë keqkuptime pa përlulesi dhe kuriozitet të qartë kulturor.

Ndërgjegjësimi për këto gracka mundëson parandalimin proaktiv përmes kontraktimit të qartë, verifikimeve të rregullta të marrëdhënieve dhe praktikës reflektuese.

Matja e Efektivitetit të Mentorimit

Mentorimi me cilësi të lartë kërkon vlerësim dhe përshtatje të vazhdueshme. Punonjësit e të rinjve duhet të përcaktojnë në bashkëpunim objektivat me të mentoruarit që në fillim të marrëdhënies, duke shqyrtuar progresin çdo tremujor.

Treguesit e efektivitetit përfshijnë rritjen e vetëefikasitetit sipërmarrës të të mentoruarit (të matur përmes shkallëve të validuara), progresin konkret drejt arritjeve të objektivave të biznesit, zgjerimin e rrjeteve profesionale, demonstrimin e kompetencave specifike dhe kënaqësinë subjektive me marrëdhënien.

Përtej rezultateve individuale, punonjësit e të rinjve duhet të reflektojnë mbi zhvillimin e tyre si mentorë:

- A po bëheni më të aftë në bërjen e pyetjeve të fuqishme në vend që të jepni këshilla?
- A i njihni dhe i adresoni gjithnjë e më shumë paragjykimet e tyre?
- A po krijoni hapësirë për zërin dhe lidhësin e të mentoruarve?

Krijimi i Hapësirave të Mentorimit të Sigurta nga ana Kulturore

Për shumë gra, veçanërisht ato nga komunitetet e marginalizuara, sipërmarrja përfaqëson lundrimin në hapësira ku ato përjetojnë tjetërsim ose përjashtim. Mentorët që punojnë me të rinjtë duhet të krijojnë në mënyrë aktive hapësira të sigurta nga ana kulturore ku gratë e reja mund të sjellin identitetin e tyre të plotë pa ndërruar kode ose maskuar aspekte të vetes. Kjo kërkon pranim të qartë të pushtetit dhe privilegjit, validim të përvojave me diskriminimin, festimin e pikave të forta dhe vlerave kulturore që mund të ndryshojnë nga normat mbizotëruese të biznesit dhe angazhim për avokim kur gratë e reja përballen me barriera sistemike. Siguria kulturore gjithashtu do të thotë të njohësh kur duhet të lidhësh gratë e reja me mentore që ndajnë dimensione specifike identiteti që mundësojnë një kuptim më të thellë.

Shembuj dhe Studime Rasti

Studimi i Rastit 1: Fuqizimi Psikologjik, Ndërtimi i Besimit dhe Rezistenca

Mentorimi ofron ndërhyrje kritike të nevojshme për të çmontuar barrierat e thella psikologjike që shpesh i kufizojnë gratë e reja. Punonjësit e të rinjve përqendrohen në kultivimin e aspekteve thelbësore psikologjike si vetëbesimi dhe vetëefikasiteti. Merrni

parasysh Zanele-n, e cila u rrit duke përvetësuar pritjet shoqërore se nuk i kishte aftësinë për të udhëhequr, duke dëgjuar shpesh fraza si: "Zanele lëri vëllezërit e tu të të udhëheqin".

Mentorja e saj, Imani, nisi një marrëdhënie të qëndrueshme dhe besimi të ndërtuar mbi dëgjimin aktiv dhe vlerësimin e zërit të Zanele-s, duke e bërë Zanele-n të ndihej e vlerësuar dhe e sigurt. Imani e përdori marrëdhënien e mentorimit për ta ndihmuar Zanele-n të zbulonte në mënyrë aktive potencialin e saj të brendshëm, siç janë aftësitë e saj natyrore organizative dhe kapaciteti udhëheqës, duke e inkurajuar atë të vendoste dhe të arrinte qëllime në jetën e saj personale dhe akademike. Çështja kryesore është se, kur Zanele më vonë hasi një dështim, Imani ofroi mbështetje psikologjike, duke e paraqitur pengesën jo si një ngjarje katastrofike, por si një mundësi normale të të nxënit. Kjo ndërhyrje transformon dyshimin fillestar në vetvete në qëndrueshmërinë dhe këmbënguljen e nevojshme që gratë e reja të ndjekin me besim objektivat e tyre sipërmarrëse, duke kontribuar drejtpërdrejt në pavarësinë dhe realizimin e tyre profesional.

Studimi i Rastit 2: Mentorimi i një Gruaje që Hap Biznesin e Saj

Kur ideja e saj për një sipërmarrje dizajni të punuar me dorë po fitonte terren, një sipërmarrëse e re iu bashkua programit të mentorimit të Femme Palette dhe u bashkua me mentoren me përvojë Eva Knirschová. Së bashku ato mbuluan të gjitha hapat thelbësorë për lançimin, nga regjistrimi i biznesit dhe zotërimi i bazave tatimore, deri te përcaktimi i një portofoli unik produktesh, kryerja e hulumtimit të tregut dhe vendosja e çmimeve konkurruese.

Eva e mbështeti të mentoruarën me përvojën e saj të mëparshme në një biznes të ngjashëm, duke e ndihmuar të krahasonte modelet e dyqaneve online, të vlerësonte prezantimin e produkteve dhe të hartonte strategji marketingu nëpërmjet mediave sociale dhe tregjeve të dizajnit (në qytete si Praga dhe Brno). E mentoruara mbërriti në seanca e përgatitur mirë me pyetje rreth problemeve praktike me të cilat përballej, dhe plani i tyre i mentorimit prej 12 seancash evoluoi shpejt falë bashkëpunimit të qartë dhe entuziazmit.

Në fund të periudhës së mentorimit, e mentoruara merrte pjesë rregullisht në tregjet e dizajnit dhe po rriste numrin e ndjekësve në mediat sociale. Eva theksoi rëndësinë e kimisë mentor-mentor dhe përputhjen me kujdes të projekteve me përvojën në industri: "Kimi e mirë... duhet të zgjedhësh një të mentoruar me një projekt për të cilin je shumë e sigurt se mund ta ndihmosh."

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Marrëveshjet e Mentorimit: Krijoni një marrëveshje të shkurtër me shkrim që përshkruan frekuencën e takimeve, konfidencialitetin dhe përgjegjësitë e ndërsjella, duke ndërtuar strukturën dhe angazhimin.

Ushtrime Komunikimi Empatik: Përdorni lojën me role për të ndihmuar punonjësit e të rinjve të praktikojnë dëgjimin pa gjykime dhe gjuhën e trupit (p.sh., në çifte, një person ndan një sfidë të kohëve të fundit; tjetri praktikon dëgjimin reflektues dhe përmbledhjen e emocioneve, jo vetëm të fakteve).

Ditarët e Mentorimit: Inkurajoni si mentorët ashtu edhe të mentoruarit që të dokumentojnë reflektimet pas çdo takimi, duke promovuar metakognicionin, një aftësi LifeComp e lidhur me 'të mësuarit për të nxënë'.

Grupet e Mbikëqyrjes nga Kolegët: Punonjësit e të rinjve mund të formojnë qarqe mbikëqyrjeje për të diskutuar dilemat, për të ndarë reagime dhe për të parandaluar lodhjen. Kjo pasqyron dimensionet e ekuilibrit social dhe emocional të LifeComp.

Detyrë Mini-Punimore (për praktikë): Hartoni një plan për "takimin e parë të mentorimit", duke përfshirë hapa për thyerjen e akullit, pyetje reflektimi dhe aktivitete përmbyllëse. Ndani atë në forum dhe jepni reagime për dizajnin e një kolegu.

Modeli GROW për Bisedat e Mentorimit: Strukturoni seancat e mentorimit duke përdorur kornizën GROW.

- Qëllimi: Çfarë doni të arrini?
- Realiteti: Çfarë po ndodh tani?
- Opsionet: Çfarë mund të bëni?
- Will: Çfarë do të bësh?

Ky model siguron biseda të drejtuara nga të mentoruarit, ndërkohë që ofron një strukturë të dobishme.

Korniza e Feedback-ut Konstruktiv: Jepni feedback duke përdorur modelin SBI.

- Situata: Përshkruani kontekstin specifik
- Sjellja: Detajoni veprimet e vëzhgueshme pa interpretim
- Ndikimi: Shpjegoni efektet tek vetja dhe të tjerët

Për shembull, "Gjatë prezantimit tuaj praktik dhe (S), vura re se ju kërkuat falje tre herë para se të paraqisnit idenë tuaj të biznesit (B). Kjo mund t'i bëjë investitorët të vënë në dyshim besimin tuaj në sipërmarrje (I)".

Bashkëkrijimi i Objektivave dhe Përgjegjësia: Bashkëpunoni me të mentoruarit për të vendosur objektiva SMART (Specifike, të Matshme, të Arritshme, Relevante, të Kufizuara në Kohë) si për progresin sipërmarrës ashtu edhe për zhvillimin personal. Dokumentoni objektivat dhe rishikojini ato rregullisht, duke festuar arritjet dhe duke i përshtatur sipas nevojës.

Zhvillimi i Identitetit Sipërmarrës: Përdorni ndërhyrje të fokusuar në identitet që i ndihmojnë gratë e reja të shohin veten si sipërmarrëse. Kryeni ushtrime për "veten e ardhshme", ku të mentoruarat shkruajnë letra nga vetja e tyre sipërmarrëse pesëvjeçare drejtuar vetes së tyre të tanishme, duke artikuluar vlera, arritje dhe këshilla. Këto aktivitete forcojnë identitetin sipërmarrës, të cilin kërkimi e lidh me këmbënguljen dhe mirëqenien.

C. Parimet e të Mësuarit Joformal dhe të Përzier

Shpjegimi i Konceptit

Kuptimi i Inteligjencës Emocionale në Ndërmarrësi

Inteligjenca Emocionale (IE) është aftësia për të njohur, kuptuar, menaxhuar dhe përdorur në mënyrë efektive emocionet tek vetja dhe të tjerët dhe përfaqëson një kompetencë kritike sipërmarrëse, por shpesh të anashkaluar.

Hulumtimet tregojnë gjithnjë e më shumë se inteligjenca artificiale parashikon suksesin sipërmarrës përtej aftësive teknike ose inteligjencës së përgjithshme.

Për gratë sipërmarrëse konkretisht, zhvillimi i inteligjencës artificiale trajton sfida të shumta:

1. Menaxhimi i rrëmujës emocionale të ndërtimit të një biznesi
2. Lundrimi ndaj mikroagresioneve të bazuara në gjini pa përvetësuar negativitetin
3. Ndërtimi i marrëdhënieve të vërteta profesionale
4. Udhëheqja e ekipeve me empati
5. Ruajtja e mirëqenies gjatë stresit

Ndryshe nga IQ-ja, e cila mbetet relativisht e qëndrueshme, Inteligjenca Emocionale mund të zhvillohet sistematikisht përmes praktikës së qëllimshme dhe marrëdhënieve mbështetëse, pikërisht atë që ofron puna efektive me të rinjtë.

Pesë Komponentët Kryesorë të Inteligjencës Emocionale

Shumica e kornizave gjithëpërfshirëse të IE-së identifikojnë pesë kompetenca të ndërlidhura.

1. Vetëdija: Njohja e emocioneve të dikujt ndërsa ato ndodhin, kuptimi i shkaktarëve emocionalë dhe kuptimi se si ndjenjat ndikojnë në mendime dhe sjellje. Për sipërmarrësit, kjo do të thotë të vënë re kur frika nxit shtyrjen ose të njohin se nervozizmi sinjalizon lodhje të tepërt.
2. Vetërregullimi: Menaxhimi i emocioneve dhe impulseve shkatërruese, ruajtja e standardeve të ndershmërisë dhe integritetit, përshtatja ndaj rrethanave në ndryshim dhe qëndrimi rehat me paqartësinë. Kontekstet sipërmarrëse shkaktojnë vazhdimisht emocione të forta (refuzim nga investitorët, ankesa të klientëve, kërcënime nga konkurrentët), duke e bërë vetërregullimin thelbësor për vendimmarrje racionale.
3. Motivimi: Nxitje e brendshme përtej shpërblimeve të jashtme (pasion për punën, përkushtim ndaj qëllimeve pavarësisht pengesave, optimizëm kur përballemi me pengesa dhe përkushtim organizativ). Gratë sipërmarrëse shpesh demonstronin motivim të fortë të brendshëm të lidhur me qëllimin dhe vlerat, të cilat punonjëset rinore mund t'i shfrytëzojnë dhe forcojnë.
4. Empatia: Perceptimi dhe kuptimi i emocioneve të të tjerëve, shfaqja e interesit aktiv për shqetësimet e tyre dhe njohja e rrymave emocionale në grupe. Për sipërmarrësit, empatia mundëson mirëkuptimin e klientëve, udhëheqjen e ekipit, ndërtimin e marrëdhënieve me investitorët dhe bashkëpunimin.
5. Aftësi Sociale: Integrimi i komponentëve të mëparshëm në menaxhimin efektiv të marrëdhënieve (komunikim i qartë, ndikim dhe bindje, menaxhim konfliktesh, bashkëpunim dhe ndërtim ekipi). Këto aftësi dëshmojnë veçanërisht të rëndësishme për gratë sipërmarrëse të cilat shpesh ndërtojnë biznese duke theksuar marrëdhëniet dhe ndikimin social.

Pse Inteligjenca Emocionale ka Rëndësi Veçanërisht për Gratë Sipërmarrëse?

Ndërsa IE-ja u sjell dobi të gjithë sipërmarrësve, disa faktorë e bëjnë atë veçanërisht të rëndësishme për gratë e reja:

1. Hulumtimet tregojnë se gratë marrin më shumë reagime të fokusuara te emocionet ("shumë agresive", "jo mjaftueshëm të ngrohta") sesa reagime të fokusuara te kompetenca, duke e bërë vetëdijesimin dhe vetërregullimin thelbësor për filtrimin e kritikave të padobishme, ndërkohë që nxirren njohuri të dobishme.
2. Gratë sipërmarrëse shpesh përballen me atë që studiuesit e quajnë "lidhje të dyfishta". Këto janë pritje kontradiktore që vendosmëria lexohet si agresion, ndërsa bashkëpunimi si dobësi. Eja e lartë u mundëson grave të lundrojnë në këto dinamika në mënyrë strategjike pa kompromentuar autenticitetin.
3. Gratë sipërmarrëse raportojnë nivele më të larta të punës emocionale në kontekstet e biznesit (menaxhimi i emocioneve të tjerëve, zbutja e konflikteve dhe kryerja e roleve të kujdesit), të cilat mund të çojnë në lodhje të tepërt pa vetërregullim të fortë dhe vendosje kufijsh.
4. Kërcënimi nga stereotipet dhe mikroagresionet krijojnë taksim emocional. Aftësitë e inteligjencës artificiale i ndihmojnë gratë të përpunojnë këto përvoja pa i përvetësuar ato brenda vetes.
5. Bizneset e udhëhequra nga gratë shpesh theksojnë misionet sociale dhe marrëdhëniet me palët e interesuara, duke kërkuar empati dhe aftësi të avancuara sociale.

Sfidat e Zakonshme të Inteligjencës Emocionale për Gratë e Reja Sipërmarrëse

- Shtypja Emocionale: Kur gratë e reja besojnë se kontekstet profesionale kërkojnë fshehjen e emocioneve, duke çuar në mungesë autenticiteti dhe akumulim stresi. Antidoti nuk është shpërthimi emocional, por shprehja dhe përpunimi i përshtatshëm.
- Dështimi i nxitur nga perfeksionizmi: Ndodh kur frika nga papërsosmëria krijon paralizë në vend të menaxhimit të veprimeve produktive.
- Mbipopullim i Empatisë: Kur gratë i japin përparësi të tepërt nevojave të tjerëve, ndërsa neglizhojnë të vetat, duke çuar në kufij të paqartë dhe lodhje.
- Sindroma e Mashtruesit: I pengon gratë e reja të njohin me saktësi arritjet e tyre, duke shtrembëruar vetëdijen.

- Modele që u pëlqejnë njerëzve: Model sjelljeje ku dikush vazhdimisht i jep përparësi të tjerëve mbi mirëqenien e vet, duke minuar komunikimin autentik dhe efektivitetin social.

Zakonisht dalin në pah disa sfida që lidhen me inteligjencën intelektuale, si ato të përmendura më sipër. Punonjësit e të rinjve duhet t'i njohin këto modele dhe të ofrojnë ndërhyrje të synuara.

Zhvillimi i IE-së si një praktikë e vazhdueshme

Inteligjenca Emocionale nuk fitohet përmes punëtorive të vetme ose të mësuarit teorik. Ajo zhvillohet përmes praktikës së vazhdueshme, reflektimit dhe reagimeve me kalimin e kohës. Punonjësit e të rinjve shërbejnë si "trajnerë të inteligjencës emocionale", duke i ndihmuar gratë e reja të ndërtojnë vetëdije përmes reflektimit të udhëhequr, duke ofruar korniza për të kuptuar përvojat emocionale, duke krijuar hapësira të sigurta për praktikimin e sjelljeve të reja, duke ofruar reagime mbi modelet emocionale dhe duke modeluar vetë funksionimin e shëndetshëm emocional.

Hulumtimet sugjerojnë se zhvillimi i inteligjencës intelektuale kërkon afërsisht gjashtë muaj praktikë të vazhdueshme për një ndryshim domethënës të sjelljes, me përforsime të vazhdueshme që parandalojnë regresin. Ky afat kohor përputhet mirë me marrëdhëniet tipike të mentorimit të punës me të rinjtë, duke i pozicionuar punëtorët e të rinjve si lehtësues idealë të rritjes së inteligjencës intelektuale.

Matja dhe Ndjekja e Zhvillimit të Inteligjencës Emocionale

Ndryshe nga aftësitë teknike me pika të qarta demonstrimi, rritja e inteligjencës intelektuale mund të duket e paqartë pa një ndjekje të qëllimshme. Punonjësit e të rinjve duhet t'i ndihmojnë gratë e reja të përcaktojnë objektivat e zhvillimit të inteligjencës intelektuale dhe të monitorojnë progresin përmes metodave të shumta:

1. Vetëvlerësim i rregullt duke përdorur mjete të validuara të IE-së.
2. Mbajtja e një ditari reflektues që analizon përvojat dhe përgjigjet emocionale.
3. Reagime nga të tjerë të besuar në lidhje me ndryshimet e vëzhguara.
4. Tregues konkretë të sjelljes (p.sh., "Unë u shërova nga refuzimi i investitorit brenda dy ditësh në vend të dy javësh").
5. Analiza e incidenteve kritike që shqyrton se si situata specifike janë trajtuar ndryshe me kalimin e kohës.

Kjo ndjekje shërben për qëllime të dyfishta:

1. Dokumentimi i rritjes reale.
2. Forcimi i vetëdijes metakognitive, e cila në vetvete rrit inteligjencën intelektuale.

Shembuj dhe Studime Rasti

Studimi i Rastit 1: Si i Bën Inteligjenca Emocionale Liderët Më Ndikues²

Gemma Garcia Godall, në fjalimin e saj në TEDx në TEDxIESEBarcelona me titull “Si Inteligjenca Emocionale i Bën Liderët Më Ndikues”, ofron një histori bindëse të transformimit të saj personal nga një sipërmarrëse hiper-rationale në një grua me inteligjencë emocionale. Një përvojë personale shënoi një pikë kthese që rivlerësoi përkufizimin e saj të suksesit sipërmarrës. Ajo e matte suksesin thjesht përmes KPI-ve, por filloi të kuptonte se sukcesi ka të bëjë edhe me lidhjen emocionale, empatinë dhe autenticitetin. Ky realizim e çoi atë në themelimin e një kompanie të dedikuar për kultivimin e inteligjencës emocionale brenda organizatave. Folësja argumenton se menaxhimi i emocioneve është jetik për lidhshpirtin modern, pasi mundëson krijimin e marrëdhënieve të forta dhe trajtimin më të mirë të qëllimeve dhe sfidave.

Në fjalimin e saj, Gemma propozon tre mjete praktike për zbatimin e inteligjencës emocionale:

1. Lidhja me emocionet e veta
2. Lidhja me emocionet e ekipit
3. Krijimi i një mjedisi përmirësimi dhe rritjeje

Transformimi i saj nxjerr në pah ndikimin e thellë të inteligjencës emocionale, në vend të kontrollit apo perfeksionizmit, duke përcaktuar vetë thelbin e lidhshpirtit modern.

Studimi i Rastit 2: Lidhshpirti i Suksesshëm dhe i Qëndrueshëm i Marina Ofloudi-Yavroglou duke përdorur praktikën e Inteligjencës Emocionale

Historia e Marina Ofloudi-Yavroglou është një shembull i fuqishëm se si gratë me inteligjencë të lartë emocionale nxisin suksesin. Marina mban titullin e Drejtores Ekzekutive të Soya Mills SA, një kompani greke agroushqimore me operacione në të gjithë Greqinë dhe rajonin e gjerë të Mesdheut. Sukcesi i saj në këtë fushë të dominuar nga meshkujt në Greqi tregon se empatia, integriteti dhe dëgjimi aktiv nuk janë tipare të buta, por mjete thelbësore

² Garcia Godall, G., 2019. Si i bën intelijenca emocionale udhëheqësit më me ndikim | Gemma Garcia Godall | TEDxIESEBarcelona. (video online) YouTube. Në dispozicion në: <https://www.youtube.com/watch?v=75obHtjUsG8> (Qasar më 31 tetor 2025).

leadershipi. Kur hyri për herë të parë në sektorin e biznesit, Ofloudi-Yavroglou u përqendrua në të kuptuarit e njerëzve në vend të pohimit të autoritetit, duke theksuar se ajo "dëgjonte shumë" për të fituar besim dhe për të ndërtuar marrëdhënie të vërteta. Kjo aftësi për t'u përshtatur me perspektivat e të tjerëve nxiti bashkëpunimin dhe besnikërinë në të gjitha ekipet e saj. Këmbëngulja e saj se "fjala jonë është kontrata jonë, edhe nëse na kushton para" pasqyron vetërregullimin emocional dhe vetëdijen etike, të cilat janë komponentë thelbësorë të inteligjencës emocionale që përforcojnë besueshmërinë dhe partneritetet afatgjata. Për më tepër, angazhimi i saj për të mentoruar dhe fuqizuar më shumë gra në biznes zbulon vetëdije të lartë shoqërore dhe një dëshirë për të krijuar kultura organizative emocionalisht inteligjente të rrënjosura në drejtësi dhe rritje të përbashkët. Përmes autenticitetit, empatisë dhe besimit relational, Marina Ofloudi-Yavroglou ilustron se si leadershipi emocionalisht inteligjent mund të mbështesë si përmbushjen personale ashtu edhe suksesin e qëndrueshëm të korporatës.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Ushtrime për Hartimin Emocional: Ftojini pjesëmarrësit të reflektojnë mbi emocionet e përjetuara gjatë aktiviteteve të fundit sipërmarrëse, të tilla si prezantimi i ideve, menaxhimi i buxheteve ose negociatat me partnerët. Duke hartuar këto emocione, nxënësit shqyrtojnë situatat që i shkaktuan ato dhe rezultatet që pasuan. Ky proces ndihmon në sqarimin se si modelet emocionale ndikojnë në sjellje, duke u lejuar të mentoruarve të njohin momentet ku rregullimi, përgatitja ose mbështetja mund të kenë përmirësuar rezultatet. Hartografia emocionale krijon një hapësirë të strukturuar për të diskutuar sfidat që shpesh anashkalohen, por që janë thelbësore për vendimmarrjen efektive.

Mbajtja e ditarit për vetëdijesim: Inkurajoni përdorimin e nxitjeve të rregullta për të shkruar për të ndihmuar pjesëmarrësit të gjurmojnë tendencat emocionale dhe të eksplorojnë burimet e tyre. Nxitje të tilla si "Cili emocion dominoi javën time?", "Çfarë kontribuoi në të?", ose "Çfarë mund të mësoj nga kjo përvojë?" i udhëzojnë gratë në identifikimin e temave të përsëritura, reagimeve të padobishme dhe mundësive për rritje personale. Mbajtja e ditarit bëhet një rutinë reflektuese që forcon qartësinë emocionale dhe mbështet zgjedhje më të qëllimshme në kontekstet sipërmarrëse.

Teknikat e Vëmendjes dhe Frymëmarrjes: Filloni seancat e mentorimit me praktika të shkurtra bazë, të tilla si frymëmarrja e ngadaltë ose pauza të shkurtra të udhëhequra. Edhe pse të thjeshta, këto teknika gjenerojnë përmirësime të dukshme në fokus, qetësi dhe ekuilibër emocional. Përdorimi i vazhdueshëm i vetëdijes i ndihmon pjesëmarrësit të rregullojnë stresin gjatë detyrave të vështira, të vlerësojnë situatat me objektivitet më të madh dhe të përballojnë pasigurinë me gjykim më të qëndrueshëm.

Lojë me role e empatisë: Përdorni skenarë të strukturuar që u lejojnë të mentoruarve të shqyrtojnë situatat përmes këndvështrimeve të ndryshme - qofshin ato të klientëve, investitorëve, anëtarëve të ekipit apo bashkëpunëtorëve të mundshëm. Lojërat me role i inkurajojnë nxënësit të njohin pritjet dhe stilet e ndryshme të komunikimit. Kjo forcon empatinë, zgjeron aftësitë ndërpersonale dhe rrit aftësinë për të zgjidhur konfliktet në mënyrë konstruktive.

Mjeti i Lidhjes Emocion-Veprim: Prezantoni një tabelë që lidh emocionet e zakonshme - të tilla si ankthi, motivimi, frustrimi ose entuziazmi - me përgjigje konstruktive. Këto mund të përfshijnë strategji përgatitjeje, ushtrime mirënjohjeje, komunikim të sigurt ose teknika riformulimi. Mjeti mbështet shkrim-leximin emocional duke treguar se si emocionet mund të udhëheqin veprime kuptimplote në vend që të pengojnë progresin. Pjesëmarrësit mësojnë të interpretojnë me saktësi sinjalet emocionale dhe të përgjigjen me qëllim në vend të impulsit.

Reagimet si një Mjet Rritjeje: Mësoni përdorimin e Modelit SBI (Situatë-Sjellje-Ndikim) për të dhënë dhe marrë reagime në një mënyrë të strukturuar dhe me respekt. Për shembull: "Gjatë takimit të djeshëm (situatë), ju e ndërpretë kolegun tuaj (sjellje), gjë që ua vështirësoi të tjerëve kontributin (ndikim)". Praktikimi i kësaj metode inkurajon komunikim më të menduar, forcon rregullimin emocional dhe nxit empatinë brenda ekipeve sipërmarrëse.

Detyrë Mini-Punimore (për praktikë): Kërkojuni nxënësve të hartojnë një aktivitet të shkurtër që i ndihmon pjesëmarrësit të identifikojnë një vetëbesim negativ dhe ta zëvendësojnë atë me një përgjigje emocionale konstruktive. Kjo mund të përfshijë reflektim të udhëhequr, diskutim me kolegët ose ushtrime të thjeshta riformulimi. Nxënësit më pas ndajnë hartimin e aktivitetit të tyre në forumin e kursit për të shkëmbyer ide dhe për të marrë reagime nga kolegët.

Zbatimi dhe Praktika

Nxitje reflektuese ("Ushqim për mendim")

- Reflektoni mbi mentalitetin tuaj
 - Çfarë bindjesh kufizuese kishe për aftësitë e tua kur ishe më i ri?
 - Si i kapërcyët ato, ose si të ndikojnë ende?
 - Si mund të ndikojë përvoja juaj në punën tuaj me sipërmarrëset e reja?
- Cila është një këshillë që do t'i jepje vetes tënde më të re, dhe si mund t'i fuqizojë ajo të tjerët?

- Mendo për mentorin më të mirë që ke pasur ndonjëherë. Cilat sjellje specifike e bënë atë efektiv?
- Cilat sjellje mentorimi ju tërheqin natyrshëm dhe cilat kërkojnë zhvillim të qëllimshëm?
- Përshkruani një situatë të kohëve të fundit ku keni përjetuar emocione të forta në punën tuaj. Si e përballuat atë?
- Duke parë pesë komponentët e inteligjencës emocionale, cilët duhet të forconi personalisht për të mbështetur më mirë zhvillimin e inteligjencës emocionale të të tjerëve?

Ushtrime Praktike për Punëtorët Rinor

Skenari i Mentorimit: Trajtimi i Refuzimit Profesional

Konteksti: Alice është një sipërmarrëse e re e marketingut dixhital me bazë në Oslo. Kohët e fundit ajo humbi një klient të rëndësishëm për shkak të "mungesës së përvojës", gjë që e bëri të ndihej se arritjet e saj ishin të rastësishme.

Personazhet

- Sofia (Mentor): Profesioniste me përvojë dhe anëtare e një rrjeti kryesor për gratë sipërmarrëse në Norvegji.
- Alice (E mentoruar): Sipërmarrëse e re, e aftë teknikisht, por me vetëbesim të ulët.

Detyrë: Ju jeni Sofia, duke mentoruar Alice-n, e cila po vuan nga sindroma e mashtruesit. Bazuar në atë që mësuat në këtë modul rreth taktikave të mentorimit dhe mjeteve të Inteligjencës Emocionale, si do ta udhëzonit atë për të riformuluar dështimin, për të ndërtuar rezistencë, për të forcuar vetëdijen dhe për të përdorur teknika si reagimet SBI, riformulimi kognitiv dhe vetëdija?

Forume diskutimi/Aktivitete në grup

Ndani reflektimet tuaja mbi pyetje të tilla si: "Cilat sjellje mentorimi ju tërheqin natyrshëm dhe cilat kërkojnë zhvillim të qëllimshëm?". Gjithashtu, analizoni **se** cilin nga pesë komponentët e Inteligjencës Emocionale duhet të forconi personalisht për të mbështetur më mirë gratë e reja.

Përmbledhje e Modulit dhe Burimet

Përmbledhjet kryesore

- Sfidat e vetëbesimit të grave në sipërmarrje rrjedhin kryesisht nga barrierat strukturore dhe supozimet e brendshme dhe jo nga mungesa e kompetencës. Njohja e kësaj e zhvendos vëmendjen nga "rregullimi" i individëve në adresimin e kushteve të pabarabarta, duke mbështetur njëkohësisht gratë në riformulimin e bindjeve kufizuese.
- Një bazë e fortë psikologjike e ndërtuar mbi mentalitetin e rritjes, vetëefikasitetin dhe qëndrueshmërinë është themeli i progresit sipërmarrës. Këta elementë i ndihmojnë gratë të menaxhojnë pasigurinë, të vazhdojnë të përballojnë pengesat dhe t'i shohin sfidat si mundësi për zhvillimin e aftësive.
- Punonjësit e të rinjve duhet të kombinojnë udhëzimet praktike sipërmarrëse me vëmendje të vazhdueshme ndaj mënyrës së të menduarit, inteligjencës emocionale dhe mbështetjes së sigurt kulturore. Ky fokus i dyfishtë i pajis gratë e reja me aftësi teknike, ndërkohë që forcon burimet personale të nevojshme për të lundruar në mjedise komplekse.
- Mentorimi i përgjegjshëm ndaj gjinisë që mbështetet në besimin relational, dëgjimin aktiv dhe pyetjet e qëllimshme forcon vendimmarrjen e pavarur. Qasje të tilla shkojnë përtej dhënies së këshillave, duke i ndihmuar gratë të artikulojnë qëllimet, të analizojnë opsionet dhe të ndërtojnë besim në gjykimin e tyre.
- Metodot e bazuara në pikat e forta dhe me inteligjencë emocionale ndihmojnë në adresimin e presioneve gjinore, siç janë kërcënimi i stereotipit, puna emocionale dhe lidhjet e dyfishta. Duke u përqendruar në aftësitë ekzistuese dhe ndërgjegjësimin emocional, punonjësit e të rinjve mbështesin gratë në menaxhimin e faktorëve të stresit dhe në marrjen e vendimeve të bazuara.
- Investimi afatgjatë në zhvillimin e mendësisë dhe inteligjencës emocionale gjeneron përfitime që shtrihen përtej pjesëmarrësve individualë. Vetëbesimi i shtuar, empatia dhe aftësitë sociale kontribuojnë në rrjete më të forta të bashkëmoshatarëve, qëndrueshmëri kolektive dhe modele të dukshme për sipërmarrësit e ardhshëm.

Auto-vlerësim / Vetëvlerësim

Pyetësor Vetëvlerësimi

Pyetja 1: Cila është arsyeja kryesore për "boshllëkun e besimit" të vërejtur tek gratë e reja sipërmarrëse?

- A) Një preferencë e lindur për role bashkëpunuese në vend të pozicioneve udhëheqëse.
- B) Barrierat sistemike dhe bindjet e brendshme që rrjedhin nga stereotipet shoqërore.
- C) Qasje e pamjaftueshme në programet e edukimit sipërmarrës.
- D) Një ngurrim i natyrshëm për të marrë rreziqe krahasuar me burrat.

Pyetja 2: Cili është ndryshimi themelor midis rolit të një mentori dhe atij të një këshilltari?

- A) Marrëdhënia me një mentor është gjithmonë informale, ndërsa marrëdhënia me një këshilltar është gjithmonë formale dhe e paguar.
- B) Mentori nxit rritjen holistike përmes një marrëdhënieje zhvillimore, ndërsa këshilltari zakonisht ofron zgjidhje specifike.
- C) Mentori përqendrohet ekskluzivisht në mbështetjen psikologjike, ndërsa këshilltari ofron vetëm njohuri teknike.
- D) Mentori duhet të ketë gjithmonë më shumë përvojë në këtë fushë sesa këshilltari.

Pyetja 3: Cili nga përshkrimet e mëposhtme i korrespondon më së miri "vetërregullimit" si një komponent i Inteligjencës Emocionale në një kontekst biznesi?

- A) Prania e një shtyese të fortë të brendshme për të arritur qëllimet pavarësisht nga shpërblimet e jashtme.
- B) Aftësia për të kuptuar emocionet dhe shqetësimet e anëtarëve të ekipit dhe klientëve.
- C) Shtypja e plotë e të gjitha emocioneve për t'u dukur profesional.
- D) Menaxhimi i emocioneve dhe impulseve disruptive për të marrë vendime racionale nën presion.

Pyetja 4: Moduli përshkruan "Sindromën e Mashtruesit" si një pengesë specifike për gratë sipërmarrëse. Çfarë nënkupton ky term?

- A) Tendenca për të shmangur veprimin derisa të gjitha kushtet të jenë "perfekte".
- B) Presioni për të balancuar rolet tradicionale të kujdesit me nevojën për lidhësi të vendosur.
- C) Dyshimi i vazhdueshëm në vetvete dhe ndjenja e të qenit "mashtroes" pavarësisht provave të suksesit.
- D) Frika se stereotipet negative rreth grupit të dikujt do të ndikojnë në performancën e tij.

Pyetja 5: Cili është një parim kyç i mentorimit të përgjigjshëm ndaj gjinisë që e dallon atë nga mentorimi i përgjithshëm?

- A) Pranon që barrierat sistemike që lidhen me gjininë janë reale dhe jo thjesht probleme individuale .
- B) Synon t'i bëjë gratë sipërmarrëse më të ngjashme me kolegët e tyre meshkuj .
- C) I çiftëzon femrat e mentoruara vetëm me mentore të tjera femra .
- D) Në mënyrë efektive përqendrohet në aftësitë e biznesit duke injoruar sfidat emocionale .

Pyetja 6: Pse është zhvillimi i Inteligjencës Emocionale veçanërisht i rëndësishëm për gratë sipërmarrëse?

- A) Sepse gratë janë natyrshëm më emocionale dhe kanë nevojë për më shumë kontroll.
- B) Sepse aftësitë teknike janë më pak të rëndësishme për bizneset e drejtuara nga gratë.
- C) Ndhmon për të kapërcyer pritjet kontradiktore (lidhje të dyfishta) dhe për të filtruar kritikën e ngarkuara emocionalisht.
- D) Është e vetmja mënyrë për të siguruar fonde nga investitorët.

Pyetja 7: Si ndryshon roli i një punonjësi rinor në fuqizimin e mentalitetit nga ai i një këshilltari teknik?

- A) Punonjësi rinor ofron mbështetje holistike, duke trajtuar si dimensionet praktike ashtu edhe ato emocionale.
- B) Punonjësi rinor ofron vetëm inkurajim, jo mjete praktike.
- C) Punëtori rinor përqendrohet vetëm në fazën e hershme të krijimit të biznesit.
- D) Këshillat e punonjësit të rinjve janë më pak të vlefshme sepse ata nuk janë specialistë biznesi.

Pyetja 8: Gjatë fazës së "Kultivimit" të një marrëdhënieje mentorimi, cili është qëllimi kryesor?

- A) Angazhim intensiv në zhvillimin e aftësive dhe adresimin e sfidave.
- B) Vlerësim formal i suksesit të përgjithshëm të programit të mentorimit.
- C) Përgatitja e të mentoruarit për pavarësi dhe tranzicionin e marrëdhënies.
- D) Ndërtimi i një marrëdhënieje besimi dhe vendosja e pritjeve fillestare.

Pyetja 9: Bazuar në përkufizimin e një "mentaliteti rritjeje", si do ta trajtonte një sipërmarrëse grua me këtë mentalitet një dështim biznesi?

- A) Si një ngjarje negative që duhet injoruar në mënyrë që të ecet përpara shpejt.
- B) Si një mundësi për të mësuar dhe për t'u zhvilluar personalisht.
- C) Si rezultat vetëm i faktorëve të jashtëm përtej kontrollit të saj.
- D) Si provë se ajo nuk ka talentin e lindur për sipërmarrje.

Pyetja 10: Empatia është një komponent kyç i Inteligjencës Emocionale. Në një kontekst biznesi, çfarë i mundëson empatia një sipërmarrësi të bëjë?

- A) Të përparësojnë nevojat e të tjerëve deri në pikën e neglizhimit të mirëqenies së tyre.
- B) Analizoni të dhënat e tregut dhe raportet financiare pa paragjykime emocionale.
- C) Të kuptojnë nevojat e klientëve, të udhëheqin ekipin e tyre në mënyrë efektive dhe të ndërtojnë marrëdhënie të forta.
- D) Gjithmonë pajtohuni me pikëpamjet e klientëve dhe investitorëve për të shmangur konfliktin.

Moduli 3 - Angazhimi Strategjik: Komunikimi dhe Navigimi në Ekosistem

Përshkrim i shkurtër i modulit

Ky modul i pajis punonjësit e të rinjve me njohuritë dhe mjetet praktike për të fuqizuar gratë e reja në lundrimin në ekosistemet sipërmarrëse përmes komunikimit efektiv, angazhimit strategjik dhe avokimit.

Duke u mbështetur në kuadrin LifeComp të BE-së (veçanërisht Komunikimi dhe Bashkëpunimi) dhe kompetencat EntreComp (Mobilizimi i të Tjerëve, Mobilizimi i Burimeve dhe Marrja e Iniciativës), ai mbështet punonjësit e të rinjve në ndihmën e grave të reja për të artikulluar idetë e tyre, për t'u lidhur me palët e interesuara kryesore dhe për të aksesuar burimet e disponueshme. Moduli thekson si fuqizimin ndërpersonal ashtu edhe mirëkuptimin sistematik, duke i mundur punonjësve të të rinjve të kapërcejnë hendekun midis aspiratave individuale dhe strukturave institucionale.

Këto tema janë thelbësore sepse punonjësit e të rinjve veprojnë si katalizatorë, duke i ndihmuar gratë e reja të transformojnë idetë në sipërmarrje të qëndrueshme dhe relevante për komunitetin duke kuptuar, aksesuar dhe ndikuar në sistemet që i rrethojnë ato.

1. Si mund ta përdorin punonjësit e të rinjve komunikimin si një mjet për fuqizim dhe përfshirje?
2. Cilat strategji mund t'i ndihmojnë gratë e reja të lundrojnë dhe të përfitojnë nga ekosistemet sipërmarrëse të Evropës?
3. Si mund të angazhohen punonjësit e të rinjve dhe të mentoruarit e tyre në avokim dhe të ndikojnë në politikat që mbështesin sipërmarrjen e grave?

Objektivat

Qëllimi kryesor i këtij moduli është të forcojë aftësinë e punonjësve të të rinjve dhe atyre socialë për të udhëhequr gratë e reja në ndërtimin e shtigjeve të qëndrueshme sipërmarrëse përmes komunikimit strategjik, ndërgjegjësimit për ekosistemin dhe avokimit. Në fund të modulit, pjesëmarrëset do të jenë në gjendje të:

- Lehtësoni proceset fuqizuese të komunikimit bazuar në dëgjimin aktiv, empatinë dhe qartësinë.
- Identifikoni dhe lidhni gratë e reja me aktorët, burimet dhe rrjetet përkatëse brenda ekosistemit sipërmarrës.

- Mbështetni të mentoruarit në njohjen e kornizave të politikave, barrierave institucionale dhe mundësive për avokim.
- Zbatoni mjete praktike mentorimi për të nxitur lidshiptin, vetëbesimin dhe aftësinë për të vepruar midis grave të reja sipërmarrëse.

Rezultatet e të Nxënit

Pas përfundimit të këtij moduli, pjesëmarrësit do të jenë në gjendje të:

- Njihni konceptet kryesore të komunikimit për fuqizimin, mobilizimin e burimeve dhe angazhimin e ekosistemit nga kornizat LifeComp dhe EntreComp.
- Kuptoni se si komunikimi, rrjetëzimi dhe avokimi efektiv kontribuojnë në sipërmarrjen e grave dhe objektivat e barazisë gjinore brenda kontekstit të BE-së.
- Bëni: hartimin dhe zbatimin e strategjive të komunikimit; hartimin e ekosistemeve sipërmarrëse; udhëzimin e grave të reja në identifikimin dhe përdorimin e burimeve financiare, sociale dhe institucionale; dhe avokimin për mjedise politike gjithëpërfshirëse.
- Të demonstrojnë kompetenca të përmirësuara në "Mobilizimin e të Tjerëve", "Mobilizimin e Burimeve" dhe "Komunikim", duke i aftësuar ata të veprojnë si lehtësues efektivë të fuqizimit dhe ndryshimit sistemik.

A. Komunikim Efektiv për Fuqizim

Shpjegimi i Konceptit

Komunikimi është themeli i fuqizimit në sipërmarrje. Për punonjësit e të rinjve, kjo do të thotë pajisjes së grave të reja për të shprehur qartë idetë e tyre, për të ndërtuar besim dhe për të mobilizuar të tjerët drejt objektivave të përbashkëta. Duke u bazuar në kompetencat e EntreComp "Mobilizimi i të Tjerëve", "Puna me të Tjerët" dhe "Vizioni", si dhe në fushën e Komunikimit të LifeComp, ky seksion eksploron se si komunikimi bëhet një mjet personal dhe kolektiv për transformim.

Fuqizimi i komunikimit përfshin:

- **Dëgjimi aktiv dhe empatia** : Punonjësit e të rinjve duhet të kuptojnë prejardhjen sociale, kulturore, ekonomike dhe emocionale të të mentoruarve për të përshtatur mbështetjen në mënyrë efektive. Empatia nxit një hapësirë të sigurt ku gratë e reja fitojnë vetëbesim për të shprehur ide pa frikën e gjykimit.

- **Besimi dhe prania** : Teknikat e trajnimit mund të përfshijnë: Praktikimin e gjuhës asertive; Ushtrime të folurit në publik, ndërgjegjësimin për gjuhën e trupit, luajtjen e roleve të situatave profesionale (prezantimi, negociimi, prezantimi). Këto aftësi i ndihmojnë gratë e reja të flasin me bindje në kontekste sipërmarrëse, komunitare dhe udhëheqëse.
- **Tregim i qëllimshëm** , Tregimi i historive lidh motivimin personal me vlerën sociale ose ekonomike. Ndihmon gratë e reja: Të shpjegojnë udhëtimin e tyre sipërmarrës, të komunikojnë problemin që duan të zgjidhin, të demonstrojnë ndikimin, të frymëzojnë të tjerët për të mbështetur ose investuar.
- **Dialogu dhe bindja strategjike** , frymëzimi i bashkëpunimit, negociimi i partneriteteve dhe mobilizimi i rrjeteve. Sipërmarrja kërkon negociata me furnizuesit, partnerët, klientët, udhëheqësit e komunitetit. Në praktikë, punonjësit e të rinjve mund t'i trajtojnë gratë e reja për të zhvilluar "zërin e tyre sipërmarrës": aftësinë për të ndarë një rrëfim bindës që nxjerr në pah si motivimin personal ashtu edhe krijimin e vlerës së komunitetit.

Zëri Sipërmarrës: Kjo është aftësia e një gruaje të re sipërmarrëse për të artikuluar:

- Kush është ajo (identiteti dhe vlerat)
- Çfarë dëshiron të arrijë (vizion dhe qëllime)
- Pse ka rëndësi (rëndësia dhe ndikimi i komunitetit)

Zhvillimi i një zëri sipërmarrës forcon besimin dhe siguron që idetë të fitojnë dukshmëri brenda rrjeteve, tregjeve dhe strukturave të komunitetit.

Kjo qasje pasqyron theksin e EntreComp në *mobilizimin e të tjerëve* dhe *marrjen e iniciativave* përmes **ndikimit shoqëror** .

Ndikimi social : përfshin frymëzimin, motivimin ose bindjen e të tjerëve drejt një qëllimi të përbashkët. Ai përfshin:

- Duke udhëhequr me shembull
- Komunikimi i një vizioni
- Inkurajimi i pjesëmarrjes dhe pronësisë
- Lehtësimi i vendimeve në grup

Për gratë e reja, ndërtimi i ndikimit shoqëror do të thotë gjithashtu sfidimi i normave kufizuese dhe avokimi për përfshirje.

Fuqizimi nëpërmjet komunikimit mbështet gjithashtu barazinë gjinore duke kundërshtuar barrierat kulturore që shpesh i dekurajojnë gratë të flasin me besim në publik ose të negociojnë në mënyrë të vendosur. Prandaj, trajnimi në komunikim bëhet një rrugë drejt sipërmarrjes dhe pjesëmarrjes qytetare.

Mendoni për një kohë kur komunikimi ndryshoi perspektivën tuaj ose çoi në bashkëpunim. Si mund të përkthehet kjo në punën tuaj me gratë e reja sipërmarrëse?

Shembuj dhe Studime Rasti

Përfshini **studime rastesh lokale** dhe shembuj praktikë relevante për kontekstet socio-ekonomike dhe kulturore specifike të vendit. Kjo adreson nevojën për rëndësi kulturore dhe ilustrime konkrete.

2 studime rastesh, 1000 karaktere secili

Oslo : StartupLab gjatë Javës së Inovacionit në Oslo (OIW)

I ekspozon sipërmarrëset e reja femra ndaj arenave të prezantimit të klasit botëror. Një nga mundësitë më të spikatura është konkursi 100 Pitches, konkursi më i madh i Norvegjisë për startup-e të gatshme për investitorë, i mundësuar nga DNB, Oslo Business Region dhe StartupLab. [100 hapa + 2DNB + 2](#)

Gjatë OIW, sipërmarrësit garojnë në gjysmëfinale të mbajtura në StartupLab, të cilat kulmojnë me një prezantim final gjatë konferencës DNB NXT. www-a1.akamai.dnb.no Fituesi merr një çmim prej 300,000 NOK nga DNB, një intervistë të përsheptuar për përsheptuesin e DNB-së dhe dukshmëri të shtuar në ekosistemin e investitorëve. [DNB+1](#)

Për gratë e reja, ngjarje të tilla u bënë platforma të fuqishme për të rafinuar zërin e tyre sipërmarrës. Përmes mentorimit dhe trajnimit për prezantime, ato krijuan rrëfime që kombinonin sfondin personal, kulturën dhe sipërmarrjet e shkallëzueshme. Duke marrë pjesë në 100 Prezantime, ato jo vetëm që fituan vetëbesim, por edhe qasje të vërtetë te investitorët dhe një skenë profesionale - një shembull konkret se si fuqizimi i komunikimit mund të zhbllokojë mundësi biznesi.

vërteta femra në 100 hedhje

Anette Weyergang (RAB Diagnostics)

Anette Weyergang fitoi konkursin 100 Pitches në DNB NXT gjatë Javës së Inovacionit në Oslo me kompaninë e saj RAB Diagnostics, e cila zhvillon teste për të parashikuar nëse trajtimi i avancuar i kancerit do të funksionojë. shifter.no Fitorja e saj (në vitin 2024) është një

shembull i fuqishëm se si një prezantim i fortë dhe i hartuar mirë, i bazuar në njohuri teknike dhe një histori e drejtuar nga misioni, mund të tërheqë vëmendjen e investitorëve. Suksesi i Weyergang ilustron se si sipërmarrëset e reja përfitojnë nga trajnimi për prezantimin dhe trajnimi i komunikimit, jo vetëm për të shpjeguar shkencën komplekse, por edhe për të përcjellë motivimin personal dhe ndikimin shoqëror. Historia e saj demonstroi "zërin sipërmarrës": kombinimin e vizionit, kompetencës teknike dhe rrëfimit të historive për të mobilizuar investitorët.

Karoliina Kauhanen (Aplikacioni Commu)

Karoliina Kauhanen, bashkëthemeluese e Commu App, fitoi 100 Pitches (DNB NXT) për aplikacionin e saj social që lidh njerëzit që kanë nevojë për ndihmë me vullnetarët në lagjen e tyre. dnb.no Prezantimi i saj i bëri përshtypje jurisë sepse kombinonte një deklaratë të qartë të problemit ("duke e bërë më të lehtë kërkimin dhe dhënien e ndihmës në nivel lokal") me një mision të fortë social dhe një model biznesi të shkallëzueshëm. Fitorja e Kauhanen tregon se si komunikimi që përqendron empatinë dhe vlerën sociale gjen jehonë në arenat e investitorëve: ajo përdori rrëfimin e historive për të nxjerrë në pah ndikimin në komunitet, i cili përputhej me objektivat e qëndrueshmërisë dhe temat e sipërmarrjes sociale.

UiT – Universiteti Arktik i Norvegjisë

Në Tromsø, Rrjeti i të Rinjve Arktik u bashkua me **UiT** për të ofruar një seri kampesh trajnimi për komunikim dixhital që synojnë sipërmarrëset e reja sociale femra që jetojnë në komunitete të largëta dhe bregdetare. Programi kombinoi parimet e komunikimit LifeComp, dëgjimin aktiv, vetëshprehjen dhe empatinë me mjete praktike të rrëfimit dixhital, të tilla si prodhimi i podkasteve, videot e shkurtra dhe hartëzimi narrativ. Pjesëmarrësit eksploruan se si të komunikonin ndikimin social në mënyra që rezononin me komunitetet veriore, duke ndërthurur temat e rezistencës ndaj klimës, identitetin Sami dhe lidhshërinë rinor. Kampet trajnimi përfunduan me një ekspozitë komunitare ku pjesëmarrëset prezantuan historitë e tyre dixhitale para bizneseve lokale, përfaqësuesve komunalë dhe sponsorëve potencialë. Disa gra të reja siguruan mentorim përmes rrjetit të inovacionit të UiT, ndërsa të tjera tërhoqën fonde në shkallë të vogël nga fondacionet lokale për të vazhduar zhvillimin e projekteve të tyre. Iniciativa demonstroi se si aftësitë e komunikimit, kur shoqërohen me formatet e rrëfimit të bazuara në kulturë, mund të hapin dyert për gratë e reja për të ndërtuar dukshmëri, partneritete dhe besim afatgjatë në sipërmarrje.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Punonjësit e të rinjve mund të aplikojnë një gamë të gjerë teknikash mentorimi dhe trajnimi për të forcuar si **mentalitetin fuqizues** ashtu edhe **kompetencat sipërmarrëse** tek gratë e reja. Për të kultivuar vetëbesimin, qëndrueshmërinë dhe inteligjencën emocionale, elementët thelbësorë të kornizës **LifeComp**, punonjësit e të rinjve mund të lehtësojnë seanca dialogu empatik duke përdorur metodën "dëgjo-pasqyro-përgjigju". Kjo qasje i inkurajon gratë e reja të artikulojnë mendimet dhe emocionet e tyre në një hapësirë të sigurt, duke ndërtuar njëkohësisht mirëkuptim dhe besim ndërpersonal. Rrethet e besimit, ku pjesëmarrësit shkëmbejnë reagime konstruktive dhe pohuese, përforcojnë më tej ndjenjën e përkatësisë dhe vlerës personale. Ushtrimet e riformulimit të mentalitetit i ndihmojnë pjesëmarrësit të riinterpretojnë sfidat si momente mësimi, duke mbështetur qëndrueshmërinë dhe motivimin afatgjatë.

Paralelisht, forcimi i vetëdijes dhe qëllimit mund të arrihet përmes **rrëfimit të historive për fuqizim**, duke përdorur teknika të hartëzimit narrativ që eksplorojnë "kush jam unë", "çfarë bëj" dhe "pse ka rëndësi". Ky proces i ndihmon gratë e reja të sqarojnë identitetin, vlerat dhe ambiciet e tyre, duke i mundësuar ato të komunikojnë me bindje në mjedise publike, profesionale dhe sipërmarrëse. Reflektimet në çifte dhe aktivitetet e udhëhequra të sqarimit të vlerave mund të thellojnë inteligjencën emocionale duke mbështetur empatinë dhe vendimmarrjen e qëllimshme.

Për zhvillimin e **kompetencave sipërmarrëse të bazuara në EntreComp**, punonjësit e të rinjve mund të përfshijnë strategji trajnimi përvojësor dhe praktik. **Laboratorët e prezantimit** u lejojnë pjesëmarrësve të hartojnë, praktikojnë dhe përsosin prezantime të shkurtra që nxjerrin në pah motivimin personal, vlerën e biznesit dhe ndikimin shoqëror. Këto seanca ndërtojnë besim, qartësi dhe komunikim strategjik. **Punëtoritë me role** ofrojnë mjedise të simuluar ku gratë e reja mund të praktikojnë negociatat, bisedat në partneritet dhe ndërveprimet me klientët, duke forcuar vendosmërinë, zgjidhjen e problemeve dhe aftësitë bashkëpunuese.

Mësimdhënia e njohurive financiare dhe planifikimit të biznesit mund të përfshijë ushtrime zbulimi të udhëhequra hap pas hapi, ku pjesëmarrësit krijojnë buxhete të thjeshta, strategji çmimesh dhe modele biznesi. Seancat e rishikimit nga kolegët ndihmojnë në zhvillimin e të menduarit analitik dhe punës në grup, duke ruajtur një kulturë mbështetëse të të nxënit. Për të nxitur kompetencën dixhitale dhe dukshmërinë sipërmarrëse, laboratorët e shprehjes dixhitale ofrojnë përvojë praktike me podkaste, vlogje dhe rrëfim historish në mediat sociale. Këto aktivitete përmirësojnë aftësitë e komunikimit, ndërsa pajisin gratë e

reja me mjete praktike për promovimin e ideve të tyre, angazhimin e komuniteteve dhe arritjen e klientëve potencialë.

Së bashku, këto teknika mbështesin një rrugë zhvillimore holistike, duke i mundësuar grave të reja të ndërtojnë vetëbesim, kompetencë dhe aftësi veprimi, të cilat janë themelet kryesore për sipërmarrje kuptimplote dhe të qëndrueshme.

B. Lundrimi në Ekosistemin Ndërmarrës

Shpjegimi i Konceptit

rrjetet dhe aktorët e politikave. Punonjësit e të rinjve veprojnë si navigatorë, duke i ndihmuar gratë e reja të kuptojnë dhe të kenë akses në peizazhin sipërmarrës përreth tyre. Në përputhje me kompetencat EntreComp të Vërejtjes së Mundësive, Mobilizimit të Burimeve dhe Punës me të Tjerët, ky seksion zhvillon njohuritë e ekosistemit, aftësinë për të identifikuar, vlerësuar dhe përdorur strategjikisht burimet, marrëdhëniet dhe institucionet e disponueshme.

Në kontekstin evropian, aktorët kryesorë të ekosistemit përfshijnë:

- **Programe të BE-së** si *Erasmus+ Youth*, *Erasmus për Sipërmarrësit e Rinj* dhe *Përshpejtuesi i EIC-së*, të cilat ofrojnë rrugë mësimi, lëvizshmërie dhe financimi transnacional.
- Innovation Norway dhe Siva (për financim dhe inkubacion). Ungt Entreprenørskap (Ndërmarrësia e të Rinjve në Norvegji) për edukimin sipërmarrës.
- Shërbimet Rinore të NAV dhe qendrat rinore komunale për udhëzime dhe këshilla financiare.
- Programe të BE-së, të tilla si Erasmus+ Youth dhe EIC Accelerator për rrjetëzim transnacional.

Punonjësit e të rinjve duhet t'i ndihmojnë gratë e reja:

- Hartoni dhe kuptoni këta aktorë dhe rolet e tyre.
- Njihni boshllëqet ose pengesat (paragjykimet gjinore, aksesin në zonat rurale, mungesa e vetëbesimit).
- Zhvilloni strategji rrjetëzimi dhe aftësi partneriteti.
- Përdorni burimet kolektive dhe rrjetet e kolegëve për të forcuar qëndrueshmërinë.

Ekosistemi “i fshehur” në Evropën Jugore

Ndërsa ekosistemet e Evropës Veriore kanë tendencë të jenë shumë të strukturuar dhe të drejtuara nga institucionet, shumë vende të Evropës Jugore mbështeten në një ekosistem sipërmarrës më informal dhe relacional. Në këto kultura me kontekst të lartë, sipërmarrja shpesh rritet nga rrjetet e zgjeruara familjare, shoqatat e lagjeve, organizatat komunitare dhe kooperativat, të cilat shërbejnë si sisteme të hershme mbështetëse financiare, emocionale dhe reputacionale. Këto struktura informale mund të veprojnë si rrjete sigurie jozyrtare, veçanërisht në kontekste ku financimi formal është i kufizuar, burokratik ose i prirur ndaj rrezikut.

Për punonjësit e të rinjve, mbështetja e grave të reja në ekosisteme të tilla kërkon njohjen e këtyre **rrjeteve informale si asete të ligjshme sipërmarrëse**, jo si dobësi. Punonjësit e të rinjve mund t'i ndihmojnë të mentoruarit të profesionalizojnë këto mbështetje - për shembull, duke transformuar kreditë informale familjare në marrëveshje të qarta kapitali fillestar për të shmangur borxhin emocional, ose duke përdorur reputacionin e komunitetit si një formë të vlerësimit të hershëm të tregut përpara se të afrohen te aktorë më të mëdhenj, zyrtarë.

Ndërlidhja e Kapitalit Social Informal me Mundësitë Formale

Në të njëjtën kohë, gratë e reja në Evropën Jugore shpesh përballen me sfida kur kalojnë nga sistemet lokale të mbështetjes të bazuara në besim në mjedise institucionale më komplekse. Në Spanjë, për shembull, punonjësit e të rinjve mund të punojnë me të mentoruarat për të lundruar në aktorë të tillë si Instituto **de la Mujer**, qendrat rajonale të inovacionit dhe skemat në nivel BE-je. Kjo qasje e dyfishtë që forcon si rrjetet relacionale ashtu edhe kompetencat institucionale i ndihmon gratë e reja të shmangin kufizimin në "lokalizëm" dhe në vend të kësaj të kenë akses në mundësi më të gjera kombëtare dhe evropiane.

Zhvillimi i kësaj forme të përzier të njohurive mbi ekosistemin u mundëson grave të reja të përparojnë nga **"kë njihni"** (qasje e bazuar në besim) në **"çfarë dini"** (aftësi dhe qasje e bazuar në meritë), duke pranuar njëkohësisht se në shumë ekonomi, marrëdhëniet personale mbeten porta hyrëse drejt burimeve profesionale. Ky kuptim më i gjerë i navigimit në ekosistem i pajis punonjësit e të rinjve në të gjithë Evropën për të ofruar udhëzime të bazuara në kulturë, realiste dhe fuqizuese.

Nxitje reflektuese: Te cilët palë të interesuara të ekosistemit, formalë apo joformalë, mbështeten më shumë të mentoruarit tuaj, dhe si mund t'i ndihmoni ata të ndërtojnë ura drejt mundësive të reja?

Shembuj dhe Studime Rasti

Rasti 1 - Bergen

Në Bergen, një program mbështetës për Gratë në Startupet lidhi themelueset e reja femra me mentore biznesi me përvojë, këshilltarë të Innovation Norway dhe rrjete ish-studentësh. Përmes seancave të strukturuar të mentorimit, pjesëmarrëset hartuan ekosistemet e tyre personale të mbështetjes - duke identifikuar se kush mund t'i këshillojë, të investojë në to dhe të hapë dyert kryesore. Më pas, ato i përdorën këto njohuri për të forcuar planet e tyre të mobilizimit të burimeve, duke përfshirë aplikimin për grante, prezantimin te investitorët engjëj ose ndërtimin e partneriteteve strategjike. Kjo qasje mentorimi përputhet me mënyrën se si Innovation Norway mbështet sipërmarrësit përmes ekspertizës, rrjetëzimit dhe mentorimit (diva-portal.org). Duke lidhur rrjetet personale dhe infrastrukturën formale të inovacionit, programi rriti si besimin ashtu edhe gatishmërinë financiare konkrete midis themelueseve femra në Bergen.

Rasti 2 - Trondheim: Në Laboratorin e Inovacionit Social të NTNU

Në Trondheim, punonjësit e të rinjve i udhëzuan studentet femra të eksploronin sistematikisht sistemet e mbështetjes sipërmarrëse, të tilla si zyrat e inovacionit universitar, programet e financimit të BE-së dhe inkubatorët lokalë. Një studente zbuloi financimin e Horizon Europe përmes zyrës këshillimore të BE-së të NTNU-së, e cila mbështet sipërmarrësit-kërkues në përgatitjen e propozimeve të BE-së. ntnu.edu+1 Duke shfrytëzuar këto lidhje, ajo më vonë u bashkua me një ndërmarrje sociale të financuar nga Horizon Europe, e cila përqendrohej në modën rrethore, duke punuar me studiues të NTNU-së dhe kompani tekstili për të zhvilluar modele të qëndrueshme të dizajnit. Udhëtimi i saj ilustron se si trajnimi, hartëzimi i rrjetit dhe mbështetja institucionale mund ta shndërrojnë pasionin e studentëve në sipërmarrje transnacionale dhe me ndikim.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Punonjësit e të rinjve mund të aplikojnë një gamë të gjerë teknikash mentorimi dhe trajnimi për të forcuar si mentalitetet fuqizuese ashtu edhe kompetencat sipërmarrëse tek gratë e reja. Lundrimi në Mjedise Androcentrike: Punonjësit e të rinjve duhet të trajnojnë gratë e reja për të identifikuar dhe artikuluar "përgjigje rezistente" kur merren me mjedise të dominuara nga meshkujt, siç janë inkubatorët ose organet financuese, të cilat shpesh janë në mënyrë implicite androcentrike dhe mund të riprodhojnë normativitetin mashkullor. Ky udhëzues i pajis punonjësit e të rinjve për të vlerësuar nëse programet lokale të mbështetjes janë vërtet "miqësore ndaj grave" dhe u ofron të mentoruarve strategji për të luftuar paragjykimet sistematike gjinore, duke siguruar që rezistenca psikologjike e ndërtuar

në modulet e mëparshme të shfrytëzohet në mënyrë efektive për të kapërcyer dështimet e jashtme institucionale.

Punëtori për Hartimin e Ekosistemit: Lehtësoni seancat ku punonjësit e të rinjve dhe gratë e reja krijojnë harta vizuale të ekosistemit të tyre sipërmarrës lokal, duke identifikuar aktorët kryesorë si inkubatorët, shërbimet komunale, OJQ-të dhe agjencitë e financimit. Kjo nxit të kuptuarit se si bashkëveprojnë këta aktorë dhe ku ekzistojnë mundësi bashkëpunimi.

Ushtrime për Analizën e Palëve të Interesuara: Përdorni rrjetet e ndikimit-interesit për të ndihmuar të mentoruarit të identifikojnë se cilët aktorë të ekosistemit janë më të rëndësishëm për qëllimet e tyre sipërmarrëse. Inkurajoni reflektimin se si t'i qaseni në mënyrë efektive secilit palë të interesuar, në përputhje me kompetencën e Punës me të Tjerët të EntreComp .

Lojëra me Role për Ndërtimin e Rrjeteve: Simuloni ngjarje rrjetëzimi ose seanca mentorimi nga jeta reale. Punonjësit e të rinjve mund t'i ndihmojnë pjesëmarrësit të praktikojnë prezantimet, prezantimet e tyre pozitive dhe komunikimin pasues për të ndërtuar kapital shoqëror dhe vetëbesim.

Projektet e Vëzhgimit të Burimeve: Caktoni ekipe të vogla për të hulumtuar programet e disponueshme kombëtare dhe në nivel BE-je, të tilla si Innovation Norway, Erasmus+ dhe Horizon Europe, dhe prezantoni se si këto mund të mbështesin sipërmarrjen e grave. Kjo i ndihmon punonjësit e të rinjve dhe të mentoruarit të forcojnë kompetencat e *Mobilizimit të Burimeve* dhe *Vëzhgimit të Mundësive* .

C. Ndërgjegjësimi dhe Avokimi për Politikat

Shpjegimi i Konceptit

Avokimi nuk është vetëm fjalë politike, në kontekstin e sipërmarrjes rinore, është një aftësi jetësore sipërmarrëse. Ai fuqizon punonjësit e të rinjve dhe gratë e reja për të formësuar vetë sistemet dhe institucionet që ndikojnë në mundësitë e tyre për inovacion, barazi dhe rritje. Në kuadrin e EntreComp, kjo lidhet fort me kompetencat e të menduarit etik dhe të qëndrueshëm, marrjes së iniciativës dhe mobilizimit të të tjerëve. Duke zhvilluar këto aftësi, punonjësit e të rinjve i ndihmojnë të mentoruarit të shkojnë përtej nisjes së sipërmarrjeve: ata i aftësojnë ata të bëhen agjentë të ndryshimit të sistemeve.

Ndërgjegjësimi për politikën, nga ana tjetër, siguron që punonjësit e të rinjve dhe gratë e reja të kuptojnë se si ligjet, strategjitë publike dhe skemat e financimit në nivel lokal, kombëtar dhe të BE-së ndikojnë në mundësitë e tyre sipërmarrëse. Për shembull, Akti i Norvegjisë për Barazi dhe Kundër Diskriminimit (Ligestillings- og diskrimineringsloven), i cili ndalon trajtimin diferencial bazuar në gjini dhe urdhëron punë sistematike për barazi, formëson drejtpërdrejt mjedisin për gratë sipërmarrëse. Regjeringen.no+2Kifinfo+2

Në nivelin e BE-së, Strategjia për NVM-të promovon mjedise rregullatore që favorizojnë ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, duke përfshirë përmirësimin e aksesit në financim dhe uljen e barrës administrative. single-market-economy.ec.europa.eu

Avokimi është vendi ku dija shndërrohet në veprim: punonjësit e të rinjve mund t'i ndihmojnë gratë e reja të artikulojnë kërkesat e politikave, të ofrojnë prova, të ndërtojnë aleanca dhe të llojnë për ndryshim, ndoshta duke nxitur financim të ndjeshëm ndaj gjinisë, mbështetje për kujdesin ndaj fëmijëve për sipërmarrësit ose programe inovative më gjithëpërfshirëse. Parimet kryesore të këtij seksioni përfshijnë:

- Njohuri mbi politikën: aftësia për të lexuar, interpretuar dhe për të lundruar në strategjitë qeveritare, thirrjet për financim dhe legjislacionin.
- Aftësitë e avokimit: hartimi i mesazheve, mbledhja e provave dhe ndërtimi i koalicioneve (midis kolegëve, OJQ-ve, institucioneve).
- Veprim etik: balancimi i shtytjes për ndryshim me llogaridhënien, transparencën dhe dialogun me respekt.
- Angazhimi qytetar: motivimi i grave të reja për të marrë pjesë në konsultime, komitete ose forume të politikave publike.

Shembuj dhe Studime Rasti

Stavanger:

Një koalicion punonjësish të rinj dhe sipërmarrësesh femra nisi një fushatë avokimi në nivel lokal gjatë një konsultimi kombëtar qeveritar të quajtur "*Sipërmarrje për të Gjithë*". Ata u angazhuan në dëgjesa publike, dorëzuan rekomandime me shkrim për politikën dhe mobilizuan kolegët përmes rrjeteve lokale të biznesit. Propozimi i tyre kryesor: një fond i dedikuar për mentorim dhe vende të subvencionuara në inkubator për sipërmarrësit e nën-përfaqësuar, veçanërisht gratë. Falë zërit të tyre kolektiv, një pjesë e rekomandimeve të tyre u mor në konsideratë nga politikëbërësit e inovacionit, duke çuar në krijimin e një programi të granteve të vogla që synon startup-et e udhëhequra nga gratë në rajon. Ky proces ilustron se si punonjësit e rinj mund ta përkthejnë njohuritë mbi politikën dhe kompetencën

e EntreComp për Mobilizimin e të Tjerëve në përfitime reale të avokimit - duke ndikuar në sistemet ekzistuese në vend që thjesht të punojnë rreth tyre.

Oslo

Në **Oslo**, një rrjet ndërmarrjesh sociale rinore punoi me punonjës të rinj vendas për t'u angazhuar në strategjinë e prokurimit të **komunës së Oslos**. Ata studiuhan modelet e **Oslos**, të cilat përfshijnë kritere sociale dhe etike për kontratat publike. [Komuna e Oslos](#) Përmes takimeve dialogu, përmbledhjeve të politikave dhe punëtorive të përbashkëta me zyrën e prokurimit të bashkisë, ata avokuan për kritere prokurimi që favorizojnë në mënyrë të qartë kompanitë e udhëhequra nga të rinjtë dhe ato me sipërmarrje sociale. Pjesëmarrja e tyre kontribuoi në një gjuhë më të fortë në strategjinë e prokurimit të qytetit që inkurajon ofertat nga bizneset e vogla dhe inovative dhe ndërmarrjet sociale. Ky proces tregon se si ndërgjegjësimi për politikën (të kuptuarit e rregullave të tenderit bashkiak) së bashku me avokimin mund të hapin mundësi reale tregu për sipërmarrësit e rinj, të shtyrë nga misioni.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Punonjësit e të rinjve luajnë një rol kyç në ndihmën e grave të reja për të kuptuar kornizat e politikave dhe për t'u angazhuar në avokim. Metodologjitë e paraqitura këtu zgjerojnë njohuritë mbi politikën për të theksuar pjesëmarrjen aktive në jetën qytetare dhe ndryshimet sistemike. Punonjësve të të rinjve u ofrohen korniza për të udhëhequr gratë e reja në hartimin e mini-fushatave të synuara ose në paraqitjen e rekomandimeve të bazuara në prova tek autoritetet lokale (p.sh., këshillat bashkiake ose organet qeveritare të konsultimit), duke e shndërruar kështu ndërgjegjësimin mbi politikën në strategji të zbatueshme që sfidojnë hendekun e zbatimit midis ligjeve gjinore dhe zbatimit të tyre praktik. Një kombinim i mjeteve praktike, ushtrimeve pjesëmarrëse dhe diskutimeve reflektuese mund t'i fuqizojë ato për të vepruar në mënyrë efektive:

- Mjete për Hartimin e Politikave: Ky mjet ndihmon punonjësit e të rinjve dhe të mentoruarit të identifikojnë dhe analizojnë politikën, programet dhe kornizat ligjore përkatëse si në nivel kombëtar ashtu edhe në nivel të BE-së që ndikojnë në sipërmarrje. Për shembull, në Norvegji, punonjësit e të rinjve mund të hartojnë Aktin për Barazi dhe Kundër Diskriminimit ose skemat e financimit të Inovacionit të Norvegjisë, ndërsa në nivel të BE-së, mjetet mund të nxjerrin në pah politikën miqësore ndaj Ndërmarrjeve të Vogla dhe të Mesme ose grantet e lëvizshmërisë Erasmus+ për sipërmarrjen rinore. Hartëzimi sqaron se kush janë vendimmarrësit, cilat politika mund të shfrytëzohen dhe ku ekzistojnë boshllëqe për veprime avokuese.

- Kanavaca e Planifikimit të Avokimit: Një model i strukturuar për të përcaktuar çështjen e avokimit, aleatët e mundshëm, institucionet e synuara, mesazhet kryesore dhe rezultatet e matshme. Kjo inkurajon të menduarit strategjik, përputhje të përpjekjet me kompetencat e EntreComp si Marrja e Iniciativës dhe Mobilizimi i Tjerëve, dhe siguron që fushatat të jenë të fokusuar dhe të zbatueshme.
- Simulime të Konsultimit Publik: Ushtrime me role ku të rinjtë praktikojnë prezantimin e rekomandimeve të bazuara në prova të vendimmarrësit, duke përdorur teknika të tilla si mesazhet bindëse, rrëfimi i historive dhe ndërtimi i koalicioneve. Për shembull, simulimi i seancave dëgjimore të këshillit bashkiak ose paneleve këshillimore bashkiake ndihmon në ndërtimin e besimit dhe të kuptimit të rregullave procedurale.
- Tryeza të Rrumbullakëta mbi Etikën: Diskutime të lehtësuara ku të mentoruarit debatojnë dilema të avokimit në botën reale, të tilla si balancimi i neutralitetit kundrejt aktivizmit, përfaqësimi i interesave të ndryshme të komunitetit ose lundrimi në konfliktet e interesit. Këto sesione forcojnë arsyetimin etik, të menduarit kritik dhe vendimmarrjen reflektive.
- Projekte Mini Fushatash: Iniciativa në shkallë të vogël, të udhëhequra nga të rinjtë, për të testuar planet e avokimit në mjedise lokale, siç janë forumet rinore, këshillat shkollorë ose komitetet komunale. Këto projekte u lejojnë pjesëmarrësve të praktikojnë mobilizimin, mesazhet dhe bashkëpunimin, ndërkohë që vlerësojnë ndikimin në botën reale. Rezultatet mund të përfshijnë rekomandime për politika, fushata ndërgjegjësimi publik ose propozime për nisma gjithëpërfshirëse financimi .

Zbatimi dhe Praktika

Nxitje reflektuese ("Ushqim për mendim")

- Si mund ta ndihmoni një grup të re të identifikojë dhe të lidhet me aktorët kryesorë në ekosistemin e saj sipërmarrës lokal?
- Mendoni për një rast kur komunikimi e fuqizoi dikë për të marrë iniciativë. Cilat teknika e bënë atë efektiv?
- Në kontekstin tuaj, cilat pengesa mund t'i pengojnë gratë e reja të kenë akses në mbështetje për sipërmarrjen dhe si mund t'i adresoni ato?
- Si mund ta forcojnë aftësitë e avokimit punën tuaj si punonjës rinor ose mentor?

- Çfarë hapash mund të ndërmerrni për të siguruar që qasja juaj e mentorimit të jetë në përputhje me të menduarit etik dhe të qëndrueshëm në sipërmarrje?

Ushtrime Praktike për Punëtorët Rinor

- **Dizajni i Mini-Punëtorisë:** Krijoni një plan 2-orësh për punëtori mbi "Komunikimin Efektiv për Fuqizim", duke përfshirë një aktivitet hapës, lojën praktike me role dhe reflektimin. Përputhni objektivat me kompetencat përkatëse të EntreComp (*Mobilizimi i të Tjerëve , Puna me të Tjerët*).
- **Aktiviteti i Hartimit të Ekosistemit:** Në grupe të vogla, identifikoni dhe hartëzoni vizualisht aktorët kryesorë që mbështesin sipërmarrjen rinore në komunën ose rajonin tuaj (p.sh., Innovation Norway, inkubatorët lokalë të biznesit, OJQ-të). Paraqitni se si këta aktorë mund të bashkëpunojnë për të mbështetur sipërmarrjen e grave.
- **Skenari i Mentorimit:** Shkruani një plan të shkurtër mentorimi për një grua të re që nis një sipërmarrje sociale. Përcaktoni qëllimet, rrugët e mundshme të burimeve dhe strategjitë e komunikimit për të ndërtuar mbështetjen e palëve të interesuara.
- **Sfida e Avokimit:** Hartoni një mini-fushatë avokimi (media sociale, peticion ose ngjarje) që adreson një problem sistemik me të cilin përballen gratë e reja sipërmarrëse. Reflektoni mbi konsideratat etike dhe angazhimin e palëve të interesuara.

Forume diskutimi/Aktivitete në grup

- Debat: "Cila është më thelbësore për fuqizimin e grave të reja, trajnimin e aftësive apo avokimin sistemik?"
- Shkëmbim midis kolegëve: Ndani një metodë të suksesshme komunikimi ose rrjetëzimi të përdorur në praktikën tuaj të punës me të rinjtë.
- Sondazh online: "Cilën kompetencë të EntreComp përdorni më shumë në punën tuaj të mentorimit?"
- Detyrë në grup: Ndërtoni një hartë të përbashkët evropiane të burimeve të sipërmarrjes rinore.

Përmbledhje e Modulit dhe Burimet

Përmbledhjet kryesore

- Fuqizimi i komunikimit është një mjet për përfshirje, besim dhe ndikim.
- Të kuptuarit e ekosistemit sipërmarrës hap qasje në mundësi dhe mbështetje.

- Avokimi dhe ndërgjegjësimi për politikat ndihmojnë në nxitjen e ndryshimeve sistemike dhe barazisë gjinore.
- EntreComp dhe LifeComp ofrojnë korniza plotësuese për aftësitë dhe rritjen personale.
- Punëtorët e të rinjve lehtësojnë lidhjet midis njerëzve, njohurive dhe burimeve për të krijuar vlerë.
- Mjete praktike si hartëzimi i politikave, laboratorët e prezantimit dhe mini-fushatat përmirësojnë të nxënit dhe zbatimin.
- Tregimi i historive dhe aftësitë dixhitale përforcojnë ndikimin dhe dukshmërinë.

Auto-vlerësim / Vetëvlerësim

Pyetësor Vetëvlerësimi

1. Komunikimi për fuqizim synon kryesisht të:
 - a) Ndani informacion
 - b) Ndërtoni besim dhe ndikim
 - c) Menaxhimi i konfliktit
 - d) Vlerësoni performancën
2. Ekosistemi sipërmarrës është i kufizuar vetëm te investitorët e biznesit.
E vërtetë / E gabuar
3. Cila kompetencë EntreComp përfshin frymëzimin e të tjerëve për të ndërmarrë veprime?
 - a) Mobilizimi i të tjerëve
 - b) Planifikimi dhe Menaxhimi
 - c) Përballimi i pasigurisë
 - d) Kreativiteti
4. Avokimi është më efektiv kur është:
 - a) Reaktiv
 - b) Bashkëpunuese dhe e bazuar në prova
 - c) Konfrontuese
 - d) I pastrukturuar
5. Ndërgjegjësimi për politikat ka pak rëndësi për punën me të rinjtë.
E vërtetë / E gabuar

6. Cili është një përfitim kryesor i hartëzimit të ekosistemit për punëtorët e të rinjve?
 - a) Thjeshtimi i aplikimeve për financim
 - b) Identifikimi i mundësive të bashkëpunimit dhe mbështetjes
 - c) Shmangia e kontaktit me palët e interesuara
 - d) Sfidat izoluese

7. Cila kornizë përfshin kompetenca si “Mobilizimi i Burimeve” dhe “Marrja e Inicativës”?
 - a) LifeComp
 - b) EntreComp
 - c) DigComp
 - d) GreenComp

8. Komunikimi efektiv përfshin cilën nga të mëposhtmet?
 - a) Dëgjimin dhe empatinë
 - b) Heshtja dhe neutraliteti
 - c) Vetëm ndarjen e të dhënave
 - d) Reagime direktive

9. A mund të veprojnë punëtorët e të rinjve si avokatë të politikave të sipërmarrjes gjithëpërfshirëse gjinore?
Po / Jo

10. Çfarë është “shkrim-leximi i ekosistemit”?
 - a) Kuptimi i biologjisë
 - b) Njohja dhe përdorimi i rrjeteve të mbështetjes
 - c) Menaxhimi i financave
 - d) Të folurit në publik

Moduli 4. EntreComp dhe Njohuri Sipërmarrëse për Trajnerët

Përshkrim i shkurtër i modulit

Moduli 3.1.4 do të mbulojë temat A. “Hyrje e Thellë në Kornizën EntreComp” dhe B. “Konceptet Themelore Sipërmarrëse (Perspektiva e Trajnerit)”. Ky modul është hartuar që punëtorët e të rinjve të njihen me Kornizën EntreComp, e cila ofron një përshkrim të njohurive, aftësive dhe qëndrimeve të nevojshme për të qenë sipërmarrës.

Të kuptuarit e kornizës EntreComp është thelbësore. Korniza EntreComp është një mjet i shkëlqyer që i ndihmon punonjësit e të rinjve të strukturojnë ndërhyrjet e nevojshme për të adresuar mangësitë specifike teknike dhe psikologjike (ose fushat e mundësive) të identifikuar midis grave të reja sipërmarrëse. Ai e bën këtë duke hartëzuar nivelet e kompetencës në fusha kyçe - të tilla si aftësia për të planifikuar, ekzekutuar dhe vlerësuar vendimet financiare dhe planet e biznesit për shembull . Kjo u lejon punonjësve të të rinjve të përcaktojnë fushat specifike të mundësive . Tema B siguron që punonjësit e të rinjve të fitojnë perspektivën pedagogjike të nevojshme për të trajnuar me besim gratë e reja në përvetësimin dhe përsosjen e këtyre aftësive kryesore të biznesit.

Pyetje gjithëpërfshirëse:

- Si mund t'i shfrytëzojnë punonjësit e të rinjve 15 kompetencat e EntreComp në 8 nivele përparimi për të identifikuar boshllëqet në aftësitë sipërmarrëse dhe vetëbesimin tek gratë e reja?
- Cilat teknika pedagogjike i përkthejnë në mënyrë efektive konceptet komplekse financiare dhe dixhitale në strategji praktike të trajnimit që rrisin vetëbesimin?
- Si i fuqizon njohuritë e thella të koncepteve sipërmarrëse gratë e reja që t'i transformojnë idetë e tyre në vlerë për të tjerët (financiare , kulturore ose sociale)?

Objektivat

Synimet kryesore për punonjësin rinor pas përfundimit të këtij moduli janë:

- Për të përmirësuar **kuptimin e tyre** mbi përdorimin e **Kornizës EntreComp (15 kompetenca në 8 nivele përparimi)** si një mjet sistematik për **të mësuar të identifikojnë aftësitë specifike sipërmarrëse dhe boshllëqet e vetëbesimit** tek gratë e reja.

- Për të fituar **njohuritë e nevojshme pedagogjike dhe metodat e trajnimit** për të mentoruar dhe trajnuar në mënyrë efektive gratë e reja në konceptet kryesore sipërmarrëse.
- Të zhvillojë kapacitetin për të zbatuar **mentorim të orientuar drejt veprimit** që fuqizon gratë e reja për **të transformuar idetë e tyre në vlerë financiare, kulturore ose sociale për të tjerët**.
- Për të shfrytëzuar këtë njohuri thelbësore sipërmarrëse për të përmirësuar **udhëzimet dhe asistencën teknike afatgjatë** të ofruar përmes pikave lokale të mbështetjes.

Rezultatet e të Nxënës

Pas përfundimit të modulit, punonjësit e të rinjve do të:

- Kuptoni strukturën dhe zbatimin e Kornizës EntreComp, duke përfshirë mënyrën se si 15 kompetencat dhe nivelet e saj të përparimit nxisin transformimin e ideve në vlerë.
- Shfrytëzojeni sistematikisht kornizën për të identifikuar dhe adresuar boshllëqet specifike të aftësive sipërmarrëse dhe vetëbesimit tek gratë e reja.
- Strukturoni ndërhyrje që synojnë fushat teknike dhe psikologjike të mundësive, të tilla si boshllëqet në njohuritë financiare, planifikimin e biznesit dhe marketingun dixhital.
- Zbatoni teknika të specializuara pedagogjike për të përkthyer konceptet komplekse financiare dhe dixhitale në strategji praktike të trajnimit që rrisin vetëbesimin.
- Përdorni udhëzimet e modulit për të përgatitur dhe vendosur materiale të gatshme për përdorim mbi përcaktimin e objektivave, planifikimin e veprimeve dhe aksesin në burime.

A. Zhytje e thellë në Kornizën EntreComp

Shpjegimi i Konceptit

EntreComp : **Korniza Evropiane e Kompetencave për Sipërmarrje** është një kornizë referimi kyçe e zhvilluar nga Komisioni Evropian që u lançua në vitin 2016 si pjesë e Axhendës së Aftësive të Reja për Evropën. Qëllimi i saj është të përcaktojë dhe shpjegojë qartë se çfarë do të thotë të kesh një **mendësi sipërmarrëse**. EntreComp e përcakton

sipërmarrjen si "Aftësinë për të vepruar mbi mundësitë dhe idetë dhe për t'i transformuar ato në vlerë për të tjerët. Vlera që krijohet mund të jetë financiare, kulturore ose sociale".

Shpjegimi i Konceptit dhe Qëllimi

EntreComp ofron një përshkrim gjithëpërfshirës të **njohurive, aftësive dhe qëndrimeve që individët** duhet të jenë sipërmarrës dhe të krijojnë vlerë për të tjerët. Është një kornizë referimi e lirë dhe fleksibile që mund të përshtatet për të mbështetur zhvillimin dhe kuptimin e kompetencës sipërmarrëse në çdo mjedis.

EntreComp shërben si **pikë referimi për politika dhe praktika** në shumë sektorë, duke mbështetur **të nxënit gjatë gjithë jetës, qytetarinë aktive, inovacionin, punësimin dhe veprimin sipërmarrës.**

Ndihmon:

- Zhvilloni një gjuhë dhe kuptim të përbashkët të kompetencës sipërmarrëse në kontekste të ndryshme.
- Përshtatni rezultatet e të nxënit sipërmarrës në kontekste specifike dhe krijoni aktivitete të reja mësimdhënieje dhe të nxënit ose përmirësoni aktivitetet ekzistuese.
- Hartoni aktivitete që ofrojnë përvoja praktike sipërmarrëse dhe i ndihmojnë njerëzit të kuptojnë se sa sipërmarrës janë.
- Të krijojë një urë lidhëse midis botës së arsimit dhe punës, duke përcaktuar një kompetencë që zbatohet në të gjitha sferat e jetës, duke përfshirë zhvillimin personal, pjesëmarrjen aktive në shoqëri, punësimin dhe fillimin e sipërmarrjeve (tregtare, kulturore ose sociale).

Korniza përfshin lloje të ndryshme të aktivitetit sipërmarrës, të tilla si sipërmarrja intra-sipërmarrëse (brenda organizatave të mëdha dhe të konsoliduara), sipërmarrja sociale, sipërmarrja e gjelbër dhe sipërmarrja dixhitale.

Struktura e Kornizës EntreComp

EntreComp është strukturuar rreth **pesë blloqeve kryesore ndërtuese** të cilat së bashku përshkruajnë kompetencën sipërmarrëse dhe mënyrën se si mund të matet aftësia:

3 Fushat e Kompetencës (Shtyllat Kryesore)

Korniza është ndërtuar mbi **tre fusha të ndërlidhura dhe të ndërlidhura** që pasqyrojnë përkufizimin e sipërmarrjes si shndërrimi i ideve në veprime që krijojnë vlerë:

- **IDE & MUNDËSI:** Kjo fushë përqendrohet në proceset krijuese dhe inovative të nevojshme për të identifikuar, vlerësuar dhe zhvilluar ide që krijojnë vlerë.
- **BURIMET:** Kjo fushë mbulon motivimin dhe burimet e nevojshme për të ndjekur një ide, duke përfshirë sigurimin e asetëve të nevojshme (materiale, jomateriale, personale ose financiare).
- **NË VEPRIM:** Kjo fushë lidhet me vendosjen e qëllimeve, planifikimin, menaxhimin, përbalimin e pasigurisë dhe të mësuarit përmes përvojës.

15 Kompetencat (Bloqet Ndërtuese)

Secila nga tre fushat e kompetencës përmban pesë kompetenca, duke arritur në total 15 kompetenca që përbëjnë mentalitetin sipërmarrës:

Zona	Kompetencë	Përshkrimi
IDE & MUNDËSI	1. Mundësi për të dalluar	Identifikoni dhe shfrytëzoni mundësitë për të krijuar vlerë.
	2. Kreativiteti	Zhvilloni ide krijuese dhe të qëllimshme.
	3. Vizioni	Punoni drejt vizionit tuaj për të ardhmen.
	4. Vlerësimi i ideve	Shfrytëzoni sa më shumë idetë dhe mundësitë.
	5. Mendim etik dhe i qëndrueshëm	Vlerësoni pasojat dhe ndikimin e ideve, mundësive dhe veprimeve.
BURIMET	6. Vetëdija dhe vetëefikasiteti	Beso në veten tënde dhe vazhdo të zhvillosh veten.
	7. Motivimi dhe këmbëngulja	Qëndro i përqendruar dhe mos u dorëzo.
	8. Mobilizimi i burimeve	Mblidhni dhe menaxhoni burimet që ju nevojiten.
Zona	Kompetencë	Përshkrimi
	9. Njohuri financiare dhe ekonomike	Zhvilloni njohuri financiare dhe ekonomike.
	10. Mobilizimi i të tjerëve	Frymëzoni, entuziazmoni dhe përfshijini të tjerët në këtë drejtim.
NË VEPRIM	11. Marrja e iniciativës	Bëje.
	12. Planifikim dhe menaxhim	Përparësoni, organizoni dhe ndiqni.
	13. Përbalimi i pasigurisë, paqartësisë dhe rrezikut	Merrni vendime që kanë të bëjnë me pasigurinë, paqartësinë dhe rrezikun.
	14. Puna me të tjerët	Bashkohuni, bashkëpunoni dhe krijoni rrjet.
	15. Të mësuarit përmes përvojës	Mëso duke vepruar.

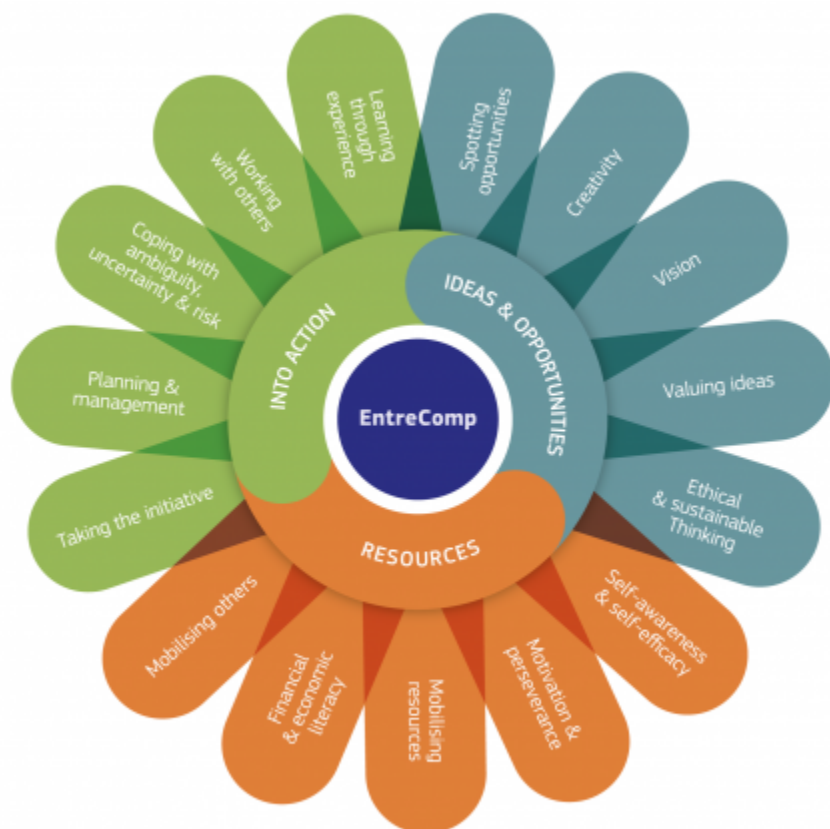


Figura 1 Fushat e kompetencës së EntreComp (Komisioni Evropian, 2025)

Fijet dhe Rezultatet e të Nxënimit

Secila prej **15 kompetencave** ndahet më tej në **fije tematike**, duke ofruar përshkrime praktike të asaj që do të thotë kompetenca. Korniza e plotë përmban afërsisht **60 fije në total**.

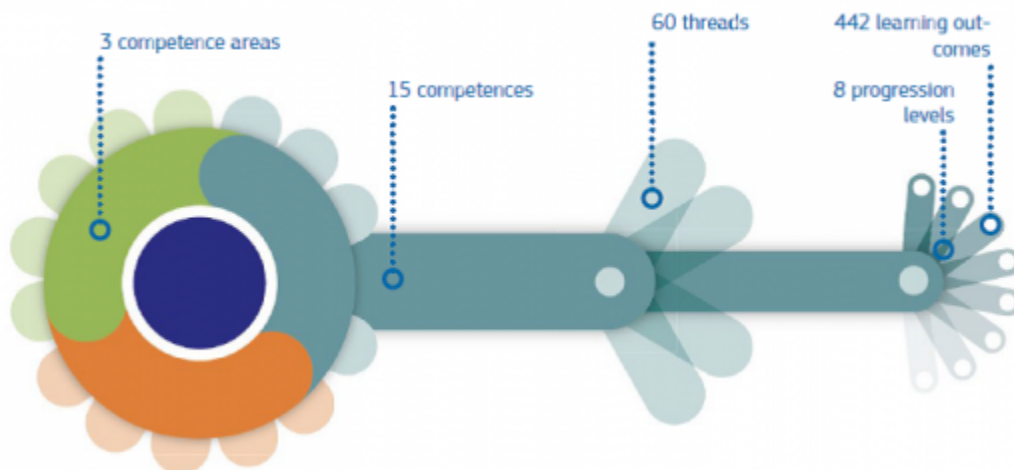


Figura 2 Fushat e kompetencës së EntreComp (Komisioni Evropian, 2025)

Me këto fije janë të lidhura **442 rezultate të të nxënit** . Këto rezultate të të nxënit përcaktojnë saktësisht " **çfarë di, kupton dhe mund të bëjë një nxënës** " pas angazhimit në aktivitete të të nxënit.

Duke ndjekur këto **rezultate specifike të të nxënit** , individët (**dhe ata që i udhëzojnë ata**) **mund të dallojnë pikat e forta dhe të dobëta** aktuale dhe të identifikojnë saktësisht se çfarë nevojitet për të arritur nivelin tjetër. Kjo listë gjithëpërfshirëse ofron frymëzim dhe njohuri për hartimin e ndërhyrjeve.

8 Nivelet e Përparimit (Zotërimi dhe Përparimi)

Rezultatet e të nxënit janë të hartuara në **8 nivele të përparimit** , duke filluar nga fillestari deri te eksperti. Hartimi i këtij përparimi është jetik për ndjekjen e zhvillimit të një nxënësi me kalimin e kohës dhe krijimin e shtigjeve koherente të aftësive.

Modeli i përparimit është i ndarë në katër grupe kryesore, duke ndjekur autonominë dhe përgjegjësinë në rritje (nga mbështetja në mbështetje deri te nxitja e transformimit) dhe kompleksitetin e mjediseve që trajtohen:

Grupi i Nivelit	Nivelet	Fokusi i Progresit
Fondacioni	1. Zbullo, 2. Eksploro	Krijimi i vlerës me mbështetje të jashtme . Përqendrohet në zbulimin e potencialit, njohjen e problemeve, zhvillimin e aftësive individuale dhe sociale.
Mesatare	3. Eksperimentoni, 4. Guxoni	Krijimi i vlerës me rritjen e autonomisë dhe ndërtimin e pavarësisë . Fokusohet në të menduarit kritik, eksperimentimin me krijimin e vlerës dhe shndërrimin e ideve në veprime në 'jetën reale'.
I avancuar	5. Përmirësohu, 6. Përforconi	Marrja e përgjegjësisë. Përqendrohet në përmirësimin e aftësive, gjenerimin e vlerës duke përdorur njohuritë dhe përballimin e sfidave gjithnjë e më komplekse .
Ekspert	7. Zgjero, 8. Transformo	Nxitja e transformimit, inovacionit dhe rritjes. Fokusohet në trajtimin e mjediseve komplekse dhe në ndryshim të vazhdueshëm, zhvillimin e njohurive të reja dhe arritjen e përsosmërisë/transformimin e mënyrave se si bëhen gjërat .

Shembuj dhe Studime Rasti

Vështirësitë me të cilat përballen sipërmarrëset e reja femra në Katalonjë, Spanjë

Gratë e reja spanjolle përballen me barriera të mprehta strukturore, duke përfshirë shkallën vazhdimisht të lartë të papunësisë në vend (11.4% në përgjithësi në vitin 2024, më e larta në BE) dhe disavantazhet që rezultojnë në tregun e punës. Papunësia e femrave të reja (mosha 25-29 vjeç) është dukshëm më e lartë, vlerësohet të jetë 86% më e lartë se ajo e burrave në atë grupmoshë.

Në aspektin sipërmarrës, gratë kanë vështirësi me **njohuritë financiare** dhe menaxhimin e financave, buxhetimin dhe sigurimin e kapitalit. Kjo vështirësi përkeqësohet nga **paragjykimet sistemike** në ekosistemet e financimit, për shembull: vetëm **5% e sipërmarrëseve femra katalanase morën fonde të jashtme nga investitorët** , duke u mbështetur në vend të kësaj në fondet dhe kursimet personale.

Për më tepër, gratë shpesh përballen me pyetje diskriminuese gjatë prezantimeve, duke u bërë [pyetje të fokusuar në parandalim](#) (duke u përqendruar në rrezik dhe stabilitet), ndërsa burrave u bëhen [pyetje të fokusuar në promovim](#) (duke u përqendruar në

përfitimet e mundshme), gjë që zakonisht rezulton në marrjen e më pak fondeve. Këta faktorë kufizojnë ambicien dhe aksesin në rrjete të fuqishme informale.

Përdorimi i kornizave si EntreComp për të identifikuar boshllëqet në aftësi/besim dhe për të synuar rezultate specifike të të nxëniet (duke u përqendruar në reflektimin mbi pikat e forta dhe të dobëta individuale) mund të ndërtojë qëndrueshmëri, një kompetencë të nevojshme për të lundruar dhe për t'iu kundërvënë peizazheve diskriminuese si ai në Spanjë.

Vështirësitë me të cilat përballen sipërmarrëset e reja femra në Kosovë

Kosova paraqet përjashtim ekstrem strukturor, me **pjesëmarrjen e femrave në fuqinë punëtore ndër më të ulëtat në Evropë** (rreth 21–22%). Kjo rezulton në një paradoks të rëndë të "**humbjes së trurit**", ku gratë me arsim të lartë nuk mund të sigurojnë shpërblime ekonomike proporcionale, duke çuar në një humbje masive të dividendëve të rritjes potenciale (23% të PBB-së). Pengesa universale dhe kryesore është **barra joproportionale e kujdesit të papaguar (6.2 orë në ditë)**, pothuajse dyfishi i kohës së burrave, e përkeqësuar nga një mungesë e rëndë e [infrastrukturës së përballueshme të Arsimit dhe Kujdesit për Fëmijërinë e Hershme \(ECEC\)](#).

Nga ana sipërmarrëse, gratë zotërojnë asete minimale (vetëm **4.9% të tokës/bizneseve**), gjë që pengon në mënyrë kritike aftësinë e tyre për të siguruar kolateral për kredi dhe financim formal. Pavarësisht se kanë korniza të forta ligjore për barazinë gjinore, një "boshllëk" i konsiderueshëm **zbatimi** vazhdon për shkak të normave patriarkale të rrënjësura thellë dhe kapacitetit të pamjaftueshëm institucional.

Për të ndërtuar qëndrueshmëri ndaj këtij konteksti armiqësor sistemik, trajnimi duhet të shfrytëzojë kornizën **EntreComp**. Mentorimi synon mungesat që rezultojnë nga aftësitë dhe vetëbesimi: '**Njohuritë financiare dhe ekonomike**' (Fusha 2: Burimet) janë jetësore për të kuptuar buxhetimin dhe sigurimin e fondeve, ndërsa zhvillimi i '**Vetëdijes dhe vetëefikasitetit**' (Fusha 2: Burimet) i ndihmon gratë të reflektojnë mbi pikat e forta dhe të fitojnë motivimin e nevojshëm për të kapërcyer presionin tradicional shoqëror dhe shmangien e riskut. Kjo qasje i transformon idetë në vlera sociale, kulturore ose financiare.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Sugjerimet e mëposhtme janë një proces pedagogjik me dy faza për të trajnuar sipërmarrëset e reja femra: së pari **diagnostikimin dhe planifikimin**, dhe më pas **zbatimin dhe mentorimin**. Punonjësit e të rinjve mund ta shfrytëzojnë sistematikisht Kornizën

EntreComp për të ndihmuar gratë e reja të ndërtojnë aftësi sipërmarrëse duke përdorur si më poshtë një proces pedagogjik me dy faza deri në trajnim.

1. Diagnoza dhe Planifikimi

EntreComp shërben si një mjet sistematik për punonjësit e të rinjve për të identifikuar boshllëqet në aftësi dhe vetëbesim tek gratë e reja duke i krahasuar mangësitë e vëzhguara me 15 kompetencat dhe rezultatet e të nxëniet që lidhen me to. Për shembull:

- **Adresimi i Mangësive në Aftësi Teknike:** Nëse një gruajë të re i mungojnë aftësitë në buxhetim ose sigurimin e fondeve, punëtori rinor përqendrohet në kompetencën e njohurive financiare dhe ekonomike (Fusha 2: Burimet).
- **Adresimi i boshllëqeve psikologjike:** Një mungesë e vazhdueshme e vetëbesimit ose frika nga dështimi mund të adresohet drejtpërdrejt duke përdorur kompetenca si **Vetëdija dhe vetëefikasiteti** dhe **Motivimi dhe këmbëngulja**. (Fusha 2: Burimet). Punonjësi rinor mund të përdorë rezultatet e të nxëniet brenda këtyre fushave për të përcaktuar sjellje specifike që duhen zhvilluar, të tilla si reflektimi mbi pikat e forta dhe të dobëta individuale, ose të qenit rezistent ndaj presionit.
- **Synimi i Aftësive të Buta:** Mangësitë në rrjetëzim ose lidhshmëri adresohen përmes **Mobilizimit të të tjerëve (Fusha 2: Burimet)** dhe **Punës me të tjerët (Fusha 3: Në Veprim)**.

Duke përdorur **8 nivelet e përparimit**, punonjësit rinor mund të matin nivelin e aftësive të një gruajë të re dhe të përshtasin strategjitë e trajnimit për ta ndihmuar atë të zotërojë aftësitë e kërkuara për nivelin tjetër, duke kaluar sistematikisht nga mbështetja në mbështetje (Bazë) drejt një autonomie më të madhe (Niveli i Mesëm). Për shembull, duke:

2. Mentorim për shfrytëzimin e kompetencave në botën reale

Qëllimi përfundimtar i punonjësve të rinj në përdorimin e EntreComp është fuqizimi i grave të reja për të transformuar idetë e tyre në vlerë për të tjerët - qoftë financiare, kulturore apo sociale. Punonjësit e rinj mund ta lehtësojnë këtë zbatim në botën reale përmes mentorimit të orientuar drejt veprimit:

- **Fokusimi në Krijimin e Vlerës:** Punonjësit e të rinjve i udhëzojnë gratë e reja që t'i strukturojnë përpjekjet e tyre sipërmarrëse rreth krijimit të vlerës së matshme. Për shembull, përballimi i një sfide komunitare.
- **Ndërtimi i Qëndrueshmërisë nëpërmjet Veprimit:** Duke i udhëzuar gratë e reja që t'i qasen vendimeve pavarësisht pasigurisë (**Përballimi i pasigurisë, paqartësisë dhe rrezikut - Fusha 3: Në Veprim**) dhe të këmbëngulin pavarësisht pengesave (**Motivimi dhe këmbëngulja - Fusha 2: Burimet**), punonjësit e të rinjve sigurohen

që t'i zbatojnë këto kompetenca psikologjike drejtpërdrejt përballë sfidave të botës reale, të tilla si përballimi i rezistencës ndaj ideve inovative ose sigurimi i fondeve.

- **Hartimi i Trajnimit:** Punonjësit e të rinjve mund të përfshijnë njohuritë e EntreComp kur japin mësim rreth përcaktimit të qëllimeve dhe qasjes në burime përmes strategjive të trajnimit të hartuara për të rritur vetëbesimin dhe zbatimin e tyre.

Pyetje Reflektimi

- Duke marrë parasysh **fazën "Diagnoza dhe Planifikimi"**, si mund t'i përdorni 15 kompetencat dhe 8 nivelet e përparimit për të krijuar një plan zhvillimi të personalizuar për një grua të re që ka një ide të fortë, por ngurron të ndër marrë hapin e parë për shkak të frikës nga dështimi?
- Faza **"Mentorim për shfrytëzimin e kompetencave"** thekson krijimin e vlerës së botës reale. Cili është një projekt konkret, në shkallë të vogël që mund të lehtësoni, i cili do t'i lejonte një sipërmarrësi të ri të praktikonte njëkohësisht "Përballimin e pasigurisë" dhe "Mobilizimin e të tjerëve"?
- Duke reflektuar mbi të gjithë procesin, cilat sfida të mundshme parashikoni në kalimin e një gruaje të re nga një plan i strukturuar dhe i bazuar në kompetenca (Faza 1) në një aplikim autonom dhe në botën reale (Faza 2), dhe si mund ta përshtatni stilin tuaj të trajnimit për të kapërcyer këtë boshllëk?

B. Kryesore Ndërmarrëse (Perspektiva e Trajnerit)

Shpjegimi i Konceptit

Zhvillimi i kapacitetit sipërmarrës është thelbësor për të gjithë qytetarët që të veprojnë mbi mundësitë dhe idetë dhe t'i transformojnë ato në **vlerë për të tjerët** - pavarësisht nëse kjo vlerë është financiare, kulturore apo sociale. Për punonjësit e të rinjve që mentorojnë sipërmarrëset e reja femra, këto koncepte themelore duhet të mësohen përmes një lente të përshtatur dhe të orientuar drejt veprimit, e cila ndërton si **aftësi** (njohuri, njohuri) ashtu edhe **vetëbesim**.

Metodologjia e trajnimit duhet të përvetësojë një perspektivë pedagogjike, duke e pozicionuar punonjësin rinor si *trajner* dhe *lehtësues* dhe jo si pedagog. Kjo qasje adreson drejtpërdrejt barrierat psikologjike të përhapura të identifikuar tek gratë e reja, të tilla si mungesa e vetëbesimit dhe frika nga dështimi.

Njohuri Financiare Bazë

Njohuritë financiare përkufizohen si njohuritë e nevojshme për të marrë vendime të zgjuara me paratë, duke përfshirë buxhetimin, kursimin dhe kuptimin e kushteve të kredisë. Gratë e reja sipërmarrëse vazhdimisht përmendin **analfabetizmin financiar** dhe menaxhimin e financave si një boshllëk kyç në aftësi. **Përshtatja e Kompetencës së Ndërmarrjes:** Kjo temë përputhet drejtpërdrejt me kompetencën **Njohuritë financiare dhe ekonomike** (Fusha 2: Burimet).

- **Konceptet kryesore:**

- **Të Ardhurat dhe Shpenzimet:** Punonjësit e të rinjve duhet të fillojnë duke sqaruar terminologjinë bazë që lidhet me paratë dhe konceptet ekonomike. Sipërmarrësit duhet të bëjnë dallimin midis të ardhurave (parave të marra) dhe shpenzimeve (parave të shpenzuara), duke i kategorizuar shpenzimet si *fikse* (p.sh., qiraja, pagesat e kredisë) ose *variabël* (p.sh., të dhënat mobile, materialet).
- **Buxhetimi:** Ky është mjeti që përdoret për të planifikuar përdorimin e të ardhurave dhe shpenzimeve. Punonjësit e të rinjve duhet të mësojnë mjete praktike si shabllone për të ndihmuar në vlerësimin e kostos së shndërrimit të një ideje në një aktivitet që krijon vlerë dhe për të vlerësuar vendimet financiare me kalimin e kohës.
- **Kursimi dhe Investimi:** Mentorimi duhet të përqendrohet në ndihmën e grave për të zhvilluar njohuri financiare për të siguruar që aktiviteti i tyre krijues i vlerës të zgjasë në planin afatgjatë. Kjo përfshin lënien mënjane të qëllimshme të fitimeve dhe riinvestimin e tyre, pasi njohuritë financiare shpesh u mungojnë sipërmarrësve të rinj, duke penguar krijimin e pasurisë afatgjatë.

Punonjësit e të rinjve mund të përdorin shabllone praktike të buxhetimit dhe ushtrime planifikimi të skenarëve financiarë. Meqenëse gratë shpesh nuk i raportojnë sa duhet njohuritë e tyre aktuale financiare për shkak të vetëbesimit më të ulët (vetëefikasitetit), trajnimi duhet të trajtojë në mënyrë aktive stereotipet negative dhe të promovojë njohuritë financiare specifike për zgjerimin e pronësisë së biznesit.

Planifikimi Bazë i Biznesit

Një plan biznesi është një plan strategjik që detajon qëllimet e një kompanie dhe metodat për t'i arritur ato. Është thelbësor për të siguruar fonde dhe për të siguruar që biznesi të mbetet në përputhje me objektivat e tij të rritjes. **Harmonizimi i Ndërmarrjes:** Kjo lidhet me kompetencën **Planifikim dhe menaxhim** (Fusha 3: Në Veprim). Kjo aftësi ndihmon në përcaktimin e prioriteteve dhe planeve të veprimit.

- **Konceptet kryesore:**

- **Synimet dhe Vizioni:** Sipërmarrësit duhet të vendosin synime të qarta afatgjata, afatmesme dhe afatshkurtra. Punonjësit e të rinjve duhet të inkurajojnë artikullimin e një vizioni sipërmarrës për të shndërruar idetë në veprime.
- **Komponentët thelbësorë:** Plani duhet të mbulojë sfondin e biznesit, planin e prodhimit/operacionit, planin e marketingut, planin financiar (duke përfshirë shpenzimet para-operacionale dhe huamarrjen e kërkuar) dhe vlerësimin e riskut.
- **Planifikim i Thjeshtuar:** Për startup-et dhe sipërmarrësit e rinj, procesi nuk ka nevojë të jetë i ndërlikuar. Punonjësit e të rinjve mund të prezantojnë modele si **Lean Startup Plan** ose [Business Model Canvas](#) për të përcaktuar shpejt seksionet kryesore, të tilla si propozimi i vlerës, burimet dhe segmentet e klientëve.

Materialet e trajnimit duhet të jenë të orientuara drejt veprimit, duke ofruar modele për përcaktimin e objektivave SMART dhe duke i udhëzuar pjesëmarrësit të shkruajnë një plan biznesi për idenë e tyre. Punonjësit e të rinjve duhet të theksojnë rëndësinë e përdorimit të planit si një dokument dinamik, duke e përditësuar atë rregullisht për t'u përshtatur kushteve në ndryshim të tregut.

Marketingu Dixhital Bazë (Marka Personale) i Aplikuar në Ndërmarrësi

Gratë e reja sipërmarrëse identifikojnë boshllëqet në njohuritë dixhitale, marketingun online dhe krijimin e përmbajtjes si pengesa për shndërrimin e dukshmërisë në shitje. **Përshtatja e EntreComp:** Kjo lidhet me **Mobilizimin e burimeve** (për kompetencat dhe

mjetet dixhitale), **Vlerësimin e ideve** (njohjen e potencialit të një ideje për krijimin e vlerës) dhe **Mobilizimin e të tjerëve** (demonstrimin e komunikimit dhe bindjes efektive).

- **Konceptet kryesore:**

- **Prania Online dhe Branding:** Kjo përfshin përcaktimin e audiencave të synuara dhe krijimin e përmbajtjes që komunikon qartë vlerën e produktit ose shërbimit. Punonjësit e të rinjve duhet të ofrojnë strategji për përdorimin e mediave sociale dhe funksionalitetin bazë të tregtisë elektronike.
- **Prezantimi i Ashensorit** : Kjo është një aftësi komunikimi thelbësore që përdoret për të bindur dhe frymëzuar palët e interesuara, që kërkon qartësi dhe entuziazëm. Punonjësit e të rinjve duhet t'i trajtojnë gratë në aftësi efektive komunikimi dhe negociimi.
- **Siguria Dixhitale:** Punonjësit e të rinjve duhet të adresojnë nevojën për të mbrojtur asetet dhe informacionin personal, duke këshilluar mbi ndarjen e mediave sociale të biznesit nga ato personale për të menaxhuar rrezikun dixhital.

Punëtorët e të rinjve mund të Përdorni shabllone të gatshme për përdorim për planet e marketingut dixhital dhe ushtrime interaktive, të tilla si praktikimi i prezantimeve me anë të elevator. Kjo i ndihmon gratë e reja të kapërcejnë barrierat e vetëbesimit që lidhen me prezantimin e ideve të tyre para investitorëve ose organeve financuese.

Aspektet Bazë Ligjore/Administrative/Tatimore të Lidhura me Ndërmarrësinë

Sipërmarrësit duhet të përballojnë kërkesa komplekse administrative dhe burokratike. Mungesa e informacionit të qartë mbi kërkesat ligjore, regjistrimin e biznesit dhe taksat është një nevojë e përmendur shpesh. **Përshtatja e Ndërmarrjeve:** Kjo bie nën kompetencën e **Mobilizimit të burimeve** , që përfshin marrjen dhe menaxhimin e kompetencave të nevojshme ligjore dhe tatimore, dhe **të menduarit etik dhe të qëndrueshëm** (duke reflektuar mbi përgjegjësinë dhe qëllimet afatgjata).

- **Konceptet kryesore:**

- **Struktura Ligjore dhe Regjistrimi:** Të kuptuarit e modelit të pronësisë (p.sh., pronësi e vetme kundrejt shoqërisë me përgjegjësi të kufizuar) dhe

përgjegjësi ligjore/financiare që lidhen me strukturën e zgjedhur është thelbësore. Punonjësit e të rinjve duhet të ndihmojnë në identifikimin e procedurave lokale për regjistrimin e biznesit, lejet dhe kontratat.

- **Taksimi:** Punonjësit e rinj duhet të shpjegojnë qëllimin e taksimit - që ai financon aktivitetet dhe shërbimet qeveritare si spitalet dhe shkollat. Sipërmarrësit duhet të vlerësojnë detyrimet e tyre kryesore të kontabilitetit dhe taksave për të përmbushur kërkesat ligjore për biznesin e tyre.

Për të adresuar kërkesën për mbështetje të centralizuar, punonjësit e të rinjve duhet të përdorin dhe të kontribuojnë në "Qendrat e Burimeve" që mbledhin informacione specifike për vendin në portalet zyrtare qeveritare, organet e financimit dhe shërbimet këshillimore ligjore/financiare. Ky lokalizim siguron që këshilla të jetë praktike dhe relevante për mjedisin rregullator kërkues. Punonjësit e të rinjve kanë nevojë për trajnim në kompetencën kulturore dhe kuptimin e dinamikës gjinore për të adresuar paragjykimet që lidhen me navigimin ligjor dhe aksesin financiar.

Për ta forcuar këtë qasje holistike, imagjinoni udhëtimin e sipërmarrjes si ndërtimin e një shtëpie. **Njohuritë financiare** ofrojnë themelin e qëndrueshëm dhe të thellë (buxheti, menaxhimi i fondeve), të siguruar nga themeli i kuadrit **Ligjor/Administrativ** (marrja e lejeve të nevojshme dhe miratimi i zonimit). **Plani i Biznesit** vepron si plan arkitektonik (që përcakton qëllimet, materialet dhe hapat). Së fundmi, **Marketingu Dixhital dhe Marka Personale** përfaqësojnë pjesën e jashtme - dizajnin dhe komunikimin e dukshëm që tërheq klientët dhe investitorët të hyjnë brenda, duke e shndërruar kuriozitetin në vlerë financiare.

Shembuj dhe Studime Rasti

Paradoksi Nordik: Sipërmarrësit e Reja Femra në Norvegji

Norvegjia, një lider global në barazinë gjinore, shfaq një "paradoks nordik" ku sipërmarrja femërore është çuditërisht e ulët, duke përbërë më pak se 4% të bizneseve të reja në vitin 2021. Pavarësisht se gratë arrijnë arritje të larta arsimore (60% të diplomave), ndarja e thellë gjinore vazhdon; gratë grumbullohen në **sektorët e kujdesit , ndërsa burrat dominojnë fushat STEM/TIK** me pagesë të lartë . Kjo rezulton në akses të kufizuar në rrjetet thelbësore. Pengesa kryesore për sipërmarrësit femra aspirante është financimi, i cituar si sfida më e madhe nga gati 40% e grave. Ato shpesh ndihen të përjashtuara nga rrjetet profesionale informale, të dominuara nga meshkujt, dhe raportojnë se nuk merren seriozisht, veçanërisht në sektorët e teknologjisë.

Mentorimi i synuar tregon se i pajis në mënyrë sistematike gratë e reja me njohuri teknike për të lehtësuar rritjen. Që sipërmarrësit e rinj të kapërcejnë ankthin financiar, përfshihet përqendrimi në mësimdhënien e njohurive financiare dhe dhënia e mjeteve për të kapërcyer pengesat e financimit. Kjo kërkon teknika pedagogjike që mësojnë aftësi teknike (p.sh., planifikim biznesi, marketing dixhital), ndërsa njëkohësisht ndërtojnë kompetenca psikologjike si Vetëdija dhe vetëefikasiteti dhe qëndrueshmëria (nga korniza EntreComp) për të përshpejtuar transformimin e ideve në vlerë financiare.

Vështirësitë me të cilat përballen sipërmarrëset e reja femra në Greqi

Greqia mbetet ndjeshëm prapa në barazinë gjinore, duke u renditur e 25-ta në BE, pavarësisht arritjes së barazisë së plotë në arsimin e lartë dhe renditjes së lartë për gratë që diplomohen nga fushat STEM. Ky paradoks i arritjeve të larta dhe shpërblimit të kufizuar nxitet nga pabarazitë strukturore: shkalla e punësimit ekuivalent me kohë të plotë për femrat është 36% (20 pikë më poshtë se ajo e burrave). Në mënyrë kritike, gratë greke mbajnë një nga barrët më të mëdha të kujdesit të papaguar në BE, duke shpenzuar 2 orë e 21 minuta më shumë në ditë për punë shtëpiake sesa burrat, të përmendura nga 28% e grave në moshë pune si arsyeja kryesore për të qëndruar jashtë forcës punëtore. Kjo përforcon një model "mashkull që fiton të ardhurat" dhe i drejton gratë drejt sektorëve "të feminizuar" me paga më të ulëta.

Në aspektin sipërmarrës, gratë e reja përballen me papunësi të lartë tek të rinjtë (57% më të lartë se burrat e moshës 25-29 vjeç), pengesa të konsiderueshme në aksesin në financë dhe përjashtim nga rrjetet profesionale, duke rezultuar në vetëm 16% të startup-eve greke që kanë një grua në ekipin e tyre themelues. Për ta adresuar këtë, trajnimi duhet të jetë i përgjegjshëm ndaj gjinisë.

Trajnimi teknik duhet të forcojë Planifikimin dhe menaxhimin (Fusha 3: Në Veprim) për të ndihmuar në përballimin e kërkesave komplekse burokratike. Më e rëndësishmja, trajnimi rrit qëndrueshmërinë e nevojshme për të sfiduar normat kulturore mbizotëruese dhe transformon idetë - të tilla si ato që gjenden në ndërmarrjet sociale si **WEnCoop** (kooperativa e parë e energjisë sociale e përqendruar te gratë në Greqi) - në vlerë.

Metodologjitë dhe Mjetet për Punëtorët Rinor

Punonjësit e të rinjve që shërbejnë si mentorë duhet të përvetësojnë një qasje pedagogjike **të përgjegjshme ndaj gjinisë dhe të përqendruar te pjesëmarrësit**. Qëllimi është të

veprohet si **trajner ose lehtësues** i cili ndërton si **aftësi teknike (njohuri, njohuri)** ashtu edhe **vetëbesim**. Ky proces sistematik është i ankoruar në **Kornizën EntreComp**.

15 kompetencat e EntreComp për të identifikuar mangësitë (p.sh., mungesën e **vetëdijes dhe vetëefikasitetit** ose **njohuritë e ulëta financiare dhe ekonomike**) dhe për të strukturuar ndërhyrjet bazuar në **rezultatet e të nxëniet**. Materialet e trajnimit duhet të jenë **praktike dhe të orientuara drejt veprimit**, duke ofruar udhëzime të qarta hap pas hapi.

Teknika specifike të trajnimit dhe kouçingut

1. Njohuri Financiare Bazë

Kjo adreson nevojën për të zhvilluar **njohuritë financiare dhe ekonomike** (Fusha 2: Burimet), pasi shumë gra të reja nuk kanë njohuri në buxhetim dhe akses në financim.

- **Qasje Pedagogjike:** Filloni duke sqaruar terma bazë si **të Ardhurat** (paratë e marra) dhe **Shpenzimet** (paratë e përdorura). Përdorni **modele praktike të buxhetimit** dhe **ushtrime planifikimi të skenarëve financiarë** ku sipërmarrësit bëjnë dallimin midis kostove fikse dhe atyre variabile. Mësoni se taksat financojnë shërbimet qeveritare si spitalet dhe shkollat.
- **Konceptet kryesore:** Njohuritë financiare përfshijnë vlerësimin e kostove, planifikimin dhe vlerësimin e vendimeve financiare me kalimin e kohës dhe menaxhimin e financimit për krijimin e vlerës afatgjatë. Kursimi efektiv përfshin vendosjen e objektivave **specifike** afatgjata dhe ndarjen e tyre në hapa afatshkurtër.

2. Planifikimi Bazë i Biznesit

Kjo ndërton kompetencën e **Planifikimit dhe menaxhimit** (Fusha 3: Në Veprim).

- **Qasja Pedagogjike:** Theksoni **të mësuarit duke bërë dhe duke punuar në projekte**, duke i inkurajuar studentët të përcaktojnë objektivat dhe planet e tyre. Punonjësit e të rinjve duhet të prezantojnë modele të thjeshtuara si **Kanavaca e Modelit të Biznesit** për të ndihmuar në strukturimin e sipërmarrjes. Trajnimi përqendrohet në **Vendosjen e Objektivave dhe Planifikimin e Veprimeve**, duke ofruar modele për objektivat SMART (Specifike, të Matshme, të Arritshme, Relevante, të Kufizuara në Kohë).

3. Marketingu Dixhital Bazë (Marka Personale)

Kjo lidhet me **Mobilizimin e burimeve** (kompetencat dixhitale) dhe **Mobilizimin e të tjerëve** (komunikimi, bindja).

- **Qasje Pedagogjike:** Adresoni boshllëqet e aftësive në shkrim-leximin dixhital dhe praninë online. Jepni **modele të gatshme për përdorim për planet e marketingut dixhital dhe udhëzimet e markës** . Përdorni **ushtrime interaktive** për të praktikuar prezantimin e propozimit të vlerës. Teknikat përfshijnë praktikimin e "**prezantimit konciz**" (përmes paraqitjeve video ose prezantimeve) për të përmirësuar komunikimin dhe bindjen efektive.

4. Aspektet themelore ligjore/administrative/tatimore

Kjo lidhet me **mobilizimin e burimeve** , që mbulon kompetencat teknike, ligjore dhe tatimore.

- **Qasja Pedagogjike:** Adresoni kërkesën për mbështetje të centralizuar dhe udhëzime të qarta mbi kërkesat ligjore, regjistrimin e biznesit dhe taksat. Punonjësit e të rinjve duhet të përdorin "Qendrat e Burimeve" që përpilojnë lidhje specifike për vendin me portalet zyrtare qeveritare, organet e financimit dhe shërbimet këshillimore ligjore/financiare. Kjo qasje praktike ndihmon sipërmarrësin të përcaktojë strukturën ligjore dhe të vlerësojë detyrimet tatimore.

Nxitje reflektuese për punëtorët e të rinjve

- Si mund të siguroheni që trajnimi mbi njohuritë financiare dhe ekonomike adreson drejtpërdrejt barrierën psikologjike të shmangies së riskut që shpesh vërehet tek gratë e reja, në vend që të ofrojë vetëm fakte teknike?
- Nëse një sipërmarrëse e re ka vështirësi me planifikimin dhe menaxhimin e biznesit të saj, cilat aftësi të buta - të tilla si Motivimi dhe këmbëngulja ose Puna me të tjerët - mund të jenë boshllëku themelor i kompetencave që ka nevojë për trajnim?
- Si kontribuon drejtpërdrejt ndihma ndaj një sipërmarrëseje të re në zhvillimin e një plani efektiv të Marketingut Dixhital për markën e saj personale në ndërtimin e Vetëdijes dhe vetëefikasitetit të saj?
- Përshkruani teknikat specifike të mentorimit, trajnimit dhe përgatitjes që mund të përdorin punonjësit e të rinjve.

Zbatimi dhe Praktika

Nxitje reflektuese ("Ushqim për mendim")

- Hulumtimet tregojnë se gratë mund të nënvlerësojnë **njohuritë e tyre financiare dhe ekonomike** , duke ndikuar në vetëbesimin e tyre. Si do ta strukturoni trajnimin mbi planifikimin financiar (buxhetin, parashikimin) për të ndërtuar njëkohësisht

kompetencën , **vetëdijen dhe vetëefikasitetin**, në një mënyrë që kundërshton drejtpërdrejt këtë dyshim të rrënjësor në vetvete?

- Barra joproporcionale e kujdesit të papaguar dhe papunësia e vazhdueshme e të rinjve janë pengesa të jashtme. Si mund ta udhëzoni një grua të re për të forcuar **Motivimin dhe këmbënguljen e saj** dhe **Përballimin e pasigurisë, paqartësisë dhe rrezikut** pa minimizuar realitetin e këtyre pengesave sistemike?
- Gratë e reja shpesh nuk kanë qasje në rrjete informale të fuqishme, të dominuara nga meshkujt . Nëse mangësia e një sipërmarrëse lidhet me **Mobilizimin e të tjerëve** , çfarë strategjie konkrete dhe të orientuar drejt veprimit do t'i mësonit asaj për të ndërtuar dhe për të përdorur në mënyrë efektive lidhjet në një mjedis jo-gjithëpërfshirës dhe të ndarë sipas gjinisë?
- EntreComp e përcakton sipërmarrjen si veprim mbi idetë për t'i transformuar ato në vlerë për të tjerët (financiare, kulturore ose sociale). Një sipërmarrës nuk arrin të sigurojë investimin fillestar. Duke përdorur **të Mësuarit përmes përvojës** , si e ndihmoni atë të riformulojë atë pengesë të përkohshme si një rezultat të vlefshëm dhe të matshëm të të nxëniet që informon strategjinë e saj të azhurnuar **të Planifikimit dhe menaxhimit** ?

Ushtrime Praktike për Punëtorët Rinor

Dy detyrat e mëposhtme kërkojnë që punonjësit e të rinjve të aplikojnë njohuritë e tyre teorike të Kornizës EntreComp dhe teknikat e trajnimit që i përgjigjen përkatësisë gjinore për të adresuar sfidat specifike me të cilat përballen sipërmarrëset e reja femra, duke u mbështetur në pengesat e identifikuar socio-ekonomike dhe kulturore.

Detyra 1: Hartimi i një Ndërhyrjeje Mentorimi të Fokusuar në Rezistencë (Pengesa Psikologjike dhe Kulturore)

Skenari : Një sipërmarrëse e re (A) në Greqi, e cila ka siguruar fonde fillestare për ndërmarrjen e saj sociale inovative (p.sh., një kooperativë energjie e përqendruar te gratë, WEnCoop), po përballlet me dyshime të thella në vetvete dhe frikë nga dështimi publik. Motivimi i saj është i lartë, por ajo raporton presion të fortë familjar dhe shoqëror për të ndjekur një "punë të qëndrueshme", duke e bërë të padurueshme perspektivën e dështimit publik.

Sfida: Hartoni një plan të strukturuar, 30-minutësh për seancë mentorimi individual, duke u përqendruar në kapërcimin e kësaj barriere psikologjike dhe zbutjen e presionit të jashtëm.

Veprim i kërkuar:

1. Identifikoni dy kompetencat më kritike të EntreComp (nga fushat Burime ose Në Veprim) që aktualisht janë të mangëta, duke shpjeguar pse ato janë thelbësore në këtë skenar (p.sh., mungesa e besimit në aftësinë e saj pavarësisht pengesave ose pamundësia për të përballuar rrezikun).
2. Detajoni tre teknika specifike pedagogjike që do të përdoren në seancë. Këto teknika duhet të ndërtojnë besimin dhe qëndrueshmërinë e saj, në vend që thjesht të ofrojnë këshilla. Për shembull, si do ta përdornit reflektimin për ta ndihmuar atë të riformulojë rrezikun e dështimit si një mundësi të të mësuarit përmes përvojës (EntreComp 3.5)?
3. Shpjegoni se si seanca përforcon kompetencën Vetëdije dhe vetëefikasitet (EntreComp 2.1) duke adresuar në mënyrë të qartë normën socio-kulturore greke që favorizon punësimin e sigurt, duke e fuqizuar kështu atë për të ruajtur fokusin dhe për të këmbëngulur.

Detyra 2: Përshtatja e një Seminari mbi Kompetencën Financiare për të Kundërshtuar Paragjykimet Sistemike (Pengesat Teknike dhe Socio-Ekonomike)

Skenari: Ju po drejtoni një sesion trajnimi në Spanjë, ku sipërmarrëset e reja femra përmendin financimin si një pengesë universale dhe të rëndësishme. Hulumtimet konfirmojnë një paragjykim sistemik ku gratë marrin pyetje të fokusuara në parandalim gjatë prezantimeve, duke rezultuar në më pak fonde.

Sfida: Hartoni një segment 60-minutësh të një seminari mbi Kompetencën Financiare të fokusuar në njohuritë financiare dhe ekonomike (EntreComp 2.4) dhe Mobilizimin e burimeve (EntreComp 2.3). Trajnimi duhet t'i pajisë gratë me njohuritë teknike për të trajtuar me besim paragjykimet e investimeve dhe për të lundruar në burokracinë komplekse spanjolle.

Veprim i kërkuar:

1. Përcaktoni rezultatin specifik të të nxëniet për këtë segment (p.sh., duke kaluar përtej hartimit të një buxheti të thjeshtë në zotërimin e parashikimit financiar për të demonstruar qëndrueshmëri afatgjatë).
2. Përshkruani një aktivitet praktik, të orientuar drejt veprimit, që kërkon përdorimin e shablloneve (p.sh., planifikimi i një analize të fluksit të parave të gatshme ose një ushtrimi të llogarisë së fitimit dhe humbjes). Shpjegoni se si zotërimi i kësaj aftësie teknike kundërshton drejtpërdrejt paragjykimin e financimit sistemik duke ofruar prova për t'i bërë ballë pyetjeve që kundërshtojnë rrezikun.

3. Detajoni se si do ta përdorni këtë modul teknik për të mbështetur Mobilizimin e burimeve (EntreComp 2.3) duke adresuar fragmentimin e informacionit. Kjo duhet të përfshijë identifikimin dhe orientimin e një lloji specifik të burimit specifik për vendin (p.sh., lidhje me portale qeveritare, grante ose shërbime këshillimi ligjor/tatimor) që duhet të përfshihen në materialet e trajnimit.

Forume diskutimi/Aktivitete në grup

Një sipërmarrëse e re tregon **motivim të lartë** (EntreComp 2.2), por ka vështirësi të mëdha me prezantimin e saj tek investitorët për shkak të mungesës së vetëbesimit. Diskutoni se si do ta trajtonit atë në **njohuritë financiare dhe ekonomike** (EntreComp 2.4) duke përdorur materiale praktike të orientuara drejt veprimit, ndërkohë që forconi qëllimisht **vetëdijen dhe vetëefikasitetin e saj** (EntreComp 2.1). Ndani një teknikë specifike pjesëmarrëse që përdorni për të riformuluar frikën e dështimit.

Përmbledhje e Modullit dhe Burimet

Përmbledhjet kryesore

Moduli u ofron punonjësve të të rinjve mjetet themelore për të ofruar trajnime sipërmarrjeje të përgjegjshme ndaj gjinisë dhe të orientuara drejt veprimit:

- **EntreComp si një Mjet Diagnostikues:** Korniza Evropiane e Kompetencave për Sipërmarrje (EntreComp) shërben si një **mjet sistematik** për punonjësit e të rinjve për të identifikuar boshllëqet specifike në aftësi dhe vetëbesim tek gratë e reja sipërmarrëse.
- **Struktura dhe Fusha e Veprimit:** EntreComp e përcakton sipërmarrjen si aftësinë për të transformuar mundësitë dhe idetë në **vlera financiare, kulturore ose sociale për të tjerët**. Ajo përbëhet nga **15 kompetenca** në **3 fusha**: Ide dhe Mundësi, Burime dhe Në Veprim.
- **Matja e Zhvillimit:** Zhvillimi i kompetencave është i hartëzuar në **8 nivele përparimi**, duke filluar nga niveli Themelor (mbështetur në mbështetje) deri te niveli Ekspert (që nxit transformimin, inovacionin dhe rritjen).
- **Adresimi i Barrierave Gjimore:** Korniza përdoret për të luftuar mangësitë e identifikuara tek gratë e reja, të tilla si niveli i ulët i **shkrim-leximit financiar dhe ekonomik** (Fusha 2: Burimet) dhe mungesa e **Vetëdijes dhe vetëefikasitetit** (Fusha 2: Burimet).

- **Aftësi Teknike Thelbësore:** Trajnimi përqendrohet në konceptet themelore sipërmarrëse nga një perspektivë pedagogjike, duke përfshirë **Njohuritë Financiare Bazë** (p.sh., buxhetimi, parashikimi financiar), **Planifikimin Bazë të Biznesit** (p.sh., përdorimi i Kanavacës së Modelit të Biznesit) dhe **Marketingun Dixhital Bazë** (p.sh., branding personal, prezantim efektiv).
- **Trajnim i Orientuar drejt Veprimit:** Moduli i udhëzon punonjësit e të rinjve të shkojnë përtej teorisë për të zbatuar mentorim praktik dhe të orientuar drejt veprimit që nxit **qëndrueshmërinë** dhe zbaton kompetencat psikologjike (si **Përballimi i pasigurisë, paqartësisë dhe rrezikut**) në skenarë të botës reale.

Auto-vlerësim / Vetëvlerësim

Pyetësor Vetëvlerësimi

Zhytje e thellë në Kornizën EntreComp

1. Sa fusha kryesore të kompetencave identifikon korniza EntreComp?
 - a. 8
 - b. 3
 rreth vitit 15
2. Kompetenca 'Njohuri financiare dhe ekonomike' bie nën fushën e kompetencës 'Ide dhe Mundësi'.
E vërtetë / E gabuar
3. Cili nga nivelet e mëposhtme të përparimit karakterizohet kryesisht nga marrja e përgjegjësisë nga nxënësi për marrjen e vendimeve dhe punën me të tjerët?
 - a. Fondacioni
 - b. Mesatare
 - c. I avancuar
4. A e përcakton EntreComp vlerën e krijuar nga sipërmarrja vetëm si fitim financiar?
Po / Jo
5. Cila kompetencë përqendrohet në reflektimin mbi pikat e forta dhe të dobëta individuale dhe në besimin në aftësinë e dikujt për të ndikuar në rrjedhën e ngjarjeve, pavarësisht pengesave?

- a. Mobilizimi i të tjerëve
- b. Mundësi për të dalluar
- c. Vetëdija dhe vetëefikasiteti
- d. Marrja e iniciativës

6. Plani Lean Startup është një plan biznesi tradicional dhe statik që kërkon planifikim paraprak të gjerë përpara se të testohen hipotezat.

E vërtetë / E gabuar

7. Cila kompetencë EntreComp përputhet drejtpërdrejt me aftësinë teknike të zotërimit të buxhetimit të biznesit dhe vlerësimit të vendimeve financiare me kalimin e kohës?

- a. Planifikim dhe menaxhim
- b. Mobilizimi i burimeve
- c. Njohuri financiare dhe ekonomike

8. Sipas materialit të trajnimit, cili është qëllimi kryesor i taksimit për aktivitetet qeveritare të një vendi?

- a. Për të rritur kapitalin e investimeve private.
- b. Për të financuar shërbime publike si spitalet dhe shkollat.
- c. Të ofrojë subvencione ekskluzivisht për sipërmarrësit.
- d. Të thjeshtojë kërkesat burokratike për bizneset.

9. A mësohet kryesisht teknika Elevator Pitch në Marketingun Dixhital Bazë për të përmirësuar aftësitë e analizës së fluksit të parave?

Po / Jo

10. Kur trajnojnë sipërmarrëse të reja femra, punonjësit e të rinjve duhet të këshillojnë përgjithësisht ndarjen e llogarive të biznesit nga ato personale në mediat sociale për të menaxhuar rrezikun dixhital.

E vërtetë / E gabuar

PRAKTIK PJESA

MATERIALI TRAJNIMI PËR GRATË E REJA

HYRJE PJESA PRAKTIKE

Deklarata e Mirëseardhjes dhe Vizionit

“Udhëheqësit për të Ardhmen” është një iniciativë për ndërtimin e kapaciteteve e hartuar për të forcuar punësimin dhe potencialin sipërmarrës të grave të reja, veçanërisht atyre nga prejardhje të pafavorizuara në të gjithë Evropën dhe Ballkanin Perëndimor. Projekti pajis organizatat rinore dhe punonjësit e të rinjve me aftësitë, mjetet dhe metodologjitë e nevojshme për të mbështetur rrugët e grave drejt sipërmarrjes, punës së denjë dhe pjesëmarrjes aktive në shoqëri, duke nxitur ekosisteme lokale gjithëpërfshirëse dhe të përgjigjshme ndaj gjinisë.

Audienca e synuar

Ky kurs është hartuar për punonjës të të rinjve, punonjës socialë, edukatorë të OJQ-ve, mentorë dhe trajnerë që punojnë drejtpërdrejt me të rinjtë dhe dëshirojnë të forcojnë kapacitetin e tyre për të mbështetur gratë e reja të moshës 18-30 vjeç në sipërmarrje. Është veçanërisht i rëndësishëm për profesionistët e angazhuar me gra nga prejardhje të pafavorizuara, duke përfshirë ato që përballen me pengesa sociale, ekonomike ose gjeografike, në të gjithë Evropën dhe Ballkanin Perëndimor.

Qasje Pedagogjike

Kursi bazohet në të nxënit joformal, duke vendosur përvojën, kontekstin dhe nevojat e pjesëmarrësve në qendër të procesit të të nxënit. Dizajni i tij është fleksibël dhe i adaptueshëm, duke u lejuar punonjësve të të rinjve të përshtasin përmbajtjen dhe metodat sipas realiteteve të ndryshme lokale, grupeve të synuara dhe niveleve të përvojës së mëparshme. Të nxënit është i strukturuar rreth zbatimit praktik dhe jo mësimdhënies teorike, duke inkurajuar reflektimin, eksperimentimin dhe të nxënit përmes përvojës.

Një qasje e të nxënit të përzier mbështet kursin, duke kombinuar modulet online me aktivitete ballë për ballë ose të lehtësuara në nivel lokal. Ky format maksimizon aksesin dhe përfshirjen, duke mundësuar pjesëmarrjen nga profesionistët që punojnë në mjedise rurale, të largëta ose me burime të kufizuara, duke ruajtur njëkohësisht mundësitë për ndërveprim të drejtpërdrejtë, shkëmbim kolegësh dhe të nxënit kolektiv. Komponentët online ofrojnë akses të pavarur në materiale dhe mjete, ndërsa aktivitetet jashtë linje mbështesin diskutimin, mentorimin dhe përshtatjen kontekstuale.

Kursi është i organizuar në module të orientuara drejt veprimit që përkthejnë konceptet sipërmarrëse në praktika konkrete dhe të përdorshme. Metodat pjesëmarrëse si rrëfimi i historive, mësimi i bazuar në raste, puna në grup dhe diskutimet në tryezë të rrumbullakët përdoren gjatë gjithë kursit për të stimuluar angazhimin, mësimin nga bashkëmoshatarët dhe reflektimin kritik. Këto metoda mbështesin ndarjen e përvojave të jetuara, forcojnë besimin profesional dhe i pajisin pjesëmarrësit me qasje që mund t'i zbatojnë drejtpërdrejt kur mbështesin gratë e reja në rrugë sipërmarrëse.

Kornizat Themelore

Kursi është strukturuar rreth dy kornizave plotësuese evropiane të referencës: EntreComp dhe LifeComp, të cilat së bashku ofrojnë një bazë koherente për zhvillimin e kompetencave sipërmarrëse dhe transversale.

EntreComp – Korniza Evropiane e Kompetencave të Ndërmarrësisë e përcakton sipërmarrjen si një kompetencë kyçe gjatë gjithë jetës, e zbatueshme në kontekste personale, shoqërore dhe profesionale. Ajo strukturon të nxënit sipërmarrës rreth tre fushave të ndërlidhura: Idetë dhe Mundësitë, Burimet dhe Në Veprim, duke përfshirë kompetenca të tilla si identifikimi i mundësive, vlerësimi i ideve, mobilizimi i burimeve, planifikimi dhe përballimi i pasigurisë. Brenda kursit, EntreComp udhëzon zhvillimin e aftësive praktike sipërmarrëse, duke i aftësuar punonjësit e të rinjve të mbështesin gratë e reja në transformimin e ideve në iniciativa të qëndrueshme dhe shtigje të informuara karriere.

LifeComp – Korniza Evropiane për Kompetencën Personale, Sociale dhe të Mësimit për të Nxënë – plotëson këtë qasje duke u përqendruar në dimensionet personale dhe sociale thelbësore për sipërmarrjen e qëndrueshme. Ai trajton kompetenca të tilla si vetërregullimi, mirëqenia, empatia, komunikimi, të menduarit kritik dhe të mësuarit për të nxënë. Këto kompetenca janë veçanërisht të rëndësishme për trajtimin e barrierave psikologjike me të cilat përballen shpesh gratë e reja, duke përfshirë mungesën e vetëbesimit, frikën nga dështimi dhe vështirësitë në menaxhimin e stresit ose pasigurisë.

Dizajn i Përgjegjshëm ndaj Gjinisë

Materialet e trajnimit janë hartuar me një qasje të përgjegjshme ndaj gjinisë që njeh dhe adreson drejtpërdrejt barrierat strukturore, kulturore dhe sociale që ndikojnë në pjesëmarrjen e grave të reja në sipërmarrje, veçanërisht në Evropën Jugore dhe Ballkanin Perëndimor. Kursi merret në mënyrë të qartë me dinamikat dhe paragjykimet gjinore që formësojnë aksesin në burime, hapësirat e vendimmarrjes dhe mundësitë e tregut të

punës, duke përfshirë stereotipet e vazhdueshme, marrëdhëniet e pabarabarta të pushtetit dhe përfaqësimin e kufizuar të grave në role udhëheqëse dhe sipërmarrëse.

Vëmendje e veçantë i kushtohet presioneve shoqërore dhe familjare që ndikojnë në zgjedhjet e karrierës së grave, siç janë pritjet që lidhen me kujdesin, përgjegjësitë shtëpiake dhe preferenca për punësim "të sigurt" mbi rrezikun sipërmarrës. Materialet gjithashtu pranojnë sfidat e hyrjes dhe veprimit brenda sektorëve të dominuar nga meshkujt, ku gratë mund të përballen me skepticizëm, përjashtim nga rrjetet informale ose qasje të reduktuar në financa dhe mentorim. Strategjitë praktike janë të përfshira në të gjithë kursin për të ndihmuar punonjësit e të rinjve të mbështesin gratë e reja në lundrimin në këto kontekste me besim dhe veprim.

Një perspektivë ndërsektoriale mbështet hartimin e kursit, duke pranuar që pabarazitë gjinore ndërthuren me forma të tjera të disavantazhit. Materialet janë gjithëpërfshirëse për gratë nga prejardhje minoritare, gratë me aftësi të kufizuara dhe gratë LGBTI+, përvojat e përjashtimit të të cilave mund të përkeqësohen nga diskriminimi, padukshmëria ose qasja e kufizuar në mbështetje të përshtatur. Kjo qasje siguron që mbështetja për sipërmarrjen të jetë e ndjeshme ndaj realiteteve të ndryshme të jetuara dhe promovon rrugë gjithëpërfshirëse dhe të barabarta që e vlerësojnë ndryshimin si një burim force dhe jo si një pengesë.

Si të lundroni në kurs

Kursi mbahet në një platformë mësimore online që u lejon pjesëmarrësve të kenë akses në të gjitha modulet, burimet dhe aktivitetet në një mënyrë të qartë dhe të strukturuar. Përdoruesit mund të përparojnë nëpër module në mënyrë sekuenciale ose të zgjedhin tema specifike sipas nevojave të tyre profesionale. Çdo modul përfshin përmbajtje të shkruar, mjete praktike dhe aktivitete të udhëhequra që mund të përfundohen me ritmin e vetë pjesëmarrësit.

Elemente interaktive si detyra reflektimi, diskutime në grup dhe ushtrime praktike janë të integruara në të gjithë kursin dhe mund të kryhen individualisht ose të lehtësohen jashtë linje me kolegët. Ofrohen shabllone dhe burime të shkarkueshme për të mbështetur zbatimin e drejtpërdrejtë në praktikën profesionale.

Platforma ofron gjithashtu veçori mbështetëse, duke përfshirë shënime udhëzuese, lidhje me Qendrën e Burimeve dhe mundësi për shkëmbim dhe reagime nga kolegët. Kur është e nevojshme, kursi mund të ndiqet përmes një rruge modulare ose adaptive, me pista "bazike" dhe "të avancuara" që u mundësojnë pjesëmarrësve të angazhohen me

përmbajtje që përputhet me nivelin e tyre të përvojës. Ky dizajn fleksibël mbështet të nxënit e diferencuar, duke siguruar njëkohësisht akses të qëndrueshëm në konceptet dhe mjetet kryesore.

Moduli I. Kultivimi i një Mendësie dhe Vizioni Sipërmarrës

Përshkrim i shkurtër i modulit

Ky modul, "Kultivimi i një Mendësie dhe Vizioni Sipërmarrës", i fuqizon gratë e reja të zhvillojnë kompetencat personale thelbësore për sipërmarrjen. Ai integron mjete praktike për vendosjen e qëllimeve SMART, zhvillimin e vizionit, ndërtimin e qëndrueshmërisë dhe vetërregullimin emocional. Përmes të mësuarit me përvojë, rrëfimit të historive dhe ushtrimeve reflektuese, pjesëmarrëset mësojnë të artikulojnë aspiratat e tyre, të transformojnë idetë në plane të zbatueshme dhe të forcojnë besimin për të kapërcyer barrierat psikologjike siç janë dyshimi në vetvete dhe frika nga dështimi. Për punonjësit e të rinjve, këto tema janë jetësore për t'i udhëhequr në mënyrë efektive gratë e reja në formësimin e vizioneve të qarta, nxitjen e motivimit të brendshëm dhe kultivimin e vetëbesimit të nevojshëm për të ndjekur rrugë sipërmarrëse. Moduli trajton pyetje kyçe si:

1. Si mund t'i shndërrojnë gratë e reja aspiratat e tyre në qëllime të arritshme sipërmarrëse?
2. Cilat aftësi mendore dhe emocionale ndihmojnë në ruajtjen e motivimit përmes sfidave?
3. Si mund të kultivojnë punëtorët e të rinjve vetëbesimin dhe qëndrueshmërinë tek gratë aspirante sipërmarrëse?

Objektivat e të Mësuarit

Qëllimi kryesor i këtij moduli është përmirësimi i kompetencave të punonjësve të të rinjve në fuqizimin e grave të reja për të zhvilluar një mendësi dhe vizion sipërmarrës. Pas përfundimit të modulit, punonjësit e të rinjve do të jenë në gjendje të:

- Zbatoni mjete dhe metoda praktike - të tilla si vendosja e qëllimeve SMART dhe modelet e hartës personale të rrugës - për të ndihmuar gratë e reja të përkthejnë aspiratat në plane konkrete sipërmarrëse.
- Lehtësoni aktivitete të të nxënit reflektues dhe përjetues që forcojnë qëndrueshmërinë, optimizmin dhe vetëbesimin tek pjesëmarrësit.
- Mbështetni zhvillimin e aftësive të vetërregullimit emocional, duke i aftësuar gratë e reja të menaxhojnë në mënyrë efektive frikën, stresin dhe dyshimin në vetvete.
- Integroni strategjitë e rrëfimit të historive dhe mentorimit për të frymëzuar dhe mbështetur motivimin tek sipërmarrësit aspirantë.

Këto rezultate sigurojnë që punonjësit e të rinjve janë të pajisur për të kultivuar si mentalitetin ashtu edhe kompetencat praktike thelbësore për suksesin sipërmarrës të grave.

Kompetencat Kryesore

Lidhuni në mënyrë të qartë me kompetencat EntreComp dhe LifeComp (p.sh., EntreComp: 'Planifikimi dhe...') Ky modul ndërton një lidhje të fortë midis kornizave EntreComp dhe LifeComp, duke i pajisur punonjësit e të rinjve për të nxitur kompetencat sipërmarrëse dhe personale tek gratë e reja.

Kompetencat e EntreComp:

- Vizioni: Krijimi dhe komunikimi i një qëllimi të qartë sipërmarrës.
- Planifikimi dhe Menaxhimi: Vendosja e objektivave SMART dhe zbatimi i planeve të strukturuar të veprimit.
- Motivimi dhe Këmbëngulja: Ruajtja e vullnetit dhe përkushtimit pavarësisht sfidave.
- Vetëdija dhe Vetëefikasiteti: Njohja e suksesit dhe dështimeve për të ndërtuar rritje të vazhdueshme.
- Të mësuarit përmes përvojës: Reflektimi mbi sukseset dhe dështimet për të ndërtuar rritje të vazhdueshme.
- Përballimi i Pasigurisë, Dykuptimisë dhe Rrezikut: Zhvillimi i të menduarit adaptiv dhe guximit për të marrë rreziqe të llogaritura.

Kompetencat e LifeComp:

- Mirëqenia: Kultivimi i optimizmit, shpresës dhe qëndrueshmërisë për motivim të qëndrueshëm.
- Vetërregullimi: Menaxhimi i emocioneve, mendimeve dhe stresit për të qëndruar i përqendruar.
- Empatia dhe Komunikimi: Ndërtimi i marrëdhënieve mbështetëse me bashkëmoshatarët dhe mentorët.
- Fleksibiliteti: Përshtatja ndaj ndryshimit me një mendësi pozitive.

Hyrje dhe Frymëzim

Pse ky modul është i rëndësishëm për ju

Gratë e reja që aspirojnë të bëhen sipërmarrëse - mungesë vetëbesimi, frikë nga dështimi dhe pasiguri se si t'i shndërrojnë idetë në veprime. Shumë gra të reja kanë kreativitet dhe ambicie, por përballen me pengesa të brendshme, siç janë modelet e kufizuara, mospëlqimi ndaj rrezikut dhe dyshimi në vetvete. Ky modul ofron ndryshimin e mentalitetit të nevojshëm për të kapërcyer këto barriera. Duke integruar vendosjen e qëllimeve, zhvillimin e vizionit dhe qëndrueshmërinë emocionale, ai i ndihmon pjesëmarrëset të kalojnë nga hezitimi në fuqizim. Ai gjithashtu u mundëson punonjësve të rinjve të krijojnë hapësira të sigurta dhe mbështetëse ku gratë e reja mund të ndërtojnë vetëbesim, të zhvillojnë një mentalitet rritjeje dhe të mësojnë ta shohin dështimin si pjesë të progresit. Në fund të fundit, ky modul ushqen guximin dhe qartësinë e nevojshme për të transformuar potencialin personal në veprim të qëndrueshëm sipërmarrës.

Histori frymëzuese si model (Video/Profil)

Jasna Radenović është një sipërmarrëse nga Plava e Malit të Zi — themeluesja e një kompanie të vogël krijuese që prodhon lodra nga materiale natyrore dhe miqësore me mjedisin.

Udhëtimi i saj sipërmarrës dhe rëndësia për modul të tonë

- **Zbulimi i një nevoje dhe qëllimi ("Pse")** : Jasna e filloi projektin e saj sepse donte që lodrat për fëmijët e saj të ishin të bëra nga materiale të sigurta dhe natyrore — një nevojë që ajo zbuloi se nuk plotësohej në dyqanet malazeze. Ky reflektim u shndërrua në një vizion sipërmarrës të rrënjësor në kujdes, qëndrueshmëri dhe kreativitet.
- **E orientuar nga vizioni dhe vlerat** : Ideja e saj e biznesit përputhet me vlerat e sigurisë, mirëdashësisë mjedisore dhe përgjegjësisë sociale - duke treguar se si një vizion i qartë (siç mësohet në modul) mund të udhëheqë qëllimin e biznesit.
- **Ndërmarrja e veprimeve: nga ideja në biznes** : Pa pasur domosdoshmërisht një sfond formal biznesi kur filloi, Jasna e shndërroi idenë e saj në një produkt të prekshëm. Kjo pasqyron theksin e modulit tonë në **përcaktimin e qëllimeve, ndarjen e aspiratave në hapa konkretë dhe planifikimin e veprimeve** .
- **Rezistencë dhe këmbëngulje** : Lançimi i një biznesi lodrash të specializuar dhe miqësor ndaj mjedisit në Mal të Zi ka të ngjarë të ketë sjellë sfida - kërkesë e kufizuar në treg, furnizim me materiale, kufizime në prodhim. Megjithatë, duke iu përkushtuar vlerave dhe vizionit të saj, ajo këmbënguli. Kjo pasqyron fokusin e modulit në **qëndrueshmëri, vetëbesim dhe përballimin e pasigurisë/rrezikut** .

- **Mentaliteti sipërmarrës dhe vetëbesimi** : Duke besuar në vlerën e idesë së saj dhe duke vepruar sipas saj, Jasna demonstroi vetëefikasitet dhe motivim të brendshëm — kompetenca thelbësore të theksuara në modulën në kuadër të kornizave tona EntreComp dhe LifeComp.

Rruga e Jasnës tregon se sipërmarrja nuk kërkon një investim të madh apo arsim të avancuar biznesi — shpesh fillon duke **dëgjuar vlerat dhe nevojat tuaja përreth jush, pastaj duke vendosur të veproni** . Për gratë e reja në Mal të Zi dhe më gjerë, shembulli i saj tregon se:

- Një shqetësim personal (lodra cilësore për fëmijët e saj) ose pasion mund të shndërrohet në biznes.
- Vlera si qëndrueshmëria, kujdesi dhe kreativiteti mund të shndërrohen në një sipërmarrje të vërtetë dhe kuptimplote.
- Me vizion, këmbëngulje dhe besim në vetvete, edhe fillimet e vogla mund të çojnë në sipërmarrje konkrete sipërmarrëse.

Historia e saj feston se si një ide e thjeshtë e lindur nga kujdesi, e përafuar me vlerat personale dhe e zbatuar me përkushtim, mund të kapërcejë barrierat - duke përfshirë boshllëqet e tregut, pritjet sociale dhe pasigurinë.

Përmbajtja kryesore: Udhëzime praktike hap pas hapi

Koncept i Thjeshtuar

Sipërmarrja shpesh mund të tingëllojë e ndërlikuar, e mbushur me terma biznesi, gjuhë financiare dhe strategji komplekse. Ky modul i ndan këto ide në koncepte të thjeshta dhe të kuptueshme që çdo grua e re mund t'i kuptojë dhe t'i zbatojë, pavarësisht nga prejardhja ose përvoja e saj.

Në thelb, **sipërmarrja** do të thotë **ta shndërrosh një ide në diçka reale që krijon vlerë** — për veten tënde, komunitetin tënd ose tregun. Bëhet fjalë për identifikimin e mundësive, besimin në aftësinë tënde për t'i zbatuar ato dhe ndërmarrjen e hapave të vegjël e të planifikuar drejt një qëllimi. Nuk ke nevojë të kesh një diplomë në biznes apo një plan të përsosur për të filluar; ajo që ka më shumë rëndësi është të kesh **mendësinë e duhur** — një kombinim kurioziteti, guximi dhe këmbënguljeje.

Moduli prezanton **vendosjen e objektivave** përmes **kornizës SMART** — që thjesht do të thotë vendosja e objektivave që janë:

- **Specifik:** I qartë dhe i fokusuar, jo i paqartë (p.sh., "Shit 50 produkte të punuara me dorë" në vend të "Fillo një biznes").
- **I matshëm:** Mund të gjurmoni progresin dhe të dini kur keni pasur sukses.
- **I arritshëm:** Realist duke pasur parasysh kohën dhe burimet tuaja.
- **Relevante:** E lidhur me qëllimin ose vizionin tuaj më të madh.
- **I kufizuar në kohë:** Me një afat të qartë për të qëndruar i motivuar.

Zhvillimi i vizionit është një tjetër ide kyçe. Një vizion është "pamja juaj e përgjithshme" - si dëshironi të duket jeta dhe biznesi juaj në të ardhmen. Nuk ka të bëjë me të paturit e të gjitha përgjigjeve, por me të diturit se çfarë ju motivon dhe çfarë lloj ndikimi dëshironi të keni. Ky modul i ndihmon pjesëmarrësit ta imagjinojnë atë të ardhme dhe ta shprehin atë me terma të thjeshtë, si një "deklaratë e shkurtër vizioni" që vepron si një busull për vendimet e tyre.

Një koncept tjetër i rëndësishëm është **qëndrueshmëria** - aftësia për t'u rikuperuar nga sfidat dhe për të vazhduar përpara edhe kur gjërat nuk shkojnë sipas planit. Sipërmarrja përfshin pasiguri dhe pengesat janë normale. Përmes historive, reflektimit dhe ushtrimeve praktike, pjesëmarrësit mësojnë se çdo dështim është një mësim dhe se këmbëngulja shpesh ka më shumë rëndësi sesa përsosmëria.

Moduli gjithashtu thjeshton **vetërregullimin**, që do të thotë të kuptosh dhe menaxhosh emocionet, mendimet dhe reagimet e tua nën stres. Për shembull, kur përballësh me refuzim ose frikë, mund të përdorësh teknikat e vetëdijes ose të frymëmarrjes së thellë për të qëndruar i qetë dhe për të bërë zgjedhje më të mira. Kjo ndihmon në ruajtjen e fokusit dhe ekuilibrit emocional - aftësi që janë po aq të rëndësishme sa njohuritë financiare ose teknike.

Së fundmi, moduli i prezanton punëtorët e të rinjve me mënyra të arritshme për të mësuar këto ide - përmes rrëfimit të historive, diskutimeve nga bashkëmoshatarët dhe mjeteve krijuese si tabelat e vizionit dhe hartat personale. Këto metoda i bëjnë konceptet abstrakte sipërmarrëse të prekshme dhe personale.

Thënë thjesht, ky modul mëson se sipërmarrja nuk ka të bëjë vetëm me drejtimin e një biznesi - ka të bëjë me **besimin në vetvete, vendosjen e qëllimeve kuptimplote, qëndrimin e qëndrueshëm dhe ndërmarrjen e hapave të vazhdueshëm drejt vizionit tuaj**. Duke mësuar dhe duke u mësuar këto aftësi në një mënyrë të qartë dhe praktike, punonjësit e të rinjve mund t'i fuqizojnë gratë e reja që ta shohin sipërmarrjen si një rrugë të arritshme dhe shpërblyese për ndryshime personale dhe shoqërore.

" Si të bëni"

Si të vendosni objektiva SMART për udhëtimin tuaj sipërmarrës

Qëllimi: Ndani aspiratat në hapa të zbatueshëm që janë realistë, të matshëm dhe të kufizuar në kohë.

Koha e Nevojshme: 45-60 minuta

Udhëzime hap pas hapi

1. Identifikoni Qëllimin Tuaj të Madh (5 minuta)

- Shkruani një aspiratë afatgjatë për udhëtimin tuaj sipërmarrës.
- Shembull: "Lansoni një markë mode të qëndrueshme brenda 2 viteve."

2. Zbërtheje (10 min)

- Ndani qëllimin e madh në hapa më të vegjël dhe të menaxhueshëm.
- Shembull: Kërkim i furnizuesve → Dizajnim i koleksionit → Krijoni prototip → Lansimi i planit të marketingut.

3. Zbatoni Kriteret SMART (15 min)

- **S (Specifik):** Përcaktoni qartë se çfarë doni të arrini.
- **M (I matshëm):** Vendosni se si do ta ndiqni progresin.
- **A (I arritshëm):** Sigurohuni që qëllimi të jetë realist me burimet tuaja.
- **R (Relevante):** Sigurohuni që të përputhet me vizionin tuaj personal.
- **T (I kufizuar në kohë):** Vendosni një afat të qartë për përfundimin.

4. Krijoni një Afat Kohor Veprimesh (10 minuta)

- Caktoni çdo hap në një datë ose muaj specifik.
- Përfshini momente kyçe për të festuar progresin.

5. Rishikimi dhe Rregullimi (5 min)

- Reflektoni mbi sfidat e mundshme dhe planifikoni strategji për t'i kapërcyer ato.
- Përditësoni qëllimet sipas nevojës për të qëndruar realistë dhe motivues.

Lista e kontrollit: Gati për qëllimin SMART

- Qëllimi është Specifik
- Qëllimi është i Matshëm
- Qëllimi është i Arritshëm
- Qëllimi është Relevant
- Qëllimi ka një afat kohor
- Hapat e ndarë me afate kohore
- Pengesa të mundshme të identifikuar dhe zgjidhje të planifikuara

Si ta zhvilloni vizionin tuaj sipërmarrës dhe të ndërtoni qëndrueshmëri

Qëllimi: Artikuloni qëllimin tuaj dhe forconi besimin për ta ndjekur atë pavarësisht sfidave.

Koha e Nevojshme: 45–60 minuta

Udhëzime hap pas hapi

1. Zbulo "Psenë" tënde (5 minuta)

- Reflektoni: Pse doni të filloni këtë udhëtim sipërmarrës?
- Shkruani një fjali që përshkruan motivimin tuaj.

2. Vizualizoni të ardhmen tuaj (10 minuta)

- Mbylli sytë dhe imagjino jetën tënde pas 5 vitesh si një sipërmarrës i suksesshëm.
- Pyet: Çfarë po bën? Kë po ndihmon? Si ndihesh?

3. Përcaktoni Vlerat tuaja Thelbësore (5 min)

- Renditni 3–5 vlera që ju udhëheqin në vendimet tuaja (p.sh., kreativiteti, drejtësia, qëndrueshmëria).

4. Shkruani një Deklaratë Vizioni (10 minuta)

- Kombinoni arsyen, vizualizimin dhe vlerat tuaja në një pohim me 2-3 fjali.
- Shabllon: "Do të krijoj [produkt/shërbim] që [ndikon] me anë të [metodës], në mënyrë që [kush përfiton] të mund të [rezultojë]."

5. Ndërtimi i Strategjive të Rezistencës (10 min)

- Renditni pikat e forta personale që ju ndihmojnë të kapërceni sfidat.
- Identifikoni pengesat e mundshme dhe si do të reagoni pozitivisht.
- Shembull: Frika nga dështimi. →Riformulojeni si mundësi të mësuari.

6. Mbajeni shikimin tuaj të dukshëm (5 minuta)

- Postoni deklaratën tuaj të vizionit ose krijoni një tabelë vizioni për motivim të përditshëm.

Lista e Kontrollit: Gati për Vizion dhe Rezistencë

- Deklarata e vizionit e shkruar dhe e qartë
- Vlerat personale të identifikuara
- Skenari i ardhshëm i vizualizuar
- Pikat e forta të njohura
- Strategjitë për pengesat e planifikuara
- Vizioni i shfaqur në një vend të dukshëm

Mjete dhe Shabllone Praktike:

1. Shablloni i Objektivit SMART

Qëllimi: Të ndihmojë pjesëmarrësit të vendosin qëllime të qarta, të zbatueshme dhe të matshme sipërmarrëse.

Përshkrimi i qëllimit	Specifik	I matshëm	I arritshëm	Relevante	I kufizuar në kohë	Hapat e Veprimit	Pengesa dhe Zgjidhje të Mundshme
Shembull: Lançimi i një marke mode miqësore me mjedisin	✓	✓	✓	✓	✓	Kërko furnizuesit →Krijo prototip →Lançimi i marketingut	Vonesa në furnizues. →Ka një listë rezervë furnizuesi sh.

Udhëzime:

1. Shkruani qëllimin tuaj kryesor në kolonën "Përshkrimi i qëllimit".
2. Shënoni ose shpjegoni se si qëllimi përmbush secilin kriter SMART.
3. Ndani atë në hapa të zbatueshëm me afate kohore.
4. Identifikoni sfidat e mundshme dhe si do t'i adresoni ato.

2. Model i Deklaratës së Vizionit Personal

Qëllimi: Të ndihmojë pjesëmarrësit në artikullimin e vizionit të tyre sipërmarrës.

Seksioni	Nxitje	Shënimet tuaja
Qëllimi / "Pse"	Pse dua të ndjek këtë rrugë sipërmarrëse?	
Skenari i së ardhmes	Imagjino jetën tënde pas 5 vitesh: Çfarë po bën? Kë po ndihmon?	

Seksioni	Nxitje	Shëni met tuaja
Vlerat Thelbësore	Renditni 3–5 vlera personale që ju udhëheqin në vendimet tuaja	
Deklarata e Vizionit	Kombinoni sa më sipër në 2-3 fjali: “Unë do të krijoj [produkt/shërbim] që [ndikon] me anë të [metodës], në mënyrë që [kush përfiton] të mund të [rezultojë].”	

Udhëzime:

- Plotësoni çdo seksion në mënyrë sequenciale.
- Ndani dhe përsosni vizionin tuaj me kolegë ose mentorë.
- Mbajeni deklaratën përfundimtare të dukshme për frymëzim të përditshëm.

3. Modeli i Udhërrëfyesit Personal Sipërmarrës

Qëllimi: Integron qëllimet, vizionin dhe strategjitë e qëndrueshmërisë në një plan të vetëm të zbatueshëm.

Afati kohor	Objekti vi SMART	Hapat e Veprimi t	Burimet e Nevojshme	Strategjitë e Rezistencës	Gjërat Kryesore / Treguesit e Suksesit
Muaji 1-3					
Muaji 4-6					
Muaji 7-12					

Udhëzime:

1. Plotësoni objektivat për secilën periudhë kohore.
2. Listoni veprimet dhe burimet konkrete të nevojshme.
3. Identifikoni strategji të rezistencës personale për të përballuar pengesat.
4. Vendosni objektiva të matshëm për të ndjekur progresin.

4. Model Reflektimi për Rezistencën dhe Vetëbesimin

Qëllimi: Ndërtimi i rregullimit emocional, optimizmit dhe vetëefikasitetit.

Sfidë / Frikë	Si ndihem	Çfarë mësova	Riformulim / Veprim Pozitiv	Pikat e forta që mund të aplikoj
Shembull: Frika nga dështimi i ofertës së parë të shitjes	Nervoz, i shqetësuar	Aftësitë e mësuara të prezantimit kanë nevojë për praktikë	Praktikoni me miqtë; kërkoni reagime	Komunikimi, kreativiteti

Udhëzime:

- Reflektoni mbi sfidat ose frikërat e fundit.
- Riformulojini pengesat si mundësi për të mësuar.
- Vini re pikat e forta personale që mund të ndihmojnë në kapërcimin e pengesave.
- Rishikoni çdo javë për të ndjekur rritjen.

Studime Rastesh dhe Shembuj Vendorë

Studimi i Rastit 1 - Jasna Radenović (Plav): Nga një Nevojë në Shtëpi në një Biznes Lodrash Eko

Konteksti dhe sfida

Jasna, një nënë në Plavë, donte lodra natyrale të sigurta për fëmijët e saj, por gjeti furnizim të kufizuar vendas. Duke jetuar në veri të Malit të Zi, ajo u përball me tregje të kufizuara lokale, kërkesë sezonale dhe inercinë e jetës në qytete të vogla. Gratë në veri të Malit të Zi përballen gjithashtu me kufizime burimesh dhe stereotipe që mund të kufizojnë sipërmarrjen.

Si i zbatoi ajo aftësitë e modulit

- **Vizioni dhe "Pse"-ja:** Jasna sqaroi një vizion të orientuar drejt një qëllimi të caktuar — lodra të sigurta dhe miqësore me mjedisin që ruajnë zanatet lokale dhe mbështesin familjet. Kjo i dha asaj motivim të brendshëm për të vazhduar edhe gjatë shitjeve të ngadalta në fillim.
- **Objektivat dhe plani i veprimit SMART:** Ajo vendosi një plan veprimi 12-mujor me objektiva SMART (prototip, tezgë në tregun lokal, 3 llogari me shumicë). Ndarja e objektivave të mëdhenj në hapa mujorë e ndihmoi të monitoronte progresin dhe të qëndronte e motivuar.
- **Rezistenca dhe riformulimi:** Refuzimet e hershme dhe vonesat në furnizim u riformuluan si të nxënit (përmirësimi i dizajnit, diversifikimi i furnizuesve). Ajo përdori

shënimet në ditar dhe reagimet nga kolegët për të ruajtur optimizmin - mirëqenia dhe vetërregullimi klasik i LifeComp në veprim.

- **Tregimi i historive dhe rrjetet e komunikimit:** Ndarja e historisë së saj në nivel lokal tërhoqi ndihmë vullnetare dhe mikro-porosi; ajo përdori histori modelesh dhe mentorim lokal për të rritur vetëbesimin.

Mbështetja dhe konteksti rregullator i përdorur

- Jasna përdori burime online udhëzimi dhe trajnimi për gratë në biznes, të zhvilluara me UNDP-në në Mal të Zi, për të formalizuar praktikat e biznesit dhe për të gjetur trajnime.
- Ndërsa u rrit, ajo u angazhua me kanalet lokale të mbështetjes së NVM-ve dhe thirrjet për grante (programe kombëtare të financimit dhe konkurrueshmërisë së NVM-ve) për të financuar pajisje dhe për t'u zgjeruar.

Rezultatet dhe pikat e të nxënit

- Jasna transformoi një nevojë personale në një mikro-ndërmarrje të qëndrueshme, duke përdorur vizion, hapa SMART graduale dhe strategji qëndrueshmërie. Rasti i saj tregon vlerën e kombinimit të motivimit personal me planifikimin praktik të veprimit dhe mbështetjen lokale.
- prodhim.

Këshilla praktike për punëtorët e të rinjve

Përdorni historinë e Jasnës si model: ndihmojini pjesëmarrësit të shkruajnë një deklaratë të shkurtër vizioni, të caktojnë 3 objektiva SMART për 3/6/12 muaj dhe të listojnë dy strategji qëndrueshmërie për t'u përdorur kur progresi ngec.

Studimi i Rastit 2 — Kooperativa e Grave e mbështetur nga EmpowHER (Mali i Zi Verior) — Veprim Kolektiv dhe Ndërtim Kapacitetesh

Konteksti dhe sfida

Komunat rurale në veri të Malit të Zi (p.sh., Beranë, Bijelo Polje, Plav) tregojnë potencial sipërmarrës të pashfrytëzuar të udhëhequr nga gratë, por vuajnë nga aksesit i kufizuar në tregje, financim dhe aftësi. Iniciativa EmpowHER dhe programet përkatëse synojnë këto boshllëqe.

Si i zbatoi bashkëpunuesi aftësitë e modulit

- **Vizioni Kolektiv dhe vlerat e përbashkëta:** Grupi bashkëkrijoi një deklaratë të shkurtër vizioni — "zanate rurale të qëndrueshme që ruajnë traditën dhe krijojnë të ardhura lokale". Një **objektiv SMART dhe ndarje rolesh:** Ata vendosën objektiva SMART për një projekt pilot 6-mujor: të prodhojnë 200 njësi, të sigurojnë një shitës me pakicë lokal, të drejtojnë dy tregje të vogla. Çdo anëtar mori detyra specifike (prodhim, cilësi, shitje, kontabilitet). Kjo sqaroi llogaridhënien dhe uli mbingarkesën.
- **Praktikat e rezistencës dhe vetërregullimit:** The cooperative adopted weekly reflection meetings to reframe setbacks (bad market turnout → lesson for product placement). Mindful breathing and peer encouragement reduced stress during busy seasons.
- **Mësimi nëpërmjet përvojës:** Pas një tregu fillestar të dështuar, ata rregulluan çmimet dhe paketimin bazuar në reagimet e klientëve - duke demonstruar "të mësuarit nëpërmjet përvojës" të EntreComp.

Mbështetja, rregulloret dhe financimi i përdorur

- Kooperativa përfitoi mbështetje për ndërtimin e kapaciteteve dhe lidhjen e tregut përmes EmpowHER dhe partnerëve të OKB-së, të përqendruar në fuqizimin e grave në zonat rurale.
- Për formalizimin dhe financimin, ata konsultuan informacionin kombëtar për mbështetjen e NVM-ve dhe aplikuan në raundet rajonale të financimit të NVM-ve/artizanatit të promovuara nga Ministria e Zhvillimit Ekonomik. Programet e fundit kombëtare i japin përparësi përfshirjes dhe ofrojnë norma më të larta bashkëfinancimi për gratë dhe sipërmarrësit ruralë.

Rezultatet dhe pikat e të nxënit

- Brenda një viti, kooperativa arriti pikat e saj kryesore të projektit pilot, përmirësoi përshtatjen e produktit me tregun dhe formalizoi kontabilitetin - rezultate që mund të gjurmohen nga vizioni i qartë, planifikimi SMART dhe ndërtimi i qëndrueshmërisë rutinore. Suksesi i tyre nënvizon se si llogaridhënia në grup dhe mbështetja e synuar përshejtojnë sipërmarrjet në fazat e hershme.

Këshilla praktike për punëtorët e të rinjve

Promovoni modele bashkëpunuese ose të grupeve të kolegëve ku anëtarët hartojnë një vizion të vetëm të përbashkët, ndajnë momentet kryesore SMART dhe caktojnë reflektime javore — kjo shumëfishon motivimin dhe shpërndan rrezikun.

"Në qendër të vëmendjes barrierat gjinore"

Gratë e reja sipërmarrëse shpesh përballen me paragjykime, pritje për kujdes dhe norma të dominuara nga meshkujt në industri. Ndërtoni ndërgjegjësimin duke identifikuar këto sfida, duke kërkuar rrjete mbështetëse dhe duke shfrytëzuar mentorimin. Strategjitë përfshijnë avokimin e ideve tuaja me besim, balancimin e përgjegjësive me vendosjen e qëllimeve realiste dhe nxjerrjen në pah të perspektivave unike si pika të forta në inovacion dhe zgjidhjen e problemeve.

Zbatimi dhe Praktika e Aftësive ("Radha Juaj")

Ushtrime të Udhëzuara

Ushtrimi 1: Punëtorja e Objektivave SMART

Objektivi: Transformoni idenë tuaj sipërmarrëse në qëllime të qarta dhe të zbatueshme.

Udhëzime:

1. Shkruani idenë ose aspiratën tuaj kryesore të biznesit.
2. Ndani atë në **një qëllim afatshkurtër** (3 muaj) dhe **një qëllim afatgjatë** (12 muaj).
3. Zbatoni **kriteret SMART** : Specifik, i Matshëm, i Arritshëm, Relevant, i Kufizuar në Kohë.
4. Identifikoni **hapat e veprimit** për secilin qëllim dhe sfidat e mundshme me zgjidhje.
5. Ndani qëllimet tuaja me një partner për reagime dhe përmirësime.

Materialet: Fletë pune për qëllimin SMART, stilolapsa, tabelë tabelash (opsionale)

Ushtrimi 2: Hartoni Deklaratën Tuaj të Vizionit

Objektivi: Artikulimi i një vizioni sipërmarrës të qartë dhe motivues.

Udhëzime:

1. Reflektoni mbi "pse"-në tuaj: Pse kjo ide ka rëndësi për ju?
2. Vizualizoni jetën dhe biznesin tuaj pas 5 vitesh: Kujt po i ndihmoni? Çfarë ndikimi po krijoni?
3. Renditni **vlerat tuaja kryesore** që udhëheqin vendimet tuaja të biznesit.
4. Hartoni një **deklaratë vizioni me 2-3 fjali** që kombinon qëllimin, ndikimin dhe vlerat tuaja.
5. Shfaq deklaratën tënde ose krijo një **tabelë minivizimi** për ta mbajtur të dukshme.

Materialet: Shabllon i Deklaratës së Vizionit, letër, shënjes, revista (opsionale)

Ushtrimi 3: Hartimi i Rezistencës

Objektivi: Identifikoni pengesat e mundshme dhe ndërtoni strategji për të ruajtur vetëbesimin dhe motivimin.

Udhëzime:

1. Renditni tre **sfida të mundshme me të** cilat mund të përballeni gjatë ndjekjes së idesë suaj sipërmarrëse.
2. Për secilën, shkruani si ju bën të ndiheni dhe pse mund të jetë një pengesë.
3. Reformulojeni çdo sfidë si një **mundësi mësimi** ose hap veprimi.
4. Identifikoni **pikat e forta personale** ose burimet për të kapërcyer çdo sfidë.
5. Ndani reflektimet në grupe të vogla dhe diskutoni strategjitë për ruajtjen e qëndrueshmërisë.

Materialet: Fletë pune për reflektim mbi qëndrueshmërinë, stilolapsa

Ushtrimi 4: Udhërrëfyes për Ndërmarrësi Personale

Objektivi: Integrimi i qëllimeve, vizionit dhe qëndrueshmërisë në një plan të vetëm të zbatueshëm.

Udhëzime:

1. Përdorni **deklaratën tuaj të vizionit** si themel.
2. **qëllimet SMART** afatshkurtra dhe afatgjata të përputhura me vizionin tuaj.
3. Hartoni **hapat e veprimit, afatet kohore dhe burimet e nevojshme** për secilin qëllim.
4. Përfshi **strategji të qëndrueshmërisë** për të kapërcyer pengesat.
5. Vendosni **momente kyçe dhe tregues të suksesit** për ndjekjen e progresit.

Materialet: Modeli i Udhërrëfyesit Personal për Ndërmarrësi

Nxitje për Reflektim në Ditar

1. Eksplorimi i Motivimit

- Pse dua ta ndjek këtë ide sipërmarrëse?
- Si përputhet ky qëllim me vlerat dhe vizionin tim personal?

2. Përballja me sfidat

- Çfarë frike ose dyshimesh në vetvete më lindën gjatë përcaktimit të qëllimeve ose vizionit tim?
- Si iu përgjigja këtyre emocioneve dhe cilat strategji më ndihmuan të ecja përpara?

3. Mësimi nga Përvoja

- Çfarë fitoresh të vogla arrita këtë javë drejt qëllimeve të mia sipërmarrëse?
- Çfarë pengesash ose pengesash hasa dhe çfarë mësimesh nxora prej tyre?

4. Ndërtimi i Rezistencës

- Cilat pika të forta personale i përdora për të qëndruar i motivuar ose për të kapërcyer sfidat?
 - Si mund ta riformuloj dështimin ose pasigurinë si një mundësi për rritje?
- 5. Ndryshimet e mentalitetit**
- Si ka ndryshuar besimi im në ndjekjen e idesë sime sipërmarrëse gjatë javës ose muajit të kaluar?
 - Çfarë perspektivash ose qasjesh të reja jam i gatshëm të provoj për të arritur vizionin tim?
- 6. Planifikimi i së Ardhmes**
- Cili është hapi tjetër i zbatueshëm që do të ndërmarr për t'iu afruar vizionit tim?
 - Si mund ta ruaj optimizmin dhe besimin në vetvete kur përballem me sfidat e ardhshme?

Përmbledhje e Modulit dhe Mbështetje e Përmirësuar

Përmbledhjet kryesore

- Aftësia për të **vendosur qëllime SMART të qarta dhe të zbatueshme** dhe për të ndarë aspiratat afatgjata në hapa të arritshëm.
- Aftësi për të **artikulluar një vizion personal sipërmarrës** që përputhet me vlerat dhe frymëzon motivimin.
- Teknika për të **ndërtuar qëndrueshmëri dhe vetëbesim**, duke ripërcaktuar dështimin dhe duke kapërcyer frikën nga rreziku.
- Kuptimi i **vetërregullimit emocional** për të menaxhuar stresin, pasigurinë dhe barrierat psikologjike.
- Kompetencë në **krijimin e një plani personal sipërmarrës**, duke integruar qëllimet, vizionin dhe strategjitë e përballimit.
- Ndërgjegjësimi për **barrierat specifike gjinore** në sipërmarrje dhe strategjitë për të kapërcyer paragjykimet dhe sektorët e dominuar nga meshkujt.
- Përvojë me **praktikat reflektuese**, mbajtjen e ditarit dhe vizualizimin për të ndjekur rritjen dhe ndryshimet e mentalitetit.
- Ekspozimi ndaj **modeleve frymëzuese** dhe rrëfimit të historive për motivim dhe perspektivë.

Plani Juaj i Personalizuar i Veprimit

Përdoreni këtë pjesë për ta kthyer të nxënit tuaj në **veprime konkrete, të botës reale**. Reflektoni mbi qëllimet, vizionin dhe strategjitë tuaja të qëndrueshmërisë dhe përshkruani hapat që do të ndërmerrni menjëherë pas përfundimit të këtij moduli.

Hapi 1: Identifikoni Prioritetet e Menjëhershme

- Në cilat qëllime ose ide nga moduli doni të përqendrohni së pari?
- Shembull: Përfundoni qëllimet e mia SMART, hartoni një draft të deklaratës sime të vizionit ose identifikoni momentin tim të parë të rëndësishëm.

Prioritetet e mia të menjëhershme:

1. _____

2. _____

3. _____

Hapi 2: Përcaktoni Veprime Konkrete

- Ndani çdo përparësi në **veprime specifike** që mund të ndërmerri javën ose muajin tjetër.
- Caktoni afate ose afate kohore për të qëndruar përgjegjës.

Prioritet	Hapat e Veprimit	Afati i fundit/Orari	Burimet e Nevojshme

Hapi 3: Planifikoni për Sfidat

- Çfarë pengesash mund të lindin?
- Si do t'i përgjigjeni ose do t'i riformuloni pengesat pozitivisht?

Sfidë e mundshme	Strategji/Zgjidhje

Hapi 4: Mbështetje dhe Llogaridhënie

- Kush mund t'ju mbështesë ose t'ju udhëzojë ndërsa zbatoni këto veprime?
- Si do ta ndiqni progresin dhe do të festoni arritjet e rëndësishme?

Rrjeti im i Mbështetjes: _____

Ndjekja e Progresit dhe Pikat Kryesore: _____

Hapi 5: Reflektim dhe Angazhim

- Shkruani një deklaratë të shkurtër ku zotoheni për hapat tuaj të ardhshëm:

"Unë zotohem të ndërmarr veprimet e mëposhtme në [javën/muajin] e ardhshëm për të çuar përpara vizionin tim sipërmarrës: ..."

Ndjekja e Progresit të Vetëvlerësimit

Lista e Kontrollit të Aftësive Praktike

Përdorni këtë listë kontrolli për të verifikuar aftësitë praktike që keni zhvilluar përmes modulit **Kultivimi i një Mendësie dhe Vizioni Sipërmarrës**. Shënoni secilën aftësi ndërsa fitoni vetëbesim në zbatimin e saj.

Vendosja e Objektivave dhe Planifikimi i Veprimeve

- Mund të vendos **qëllime SMART të qarta dhe të zbatueshme**.
- Mund t'i ndaj qëllimet afatgjata në **hapa veprimi më të vegjël dhe të menaxhueshëm**.
- Mund të krijoj një **afat kohor** për arritjen e qëllimeve.
- Mund të parashikoj pengesat e mundshme dhe të planifikoj **zgjdhje**.

Zhvillimi i Vizionit

- Mund të artikuloj një **vizion të qartë personal sipërmarrës**.
- Mund ta lidh vizionin tim me **vlerat dhe motivimet e mia**.
- Mund të vizualizoj skenarë të ardhshëm për të udhëhequr vendimmarrjen.
- Mund të krijoj një **tabelë vizioni** ose mjete të tjera për të ruajtur fokusin.

Rezistencë dhe Vetëbesim

- Mund të identifikoj **pikat e forta personale** dhe t'i shfrytëzoj ato në sfida.
- Mund ta riformuloj **dështimin ose pengesat** si mundësi për të mësuar.
- Mund ta menaxhoj **stresin dhe emocionet** në mënyrë efektive (vetërregullim).
- Mund të ruaj optimizmin dhe këmbënguljen kur përballem me pasiguri.

Integrim dhe Planifikim

- Mund të kombinoj qëllimet, vizionin dhe strategjitë e qëndrueshmërisë në një **plan personal sipërmarrës**.
- Mund të ndjek progresin drejt qëllimeve të mia duke përdorur **momente kyçe**.
- Mund të reflektoj mbi të nxëniet dhe të përshtat planet bazuar në reagime dhe përvojë.

Ndërgjegjësimi për Gjininë dhe Kontekstin

- Mund të dalloj **barrierat dhe paragjykimet specifike gjinore** në sipërmarrje.
- Mund të identifikoj strategji për të lundruar në sektorët dhe pritjet e kujdesit të dominuara nga meshkujt.
- Mund të kërkoj dhe të shfrytëzoj në mënyrë efektive **mentorimin ose rrjetet mbështetëse**.

Termometër/Peshore Besimi

Përdoreni këtë shkallë për të vlerësuar vetëbesimin tuaj në zbatimin e aftësive të mësuara në modulin Kultivimi i një Mendësie dhe Vizioni Sipërmarrës. Rrethoni ose shënoni numrin që pasqyron më së miri sa të sigurt ndiheni.

Shkalla:

1 – Aspak i sigurt 2 – Pak i sigurt 3 – Mesatarisht i sigurt 4 – Shumë i sigurt 5 – Jashtëzakonisht i sigurt

1. Vendosja e Objektivave dhe Planifikimi i Veprimeve

- Vendosja e objektivave të qarta SMART: 1 2 3 4 5
- Ndarja e qëllimeve në hapa të zbatueshëm: 1 2 3 4 5
- Krijimi i afateve kohore dhe i momenteve kryesore: 1 2 3 4 5
- Parashikimi i pengesave dhe planifikimi i zgjidhjeve: 1 2 3 4 5

2. Zhvillimi i Vizionit

- Artikulimi i një vizioni personal sipërmarrës: 1 2 3 4 5

- Përputhja e vizionit me vlerat dhe motivimin: 1 2 3 4 5
- Vizualizimi i skenarëve të ardhshëm për udhëzim: 1 2 3 4 5

3. Rezistenca dhe Vetëbesimi

- Shfrytëzimi i pikave të forta personale për të kapërcyer sfidat: 1 2 3 4 5
- Ripërcaktimi i dështimit si një mundësi mësimi: 1 2 3 4 5
- Menaxhimi efektiv i stresit dhe emocioneve: 1 2 3 4 5
- Ruajtja e optimizmit dhe këmbënguljes: 1 2 3 4 5

4. Integrimi dhe Planifikimi

- Kombinimi i qëllimeve, vizionit dhe qëndrueshmërisë në një plan veprimi: 1 2 3 4 5
- Ndjekja e progresit dhe përshtatja e planeve: 1 2 3 4 5
- Kërkimi i reagimeve dhe reflektimi mbi të nxënit: 1 2 3 4 5

5. Ndërgjegjësimi për Gjininë dhe Kontekstin

- Njohja e barrierave dhe paragjyqimeve specifike gjinore: 1 2 3 4 5
- Zbatimi i strategjive për të lundruar në sektorët e dominuar nga meshkujt: 1 2 3 4 5
- Shfrytëzimi i rrjeteve të mentorimit dhe mbështetjes: 1 2 3 4 5

Moduli 2. Njohuri të Tregut dhe Propozim Vlere

Përshkrim i shkurtër i modulit

Ky modul i pajis punonjësit e të rinjve me njohuri dhe mjete praktike për të mbështetur gratë e reja në transformimin e ideve në nisma të qëndrueshme sipërmarrëse. Ai përqendrohet në kuptimin e tregjeve, identifikimin e nevojave të paplotësuara dhe formësimin e propozimeve të qarta të vlerës të bazuara në prova dhe jo në supozime. Këto kompetenca janë kritike për gratë e reja, të cilat shpesh përballen me rreziqe më të larta kur investojnë kohë ose burime në ide biznesi pa vlerësim paraprak. Për punonjësit e të rinjve, moduli forcon aftësinë e tyre për të udhëhequr pjesëmarrësit përmes proceseve të thjeshta por të fuqishme të kërkimit të tregut, për të interpretuar njohuritë e klientëve dhe për të artikuluar propozime vlerash që kombinojnë vlerën funksionale, emocionale dhe sociale. Duke punuar me mjete të aplikuara dhe një studim rasti konkret, moduli lidh teorinë dhe praktikën, duke u mundësuar punonjësve të të rinjve të nxisin vendimmarrjen e informuar, të zvogëlojnë dështimin në fazat e hershme dhe të mbështesin sipërmarrjen gjithëpërfshirëse dhe të ndjeshme ndaj kontekstit.

Pyetje gjithëpërfshirëse të trajtuara nga moduli

- Si mund t'i identifikojnë gratë e reja nevojat dhe mundësitë reale të tregut përpara se të angazhohen në një ide biznesi?
- Si mund të përkthehen njohuritë e klientëve në një propozim vlerash të qartë dhe bindës?
- Si mund ta mbështesin punonjësit e të rinjve validimin e ideve të bazuara në prova në kontekste me burime të kufizuara?

Objektivat e të Mësuarit

Objektivi kryesor i këtij moduli është forcimi i kompetencave të punonjësve të të rinjve, punonjësve socialë, edukatorëve, mentorëve dhe trajnerëve në mbështetjen e grave të reja për të zhvilluar ide sipërmarrëse të orientuara drejt tregut dhe të qëndrueshme.

Pas përfundimit të modulit, punonjësit e të rinjve do të jenë në gjendje të:

- Udhëzohjini gratë e reja në kryerjen e kërkimeve bazë të tregut duke përdorur mjete të arritshme si intervistat, anketat dhe analiza e konkurrentëve për të identifikuar nevojat reale të klientëve dhe boshllëqet e tregut.
- Mbështetni formulimin e propozimeve të qarta dhe të bazuara në prova që artikulojnë vlerën funksionale, emocionale dhe sociale të një produkti ose shërbimi.
- Lehtësoni aktivitete praktike mësimore që i ndihmojnë gratë e reja të vërtetojnë idetë, të zvogëlojnë pasigurinë dhe të marrin vendime të informuara përpara se të investojnë në burime.
- Zbatoni metoda të bazuara në raste dhe pjesëmarrëse për të lidhur njohuritë e tregut me zgjedhjet strategjike që lidhen me pozicionimin, diferencimin dhe mobilizimin e burimeve.
- Integroni qasje të ndjeshme ndaj gjinisë dhe të vetëdijshme për kontekstin gjatë mentorimit të grave të reja, duke u siguruar që analiza e tregut pasqyron realitetet dhe kufizimet e tyre të jetuara.

Këto objektiva sigurojnë që punonjësit e të rinjve janë të pajisur për të përkthyer njohuritë e tregut në udhëzime konkrete që rrisin cilësinë dhe fizibilitetin e iniciativave sipërmarrëse të udhëhequra nga gratë.

Kompetencat Kryesore

Ky modul zhvillon një sërë kompetencash sipërmarrëse dhe transversale të fokusuara që u mundësojnë punonjësve të të rinjve të mbështesin në mënyrë efektive gratë e reja në fazat e hershme të sipërmarrjes:

- Mundësitë e identifikimit: Aftësia për të ndihmuar gratë e reja të identifikojnë nevojat reale të tregut, problemet e klientëve dhe boshllëqet përmes vëzhgimit dhe mjeteve të thjeshta kërkimore.
- Vlerësimi i ideve: Aftësia për të vlerësuar, rafinuar dhe priorizuar idetë e biznesit bazuar në prova, reagime nga përdoruesit dhe diferencim në vend të supozimeve.
- Të menduarit kritik: Aftësi për të analizuar informacionin, për të vënë në pikëpyetje hipotezat fillestare dhe për të interpretuar objektivisht njohuritë e tregut në kontekste të pasigurta.
- Komunikimi: Kompetenca për të mbështetur gratë e reja në artikullimin e një propozimi të qartë dhe bindës me vlerë, të përshtatur për audiencë të ndryshme.
- Planifikimi dhe vendimmarrja: Aftësia për të udhëhequr zgjedhje të strukturuar mbi hapat e mëtejshëm, burimet dhe pozicionimin bazuar në njohuri të validuara.

- Menaxhimi i pasigurisë: Mbështetja e grave të reja në përballimin e paqartësisë dhe rrezikut gjatë validimit të ideve, forcimi i vetëbesimit dhe vetëefikasitetit.

Hyrje dhe Frymëzim

Pse ky modul është i rëndësishëm për ju

Shumë gra të reja fillojnë një udhëtim sipërmarrës me ide të forta, por me siguri të kufizuar nëse këto ide i përgjigjen nevojave reale. Të vepruarit pa njohuri të tregut rrit rrezikun e dështimit, humbjes së burimeve dhe humbjes së besimit - veçanërisht për gratë që tashmë përballen me presion më të lartë social dhe ekonomik për ta "bërë siç duhet". Ky modul i përgjigjet drejtpërdrejt kësaj sfide. Ai ofron mënyra praktike për të testuar idetë herët, për të kuptuar klientët dhe për të ndërtuar propozime vlerash të bazuara në prova dhe jo në intuitë. Duke mësuar se si të validojnë idetë hap pas hapi, gratë e reja fitojnë qartësi, besim dhe kontroll mbi vendimet e tyre. Për punonjëset rinore, moduli ofron mjete konkrete për të zëvendësuar këshillat abstrakte me udhëzime të strukturuar, duke i ndihmuar pjesëmarrësit të kalojnë nga dyshimi në veprime të informuara. Kuptimi i tregut bëhet një burim fuqizimi, duke zvogëluar pasigurinë dhe duke i mundësuar grave të mbrojnë idetë e tyre, të bëjnë zgjedhje realiste dhe të angazhohen më me besim me partnerët, financuesit dhe institucionet.

Histori frymëzuese si model (Video/Profil)

Arta Kelmendi – Bashkëthemeluese dhe Drejtuese e Zhvillimit të Biznesit, Albalines (Ballkani Perëndimor)

Arta Kelmendi është një sipërmarrëse e re nga Ballkani Perëndimor e cila është bashkëthemeluese e Albalines, një platformë dixhitale që lidh pasagjerët me operatorët e licencuar të autobusëve në të gjithë rajonin. Roli i saj u përqendrua në kuptimin e nevojave të përdoruesve dhe përkthimin e tyre në një propozim të qartë vlerash në një treg transporti të fragmentuar dhe me besim të ulët.

Përpara lançimit të platformës, Arta drejtoi intervista me udhëtarë dhe operatorë transporti, duke identifikuar zhgënjimet e zakonshme: mungesën e rezervimeve online, çmimet e paqarta dhe besimin e kufizuar të ndërmjetësit. Në vend që të mbështetej në supozime, ajo përdori mjete të thjeshta kërkimore të tregut për të vërtetuar këto nevoja dhe për të rafinuar shërbimin hap pas hapi. Ky proces e ndihmoi ekipin të poziciononte Albalines si një zgjidhje transparente, shumëgjuhëshe dhe të besueshme.

Si një sipërmarrëse grua në një sektor transporti dhe teknologjie të dominuar nga meshkujt, Arta u përball me skepticizëm dhe rezistencë nga operatorët e vendosur. Një propozim vlerash i artikuluar qartë, i bazuar në provat e klientëve, i lejoi asaj të negocionte partneritete me besim dhe të demonstronte rëndësinë e platformës. Përvoja e saj tregon se si njohuritë e tregut dhe qartësia e vlerës mund të zvogëlojnë pasigurinë, të forcojnë besueshmërinë dhe të mbështesin gratë në kapërcimin e barrierave strukturore dhe të lidhura me besimin.

Udhëtimi i Artës ilustron se si validimi i ideve të bazuara në prova dhe komunikimi strategjik mund ta shndërrojnë një sfidë lokale në një zgjidhje biznesi të shkallëzueshme.

Përmbajtja kryesore: Udhëzime praktike hap pas hapi

Koncept i Thjeshtuar

Shumë ide biznesi dështojnë jo sepse janë "të këqija", por sepse ndërtohen mbi supozime dhe jo mbi nevoja reale. Ky modul fillon nga një parim i thjeshtë: sipërmarrja fillon duke i kuptuar njerëzit. Një treg nuk është një hapësirë abstrakte apo një grup statistikash; është një grup individësh që përballen me një problem, kanë një nevojë ose duan një zgjidhje më të mirë.

Njohuritë e tregut do të thotë të mësosh se kush janë këta njerëz, me çfarë përballen dhe si e zgjidhin aktualisht problemin. Kjo nuk kërkon raporte komplekse ose kërkime të kushtueshme. Metodrat e thjeshta - të tilla si të folurit me përdoruesit potencialë, vëzhgimi i sjelljes ose krahasimi i zgjidhjeve ekzistuese - shpesh janë të mjaftueshme për të zbuluar nëse një ide ka kuptim. Bërja e pyetjeve të qarta si "Për kë është kjo?", "Çfarë problemi zgjidh?" dhe "Pse dikush do ta zgjidhte këtë?" tashmë zvogëlon pasigurinë.

Një propozim vlere shpjegon pse një produkt ose shërbim ka rëndësi për një grup specifik njerëzish. Ai përgjigjet në një pyetje thelbësore: çfarë vlere krijoj unë dhe për kë? Vlera nuk ka të bëjë vetëm me çmimin ose funksionalitetin. Ajo mund të lidhet gjithashtu me besimin, komoditetin, sigurinë, qetësimin emocional ose lidhjen sociale. Për shembull, kursimi i kohës, ulja e stresit ose mundësimi i aksesit përtej kufijve mund të jetë po aq i rëndësishëm sa një veçori teknike.

Zhvillimi i një propozimi vlere është një proces, jo një detyrë e vetme. Fillon me një ide bazë, pastaj përmirësohet përmes reagimeve. Kur përdoruesit potencialë reagojnë, bëjnë pyetje ose tregojnë hezitim, ky informacion ndihmon në rafinimin e ofertës. Përshtatja e idesë në këtë fazë nuk është dështim; është të mësuarit. Kjo qasje është veçanërisht e rëndësishme

për gratë e reja, të cilat mund të kenë më pak pengesa financiare dhe presion më të lartë për të pasur sukses shpejt.

Moduli prezanton gjithashtu idenë e përshtatjes. Një ide e mirë funksionon kur problemi, zgjidhja dhe njerëzit përputhen. Nëse mungon një element - asnjë problem i qartë, përfitim i paqartë ose grupi i synuar i gabuar - ideja bëhet e brishtë. Njohuritë e tregut ndihmojnë në kontrollin e kësaj përshtatjeje herët, përpara se të investohet kohë, para ose energji emocionale.

Për punonjësit e të rinjve, roli është të mbështesin të menduarit e strukturuar. Në vend që t'u kërkohet pjesëmarrësve të "besojnë më shumë" në idetë e tyre, ky modul ofron mjete për t'i testuar ato me qetësi dhe realisht. Duke i udhëzuar gratë e reja të vëzhgojnë, të pyesin, të krahasojnë dhe të reflektojnë, punonjësit e të rinjve ndihmojnë në zëvendësimin e dyshimit në vetvete me prova. Kuptimi i tregut bëhet një faktor mbrojtës: forcon besimin, mbështet vendime më të qarta dhe u lejon grave të shpjegojnë dhe mbrojnë idetë e tyre në biseda me partnerë, klientë ose financues.

Me fjalë të thjeshta, ky modul mëson se një ide e fortë biznesi nuk hamendësohet - ajo ndërtohet hap pas hapi duke dëgjuar, mësuar dhe përshtatur.

" Si të bëni"

Si të identifikoni nevojat e tregut dhe të validoni idenë tuaj

Qëllimi:

Ndihmoni pjesëmarrësit të kuptojnë nëse ideja e tyre i përgjigjet një nevoje reale përpara se të investojnë kohë ose burime.

Koha e nevojshme: 45–60 minuta

Udhëzime hap pas hapi

1. **Përcaktoni qartë idenë tuaj (5 minuta).**

Shkruani një fjali që përshkruan idenë tuaj. Shembull: "Një platformë online për të rezervuar bileta autobusësh rajonale lehtësisht dhe në mënyrë të sigurt."

2. **Identifikoni përdoruesit tuaj të synuar (10 min).**

Përshkruani se për kë është kjo ide. Jini specifik. Pyetni: moshë, vendndodhja,

situata, zakonet. Shembull: "Të rinjtë dhe udhëtarët nga diaspora që kalojnë shpesh kufijtë."

3. Eksploroni problemin (15 minuta)

Bisedoni me të paktën 5 përdorues potencialë ose reflektoni mbi reagimet ekzistuese.

Bëni pyetje të thjeshta:

- Çfarë ju frustron në lidhje me zgjidhjen aktuale?
- Si e zgjidhni këtë problem tani?
- Çfarë do ta bënte më të lehtë ose më të sigurt?

4. Kontrolloni zgjidhjet ekzistuese (10 min)

Renditni 2–3 alternativa që janë tashmë në treg.

Vini re se çfarë bëjnë mirë dhe çfarë mungon.

5. Përmbledhni njohuritë (10 minuta)

Shkruani tre përfundime të shkurtra rreth:

- Problemi kryesor me të cilin përballen përdoruesit
- Ajo që ata vlerësojnë më shumë
- Çfarë nuk funksionon aktualisht

Lista e Kontrollit: Gati për Informacion mbi Tregun

- Përdoruesit e synuar të përcaktuar qartë
- Problemet reale të identifikuara
- Zgjidhjet ekzistuese të analizuara
- Vështrime të shkruara në gjuhë të thjeshtë
- Supozimet e zëvendësuara me prova

Si të Ndërtoni një Propozim të Qartë Vlere

Qëllimi:

Përkthejeni njohuritë e tregut në një deklaratë të qartë vlere që shpjegon *pse* ideja ka rëndësi.

Koha e nevojshme: 30–45 minuta

Udhëzime hap pas hapi

1. Përmendni klientin dhe nevojën (10 minuta)

Plotësoni fjalinë: "Për [grupin specifik], kush ka nevojë për [problem të qartë]..."

2. **Përshkruani zgjidhjen tuaj (10 minuta)**
Shtoni: "...ky produkt/shërbim ofron [përfitimin ose rezultatin kryesor]."
3. **Shpjegoni se çfarë e bën të ndryshme (10 minuta)**
Përfundoni me: "...sepse [ndryshimi kryesor krahasuar me opsionet ekzistuese]."
4. **Testoni qartësinë (5 minuta)**
Lexojeni me zë të lartë. Pyetni: A është e thjeshtë? A do ta kuptonte një jo-ekspert?
5. **Përmirësojeni me reagime (10 minuta).**
Ndani atë me një koleg ose mentor dhe përshtatni formulimin bazuar në pyetje ose konfuzion.

Shabllon: Deklaratë e Propozimit të Vlerës

"Për [përdoruesit e synuar] që [kanë nevojë/problem kryesor] , [produkti/shërbimi] ynë ofron [përfitim kryesor] , ndryshe nga [alternativat ekzistuese] , sepse [ndryshimi kryesor ose vlera e shtuar] ."

Lista e Kontrollit: Gati për Propozim Vlere

- Klienti i identifikuar qartë
- Problemi i deklaruar qartë
- Përfitimi konkret dhe specifik
- Dallimi nga të tjerët i shpjeguar
- Deklarata e shkurtër dhe e kuptueshme

Këto udhëzues u lejojnë punonjësve të rinjve të mbështesin gratë e reja në kalimin nga idetë në vendime të informuara përmes hapave të thjeshtë dhe të përsëritshëm, të bazuar në njohuri të botës reale.

Mjete dhe Shabllone Praktike:

Ky modul ofron mjete të thjeshta dhe të gatshme për përdorim që i ndihmojnë gratë e reja të aplikojnë njohuritë e tregut dhe të menduarit mbi propozimin e vlerës drejtpërdrejt në idetë e tyre. Të gjitha shabllonet janë të dizajnuara për t'u printuar ose të redaktueshme në mënyrë dixhitale dhe mund të përdoren në mënyrë të pavarur ose të lehtësohen nga punonjësit e të rinjve në seanca në grup.

1. Fletë pune për njohuritë e tregut

Qëllimi:

Strukturoni kërkimin bazë të tregut në një mënyrë të qartë dhe të kuptueshme.

Seksionet:

- Mendimi im në një fjali
- Përdoruesit e synuar (Kush janë ata?)
- Problemi kryesor ose nevoja e paplotësuar
- Si e zgjidhin përdoruesit tani
- Çfarë mungon ose është zhgënjyese
- Njohuri kryesore nga intervistat ose vëzhgimet

Përdorimi:

Ideale për validimin e idesë në fazën e parë dhe diskutimin në grup.

2. Kanavacë e thjeshtë e propozimit të vlerës

Qëllimi:

Ndihmoni pjesëmarrësit të përkthejnë njohuritë në një deklaratë të qartë vlerash.

Seksionet:

- Klient i synuar
- Nevoja e klientit / pika e dobët
- Zgjidhja ime
- Përfitimet kryesore (funktionale, emocionale, sociale)
- Çfarë e bën atë të ndryshëm

Përdorimi:

Mbështet qartësinë dhe besimin kur u shpjegohet një ide të tjerëve.

3. Tabela Krahasuese e Konkurrentëve

Qëllimi:

Inkurajimi i pozicionimit realist pa analiza komplekse.

Seksionet:

- Emri i konkurrentit
- Çfarë ofrojnë ata
- Pikat e forta
- Boshllëqe ose dobësi
- Çfarë mund të bëj ndryshe

Përdorimi:

Ndihmon gratë e reja të kuptojnë peizazhin e tregut dhe të shmangin dyfishimin.

4. Lista e Kontrollit për Validimin e Idesë

Qëllimi:

Mbështetja e vendimmarrjes përpara se të kalohet në hapin tjetër.

Elementet e listës së kontrollit:

- Kam folur me përdorues të mundshëm
- Problemi është përcaktuar qartë
- Njerëzit e njohin nevojën
- Zgjidhja ime ofron vlerë të qartë
- Mund ta shpjegoj idenë time brenda një minute

Përdorimi:

I dobishëm për reflektim, seanca mentorimi ose reagime nga kolegët.

5. Fletë Propozimi me Vlerë me Një Faqe

Qëllimi:

Përmbledhni qartë idenë për prezantime, mentorim ose biseda për financim.

Seksionet:

- Titulli i idesë
- Përdoruesit e synuar
- Problem
- Zgjidhje
- Vlerë e krijuar
- Hapat e ardhshëm

Përdorimi:

Mbështet komunikimin me partnerët, punonjësit e të rinjve ose organizatat mbështetëse.

Studime Rastesh dhe Shembuj Vendorë

Studimi i Rastit 1 – Albalines: Ndërtimi i Besimit dhe Vlerës në Lëvizshmërinë Rajonale (Ballkani Perëndimor)

Konteksti dhe sfida

Në Ballkanin Perëndimor, udhëtimi ndërkufitar me autobus është i zakonshëm, por i dixhitalizuar dobët. Pasagjerët shpesh mbështeten te agjentë informalë, pagesa në para të gatshme dhe informacion i fragmentuar. Kjo prek veçanërisht të rinjtë, studentët dhe udhëtarët e diasporës, të cilët përballen me barriera gjuhësore, çmime të paqarta dhe besim të ulët te ndërmjetësit. Sektori i transportit është gjithashtu tradicionalisht i dominuar nga meshkujt, me hapësirë të kufizuar për gratë e reja në role vendimmarrëse.

Njohuri dhe qasje në treg

Themeluesit e **Albalines** filluan duke kryer një hulumtim të thjeshtë, por të strukturuar të tregut. Ata intervistuan pasagjerë dhe operatorë autobusësh, anketuan përdoruesit e diasporës jashtë vendit dhe analizuan platformat ekzistuese që veprojnë në rajone të tjera evropiane. Ky proces zbuloi tre nevoja të qarta: komoditetin e rezervimit online, transaksionet transparente dhe të sigurta dhe aksesin shumëgjuhësh për përdoruesit ndërkufitarë.

Propozimi i vlerës dhe rezultatet

Bazuar në këto njohuri, Albalines e pozicionoi veten si një platformë dixhitale e verifikuar dhe shumëgjuhëshe që lidh operatorët e licencuar me pasagjerët. Propozimi i qartë i vlerës ndihmoi ekipin të ndërtonte partneritete me kompanitë rajonale të transportit dhe ofruesit e pagesave, duke kapërcyer rezistencën ndaj dixhitalizimit. Sot, platforma operon në disa vende të Ballkanit Perëndimor dhe shërben si një shembull se si njohuritë e tregut të bazuara në prova mund të zvogëlojnë rrezikun dhe të ndërtojnë besim.

Pikat e të mësuarit për pjesëmarrësit

- Hulumtimi i tregut nuk ka nevojë të jetë kompleks për të qenë efektiv.

- Besimi mund të jetë një propozim qendror me vlerë në tregjet me rregullim të ulët ose të fragmentuara.
- Artikulimi i qartë i vlerës mbështet negociatat dhe ndërtimin e partneritetit.

Studimi i Rastit 2 – Kooperativa Ushqimore e Grave Rurale: Shndërrimi i Produkteve Vendore në Vlerë Tregu (Mali i Zi Verior)

Konteksti dhe sfida

Në zonat rurale të Malit të Zi Verior, shumë gra prodhojnë produkte ushqimore tradicionale (reçe, djathëra, produkte bimore) kryesisht për përdorim shtëpiak ose shitje informale. Qasja e kufizuar në tregje, mungesa e markave dhe besimi i ulët në çmime shpesh i pengojnë këto produkte të bëhen burime të qëndrueshme të ardhurash. Kompleksiteti rregullator dhe distanca nga qendrat urbane kufizojnë më tej mundësitë.

Njohuri dhe qasje në treg

Një grup i vogël grash, të mbështetura nga një rrjet OJQ-sh lokale, filluan duke analizuar se kush i blen në të vërtetë produktet e tyre dhe pse. Nëpërmjet tregjeve lokale dhe bisedave joformale me klientët, ato zbuluan se konsumatorët urbanë vlerësonin autenticitetin, origjinën lokale dhe metodat tradicionale, por u mungonte informacioni dhe qasja e vazhdueshme.

Propozimi i vlerës dhe rezultatet

Kooperativa e përsosi propozimin e saj të vlerës rreth "ushqimit tradicional të prodhuar në vend me origjinë transparente dhe çmime të drejta". Paketimi i thjeshtë, marka e përbashkët dhe kanalet e koordinuara të shitjes i lejuan atyre të kishin akses në panairë rajonale dhe zinxhirë të shkurtër furnizimi. Mbështetja nga programet bashkiake dhe iniciativat rurale të përqendruara te gratë i ndihmoi ata të lundronin në kërkesat themelore rregullatore.

Pikat e të mësuarit për pjesëmarrësit

- Trashëgimia kulturore mund të jetë një burim i fortë i vlerës së tregut.
- Qasjet kolektive zvogëlojnë rrezikun individual dhe kufizimet e burimeve.
- Të kuptuarit e perceptimit të klientit është çelësi i çmimeve dhe pozicionimit.

"Në qendër të vëmendjes barrierat gjinore"

Gratë e reja shpesh përballen me presion shtesë për të vërtetuar se idetë e tyre të biznesit janë "serioze" ose "të sigurta" përpara se të marrin mbështetje. Qasja e kufizuar në rrjete, përgjegjësitë e kujdesit dhe skepticizmi në sektorët e dominuar nga meshkujt mund të kufizojnë mundësitë. Ky modul tregon se si provat e tregut bëhen një mjet mbrojtës: njohuritë e qarta të klientëve dhe një propozim i fortë vlerash i ndihmojnë gratë të mbrojnë idetë e tyre, të negociojnë me besim dhe të zhvendosin diskutimet nga besueshmëria personale në nevojë dhe vlerë të provuar.

Zbatimi dhe Praktika e Aftësive ("Radha Juaj")

Ushtrime të Udhëzuara

Ushtrimi 1 - Hartoni Mundësitë e Tregut Tuaj

Objektivi:

Identifikoni një problem të vërtetë dhe sqaroni se për kë është ideja juaj.

Udhëzime:

1. Shkruajeni idenë tuaj të biznesit me një fjali.
2. Përcaktoni përdoruesit tuaj të synuar (jini specifik).
3. Përshkruani problemin kryesor me të cilin përballen.
4. Renditni se si e zgjidhin atë aktualisht.
5. Shkruani dy njohuri që mësuat dhe që ju surprizuan.

Rezultati: Fletë pune e plotësuar për njohuritë e tregut.

Ushtrimi 2 - Ndërtoni Propozimin Tuaj të Vlerës

Objektivi:

Përkthejeni njohuritë e tregut në një deklaratë të qartë dhe të strukturuar vlere.

Udhëzime:

1. Përdorni modelin e propozimit të vlerës të dhënë.
2. Plotësoni grupin e synuar, problemin, zgjidhjen dhe përfitimin kryesor.

3. Identifikoni një ndryshim të qartë nga zgjidhjet ekzistuese.
4. Lexojeni me zë të lartë dhe thjeshtojeni gjuhën.

Rezultati: Një deklaratë e shkruar e propozimit të vlerës.

Ushtrimi 3 – Kontrolli i Realitetit të Konkurrentit

Objektivi:

Poziciononi idenë tuaj në mënyrë realiste brenda tregut.

Udhëzime:

1. Identifikoni dy alternativa ekzistuese.
2. Plotësoni tabelën krahasuese të konkurrentëve.
3. Theksoni një boshllëk që adreson ideja juaj.
4. Vendosni nëse ideja juaj ka nevojë për përshtatje.

Rezultati: Tabela krahasuese e konkurrentëve e plotësuar.

Ushtrimi 4 – Prezantim me vlerë njëminutëshe

Objektivi:

Praktikoni shpjegimin e idesë suaj qartë dhe me besim.

Udhëzime:

1. Përgatitni një shpjegim me gojë njëminutësh që mbulon:
 - Për kë është
 - Çfarë problemi zgjidh
 - Pse ka rëndësi
2. Regjistroni një video të shkurtër ose prezantoni para një kolegu.
3. Shënmoni një pyetje ose reagim që keni marrë.

Rezultati: Shënime të shkurtra me zë të lartë dhe reflektim.

Nxitje për Reflektim në Ditar

- Cilat supozime në lidhje me idenë ose klientët e mi u sfiduan pasi pashë reagimet reale të tregut?
- Si ndikoi puna me provat në vetëbesimin tim dhe reagimin tim emocional ndaj pasigurisë ose dyshimit?
- Çfarë mësova nga reagimet ose pyetjet që mora kur shpjegova propozimin tim të vlerës?
- Cili është një përshtatje konkrete që do t'i bëj idesë sime bazuar në këto njohuri dhe pse?

Përmbledhje e Modulit dhe Mbështetje e Përmirësuar

Përmbledhjet kryesore

Një listë me pika që përmbledh aftësitë dhe njohuritë më të rëndësishme praktike të fituara.

- Aftësi për të identifikuar nevojat reale të klientëve duke përdorur metoda të thjeshta dhe të arritshme të kërkimit të tregut.
- Aftësi për të vërtetuar idetë e biznesit herët dhe për të zvogëluar pasigurinë përpara investimit të burimeve.
- Kapaciteti për të zhvilluar një propozim vlerash të qartë dhe konciz të bazuar në prova.
- Përmirësim i vetëbesimit në shpjegimin dhe mbrojtjen e një ideje sipërmarrëse ndaj të tjerëve.
- Të kuptuarit se si njohuritë e tregut mbështesin vendimmarrjen dhe menaxhimin më të mirë të riskut.

Plani Juaj i Personalizuar i Veprimit

Përdoreni këtë pjesë për ta kthyer të nxënit në veprim. Merrni disa minuta për të reflektuar dhe për të përcaktuar hapat tuaj konkretë të ardhshëm.

Hapi 1 – Qartësoni Fokusin Tuaj

Cila është ideja ose mundësia mbi të cilën dëshironi të punoni së pari? Shembull: rafinimi i propozimit tim të vlerës ose testimi i idesë sime me përdorues potencialë.

Fokusi im: -

Hapi 2 – Përcaktoni veprimet e menjëhershme.

Renditni dy ose tre veprime që do të ndërmerrni në dy javët e ardhshme. Shembull: intervistoni pesë përdorues potencialë; shqyrtoni dy konkurrentë ekzistues.

Një veprim	Kur	Mbështetje ose burime të nevojshme

Hapi 3 – Parashikoni Sfidat

Çfarë mund t’ju ngadalësojë ose të krijojë dyshime, dhe si do të reagoni duke përdorur prova në vend të supozimeve?

Hapi 4 – Angazhohuni për Hapin tjetër

Shkruani një fjali duke u zotuar për veprimin tuaj të ardhshëm: “Unë zotohem të ndërmarr hapin e mëposhtëm brenda dy javëve të ardhshme:

Ndjekja e Progresit të Vetëvlerësimit

Lista e Kontrollit të Aftësive Praktike

Përdoreni këtë listë kontrolli për të reflektuar mbi aftësitë praktike që keni zhvilluar përmes modulit "*Njohuri të Tregut dhe Propozim Vlere*". Shënoni çdo artikull që mund ta aplikoni me besim.

- Mund t'i përcaktoj qartë klientët e mi të synuar dhe nevojat e tyre kryesore.
- Mund të identifikoj problemet reale duke përdorur metoda të thjeshta të kërkimit të tregut (intervista, vëzhgim, krahasim).
- Mund të analizoj zgjidhjet ekzistuese dhe të njoh boshllëqet në treg.
- Mund të zhvilloj një propozim vlere të qartë dhe konciz bazuar në prova.
- Mund të shpjegoj pse ideja ime krijon vlerë për një grup specifik njerëzish.
- Mund ta përshtas idenë time bazuar në reagime dhe jo në supozime.
- Mund ta komunikoj idenë time me besim përmes një prezantimi të shkurtër vlere.

Termometër/Peshore Besimi

Përdorni shkallën më poshtë për të vlerësuar se sa të sigurt ndiheni në zbatimin e aftësive të mësuara në këtë modul në idenë tuaj sipërmarrëse.

Shkalla

1 – Ende jo i sigurt 2 – Pak i sigurt 3 – Mesatarisht i sigurt 4 – I sigurt 5 – Shumë i sigurt

Vlerësoni vetëbesimin tuaj

Identifikimi i nevojave dhe problemeve reale të klientëve:

1 2 3 4 5

Kryerja e hulumtimit bazë të tregut:

1 2 3 4 5

Zhvillimi i një propozimi të qartë vlerash:

1 2 3 4 5

Duke ua shpjeguar qartë idenë time të tjerëve:

1 2 3 4 5

Marrja e vendimeve bazuar në prova dhe jo në supozime:

1 2 3 4 5

Përdoreni këtë shkallë për të identifikuar fushat ku ndiheni gati për të ecur përpara dhe fushat ku mbështetja ose praktika shtesë mund të jenë të dobishme .

Moduli 3 Biznesi Dixhital dhe Zhvillimi i Markës

Përshkrim i shkurtër i modulit

Biznesi Dixhital dhe Zhvillimi i Markës i pajis gratë e reja me njohuritë dhe mjetet për të ndërtuar, rritur dhe promovuar bizneset e tyre në epokën dixhitale. Moduli prezanton konceptet thelbësore të sipërmarrjes online, duke u përqendruar në mënyrën e krijimit të një pranie të fortë dixhitale dhe identiteti autentik të markës. Pjesëmarrësit do të mësojnë të përdorin platforma të aksesueshme si mediat sociale, tregtia elektronike dhe mjetet e krijimit të përmbajtjes për të arritur audiencën e tyre dhe për të komunikuar historinë e tyre. Përmes ushtrimeve praktike dhe shembujve frymëzues të iniciativave të udhëhequra nga gratë, ky modul i fuqizon pjesëmarrëset të shndërrojnë idetë në sipërmarrje dixhitale me ndikim.

Pyetje udhëzuese: Si mund të krijosh një markë të dallueshme në internet? Cilat mjete dixhitale mund të më ndihmojnë të rris biznesin tim? Si mund të ndërtoj besim dhe dukshmëri në një botë dixhitale konkurruese?

Objektivat e të Mësuarit

Pas përfundimit të modulit të **Biznesit Dixhital dhe Zhvillimit të Markës**, punonjësit e të rinjve do të jenë në gjendje të:

- t'i udhëzojë me besim gratë e reja në zhvillimin e potencialit të tyre sipërmarrës dixhital.
- Ata do të fitojnë aftësitë për t'u mësuar pjesëmarrësve se si të krijojnë dhe menaxhojnë një prani të fortë online,
- të zhvillojnë një identitet koherent të markës dhe të aplikojnë teknikat e marketingut dixhital për rritjen e biznesit.
- Punonjësit e të rinjve do të mësojnë gjithashtu se si të përdorin mjete praktike si Canva, Wix dhe platformat e mediave sociale për të mbështetur të nxënësit praktik.

Për më tepër, ato do të forcojnë kapacitetin e tyre të mentorimit duke i ndihmuar gratë e reja të përkthejnë idetë e tyre në sipërmarrje dixhitale, të përmirësojnë dukshmërinë dhe të komunikojnë historinë e markës së tyre në mënyrë autentike dhe efektive brenda mjediseve të larmishme online.

Kompetencat Kryesore

Ky modul përputhet me kornizat **EntreComp** dhe **LifeComp** , duke mbështetur zhvillimin holistik të kompetencave sipërmarrëse dhe personale midis punonjësve të të rinjve dhe grave të reja.

Ai trajton drejtpërdrejt fushat e *EntreComp* si "**Vlerësimi i Ideve**" (identifikimi i mundësive dhe komunikimi i vlerës), "**Mobilizimi i Burimeve**" (përdorimi në mënyrë efektive i mjeteve dhe rrjeteve dixhitale) dhe "**Planifikimi dhe Menaxhimi**" (ndërtimi dhe mirëmbajtja strategjike e një marke online). Ai gjithashtu integron "**Mobilizimin e të Tjerëve**" përmes komunikimit dixhital dhe angazhimit të komunitetit. Nga kuadri i *LifeComp* , ai zhvillon "**Kreativitetin**" (gjenerimin e zgjidhjeve inovative të markës), "**Vetërregullimin**" (menaxhimin e emocioneve dhe pranisë online në mënyrë të përgjegjshme) dhe "**Komunikimin**" (shprehjen e ideve qartë dhe autentikisht). Së bashku, këto kompetenca forcojnë aftësitë dixhitale, emocionale dhe të lidërshiptit thelbësore për sipërmarrjen gjithëpërfshirëse.

Hyrje dhe Frymëzim

Pse ky modul është i rëndësishëm për ju

Shumë gra të reja kanë ide të fuqishme biznesi, por përballen me pengesa që kufizojnë dukshmërinë dhe rritjen e tyre në botën dixhitale. Mungesa e vetëbesimit kufizoi shkrimleximin dixhital dhe frika nga vetëpromovimi shpesh i pengoi ato të arrinin audienca më të gjera ose t'i shndërronin idetë e tyre në sipërmarrje të qëndrueshme. Ky modul ka rëndësi sepse ndihmon në kapërcimin e këtyre pengesave përmes mjeteve praktike dhe udhëzimeve frymëzuese. Duke mësuar se si të ndërtojnë një markë autentike, të përdorin platformat dixhitale në mënyrë efektive dhe të komunikojnë vlerën e tyre me besim, pjesëmarrëset zbulojnë se suksesi në internet nuk ka të bëjë me përsosmërinë, por me qëndrueshmërinë dhe qëllimin. Aftësitë e fituara këtu i fuqizojnë gratë për të transformuar kreativitetin në mundësi dhe për t'u pozicionuar si sipërmarrëse të sigurta në një mjedis dixhital konkurrues.

Histori frymëzuese si model (Video/Profil)

Profili: Valbona Begolli – Themeluese e Albpastrim dhe Drejtore Ekzekutive e Albacademy

Udhëtimi sipërmarrës i Valbona Begollit filloi në **vitin 2011** , kur ajo themeloi **Albpastrim** , një nga kompanitë e para profesionale të pastrimit dhe menaxhimit të objekteve në Shqipëri. Ajo që filloi si një iniciativë e vogël lokale u shndërrua në një lider kombëtar të njohur për inovacionin, standardet e cilësisë dhe fokusin në punësimin e grave.

E shtyrë nga pasioni i saj për të mësuar dhe fuqizuar vazhdimisht, Valbona më vonë themeloi **Albacademy**, një qendër trajnimi dhe konsulencë e dedikuar për zhvillimin e aftësive profesionale në turizëm, mikpritje dhe sipërmarrje. Përmes lidhshimit të saj, ajo ka krijuar qindra mundësi pune dhe ka frymëzuar një brez të ri grash të reja që ta shohin veten si udhëheqëse të afta biznesi.

Historia e saj tregon se si vendosmëria, përshtatshmëria dhe të mësuarit gjatë gjithë jetës mund ta transformojnë një ide të vetme në një rrjet sipërmarrjesh të suksesshme - duke lidhur industrinë tradicionale me inovacionin dhe arsimin dixhital.

Përmbajtja kryesore: Udhëzime praktike hap pas hapi

Koncept i Thjeshtuar

Një **biznes dixhital** është çdo aktivitet ose kompani që përdor internetin për të promovuar, shitur ose menaxhuar produktet dhe shërbimet e saj. Kjo nuk do të thotë vetëm faqet e mëdha të tregtisë elektronike - mund të jetë një produkt lokal i punuar me dorë, një studio bukurie ose një shërbim online. Ajo që e bën atë *dixhitale* është përdorimi i mjeteve online për të arritur klientët, për të ndërtuar marrëdhënie dhe për të vepruar në mënyrë efektive. Shembujt përfshijnë përdorimin e Instagram për të shfaqur punën, WhatsApp për komunikim me klientët, Canva për të dizajnuar pamje dhe platforma pagesash online për transaksione.

Zhvillimi i markës ka të bëjë me formësimin e mënyrës se si njerëzit e shohin dhe e mbajnë mend biznesin tuaj. Një *markë* nuk është vetëm një logo ose emër - është historia juaj, toni juaj dhe ndjesia që klientët marrin kur bashkëveprojnë me ju. Mendoni për markat tuaja të preferuara: të gjitha kanë një mesazh të qartë, një pamje të qëndrueshme dhe vlera që mund t'i njihni menjëherë. Ndërtimi i një marke do të thotë të përcaktoni se çfarë ju bën unik, si dëshironi që njerëzit të ndihen kur shohin punën tuaj dhe si e komunikoni atë mesazh në internet.

Për gratë e reja sipërmarrëse, zotërimi i këtyre aftësive mund të jetë transformues. Mjetet dixhitale u lejojnë atyre të ndajnë zërin e tyre, të lidhen drejtpërdrejt me klientët dhe të kapërcejnë barrierat tradicionale siç janë financimi ose dukshmëria e kufizuar. Edhe me buxhete të vogla, platformat falas si mediat sociale, ndërtuesit e faqeve të internetit dhe buletinet e email-it e bëjnë të mundur konkurrimin me kompanitë më të mëdha.

Një **prani e fortë dixhitale** ju ndihmon:

- Arrij audienca të reja përtej zonës tënde lokale.

- Ndërtoni besueshmëri dhe besim përmes qëndrueshmërisë.
- Tregoni historinë tuaj me fjalët dhe stilin tuaj.
- Shndërtoni ndjekësit në klientë besnikë.

" Si të bëni"

1. Si të krijoni identitetin e markës suaj - Hap pas hapi

Qëllimi: Të ndihmohen pjesëmarrësit të përcaktojnë se kush janë, çfarë përfaqësojnë dhe si duan të perceptohen në internet.

Hapi 1 – Përcaktoni qëllimin dhe historinë tuaj.

Shkruani pse e keni filluar ose dëshironi ta filloni biznesin tuaj. Çfarë problemi po zgjidhni? Cilat vlera e udhëheqin punën tuaj?

Hapi 2 – Identifikoni audiencën tuaj

Mendoni se cilët janë klientët tuaj idealë. Cilat janë nevojat, zakonet dhe sjellja e tyre online? Përdorni empati: çfarë do të vlerësonin ata të shihnin nga ju?

Hapi 3 – Zgjidhni emrin dhe zërin e markës suaj.

Zgjidhni një emër që mbahet mend dhe që është i lehtë për t'u shkruar. Përcaktoni "tonin e zërit" tuaj: miqësor, profesional, frymëzues ose i guximshëm — në varësi të audiencës suaj.

Hapi 4 – Dizenjoni identitetin tuaj vizual.

Përdorni **Canva** ose **Wix Logo Maker** për të zgjedhur një paletë ngjyrash (3–5 ngjyra), shkronja dhe logo. Mbajeni atë të qëndrueshme në të gjitha materialet.

Hapi 5 – Krijoni mesazhin e markës suaj.

Shkruani një slogan ose fjali të shkurtër që përfaqëson misionin tuaj (p.sh., "Bukuri e qëndrueshme për gratë e përditshme").

Lista e kontrollit:

- Mund ta shpjegoj qartë se çfarë bën marka ime.
- Kam një logo dhe stil vizual.
- Mesazhi i markës sime është i qartë dhe i paharrueshëm.
- Përdor të njëjtat ngjyra, shkronja dhe ton në të gjitha platformat

2. Si ta Ndërtoni Praninë Tuaj Dixhitale – Hap pas Hapi

Qëllimi: Të ndihmohen pjesëmarrësit të krijojnë dukshmërinë dhe besueshmërinë e tyre në internet.

Hapi 1 – Zgjidhni platformat tuaja kryesore dixhitale.

Vendosni se cilat kanale i përshtaten më mirë audiencës suaj (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn ose faqja e internetit). Cilësia ka më shumë rëndësi se sasia — filloni me hap të vegjël.

Hapi 2 – Konfiguroni profilet tuaja në mënyrë profesionale.

Shtoni një foto ose logo profili, biografi, informacion kontakti dhe lidhje faqeje interneti. Përdorni fjalë kyçe që përshkruajnë atë që ofroni.

Hapi 3 – Planifikoni përmbajtjen tuaj

. Krijoni një orar javor postimesh. Përfshini një përzierje postimesh edukative, frymëzuese dhe personale. Përdorni pamje dhe mbishkrime që pasqyrojnë vlerat e markës suaj.

Hapi 4 – Angazhohuni me komunitetin tuaj.

Përgjigjuni komenteve, ndani historitë e klientëve dhe mbështetni të tjerët. Marka dixhitale rritet nëpërmjet besimit dhe lidhjes.

Hapi 5 – Ndiqni rezultatet tuaja.

Kontrolloni të dhënat çdo javë: Cilat postime marrin më shumë angazhim? Kur është audienca juaj më aktive? Përshtatni strategjinë tuaj në përputhje me rrethanat.

Lista e kontrollit:

- Faqet e mia në mediat sociale duken profesionale dhe të qëndrueshme.
- Postoj rregullisht dhe ndërveproj me audiencën time.
- Përdor mjete analitike falas për të kuptuar se çfarë funksionon.
- Përmirësohem vazhdimisht bazuar në reagime dhe rezultate.

Mjete dhe Shablone Praktike:

Ky seksion zgjeron përvojën e të nxënit duke ofruar **burime shtesë praktike** që gratë e reja mund t'i përdorin në mënyrë të pavarur ose me udhëzime nga punonjësit e të rinjve. Këto mjete e transformojnë teorinë në veprim, duke i ndihmuar pjesëmarrësit të zbatojnë

konceptet e markës dixhitale dhe marketingut direkt në idetë ose bizneset e tyre. Çdo shabllon është projektuar të jetë **i thjeshtë, i modifikueshëm dhe i adaptueshëm** ndaj niveleve të ndryshme të aftësive, duke inkurajuar kreativitetin dhe vetëreflektimin, ndërkohë që përforcon kompetencat sipërmarrëse si *planifikimi dhe menaxhimi, vlerësimi i ideve dhe mobilizimi i të tjerëve*.

[Kanavacë e Modelit të Biznesit - Strategyzer.pdf](#) [Kopje e Shabllonit të Planit të Marketingut — HubSpot](#)

[bmi_2022_ppt_persona-canvas.jpg](#)

Kalendari 30-ditor i krijuesit të përmbajtjes

<https://notion.notion.site/b74b71d7e31242399788dd448d5b085d?v=004370c9cf274ce6a4ef1060f822d10f>

Studime Rastesh dhe Shembuj Vendorë

Në Shqipëri, gratë sipërmarrëse po bëhen një forcë gjithnjë e më jetësore në ekonominë dixhitale. Vendi ka parë rritje të qëndrueshme në bizneset online, agjencitë e marketingut dixhital dhe sipërmarrjet e bazuara në mediat sociale, veçanërisht në mesin e grave të reja të moshës 20-35 vjeç. Megjithatë, sfida të tilla si qasja e kufizuar në financa, mungesa e mentorimit të strukturuar dhe boshllëqet në aftësitë dixhitale vazhdojnë. Strategjitë kombëtare, të tilla si *Axhenda Dixhitale e Shqipërisë 2022-2026* dhe programet e mbështetura nga *AIDA*, *Qendra e Inovacionit Protik* dhe *EU4Innovation*, inkurajojnë sipërmarrjen dhe shkrim-leximin dixhital. Këto përpjekje plotësohen nga OJQ-të lokale si *Women Founders Network Albania* dhe *Girls in Tech Albania*, të cilat ofrojnë mentorim, rrjetëzim dhe punëtori për gratë që synojnë të rrisin bizneset e fuqizuara dixhitalisht.

Studimi i Rastit 1: Psikologu Online — Një Shërbim i Pastër Dixhital për Diasporën

Kategoria	Platforma e Shërbimit Dixhital
Sipërmarrës	<i>Fituesja e Konkursit të Grave Startup Albania (Çmimi i Parë)</i>

Sfida	<p>Mbështetja për shëndetin mendor mund të jetë e pakët, e stigmatizuar ose gjeografikisht e paarrtshme, veçanërisht për diasporën e madhe shqiptare që jeton jashtë vendit, e cila preferon të konsultohet me një ofrues që e kupton kontekstin e tyre kulturor dhe flet gjuhën e tyre.</p>
Zgjidhja Dixhitale	<p>Psikologu Online (Psikolog Online) krijoi një platformë telemjekësie që lidh profesionistë të licencuar të shëndetit mendor shqipfolës me klientë në mbarë botën. Ky është një model biznesi thjesht dixhital i ndërtuar mbi aksesin në shërbim dhe fokusin në një vend të caktuar kulturor. Marka e tyre mbështetet shumë në besim, akreditim profesional dhe privatësi.</p>
Mësimi kryesor dixhital	<p>Synoni një fushë me një nevojë të lartë. Duke u përqendruar në diasporë, biznesi zgjidhi një problem kritik kulturor/gjeografik që klinikat tradicionale nuk mund ta bënë. Një platformë dixhitale eliminon nevojën për një vendndodhje fizike, duke e bërë shërbimin të shkallëzueshëm globalisht dhe në thelb elastik.</p>
Lidhja e Modulit	<p>Branding Dixhital (Ndërtimi i një marke të fokusuar në besim dhe autoritet profesional) dhe Vetërregullimi (Adresimi i aspektit të shëndetit mendor të jetës dixhitale).</p>

"Në qendër të vëmendjes barrierat gjinore"

Në Shqipëri, shumë gra hezitojnë të promovojnë veten në internet për shkak të frikës nga kritikata, pritjeve kulturore ose besimit të kufizuar në aftësitë dixhitale. Normat shoqërore shpesh i dekurajojnë gratë të tregojnë dukshmëri ose lidhshirë në hapësirat publike. Ky modul i inkurajon ato të përqafojnë zërin e tyre, të sfidojnë stereotipet dhe të përdorin mjetet dixhitale si hapësira fuqizimi, jo gjykimi — duke e transformuar dukshmërinë në forcë.

Zbatimi dhe Praktika e Aftësive ("Radha Juaj")

Ushtrime të Udhëzuara

Ushtrime të Udhëzuara

Ushtrimi 1 – Ndërtoni paketën e markës suaj

Përdorni Canva ose mjete të ngjashme falas për të dizajnuar paketën bazë të markës suaj: logon, paletën e ngjyrave, fontet dhe një slogan frymëzues që përcakton identitetin e biznesit tuaj.

Ushtrimi 2 – Krijoni prezantimin tuaj të shkurtër

Shkruani dhe regjistroni një video 1-minutëshe ku prezantoni idenë tuaj, qëllimin e markës suaj dhe çfarë e bën atë të ndryshme. Përqendrohuni te qartësia dhe autenticiteti.

Ushtrimi 3 – Krijoni një Plan Përmbajtjeje 7-ditor

Zhvilloni një plan të thjeshtë javor postimesh për kanalet tuaja dixhitale, duke përfshirë ide për postime, mbishkrime dhe pamje që pasqyrojnë personalitetin e markës suaj.

Ushtrimi 4 – Sfida e Besimit Dixhital

Ndani publikisht një përmbajtje (foto, histori ose postim) që përfaqëson biznesin ose projektin tuaj të pasionit. Vëzhgoni se si ndihet të shprehni punën tuaj në internet.

Nxitje për Reflektim në Ditar

- Si ndiheni kur ndani idetë tuaja publikisht?
- Cila pjesë e ndërtimit të markës suaj online ju emocionon më shumë dhe cila pjesë ju bën të ndiheni të pakëndshme?
- Si mund të pasqyrojë prania juaj dixhitale jo vetëm atë që shisni, por edhe atë që jeni?
- Cilat reagime ose reagime nga të tjerët ju motivuan të vazhdoni?
- Çfarë hapi mund të ndërmerri këtë javë për të rritur vetëbesimin tuaj në internet?

Përmbledhje e Modullit dhe Mbështetje e Përmirësuar

Përmbledhjet kryesore

- Një markë e fortë ndërtohet mbi **autenticitetin, qartësinë dhe qëndrueshmërinë**, jo mbi përsosmërinë.
- **Prania dixhitale** është identiteti juaj profesional — çdo postim, koment ose mesazh kontribuon në imazhin tuaj.
- Krijimi i markës fillon me **të kuptuarit e audiencës suaj** dhe tregimin e historisë suaj në një mënyrë të kuptueshme.
- Mjete falas dhe të aksesueshme si **Canva**, **Wordpress**, **Wix** dhe **Meta Business Suite**, **chat-gpt**, **capcut** mund të mbështesin krijimin dhe rritjen e markës.
- Besimi dhe rrëfimi i historive janë po aq thelbësore sa aftësitë teknike kur poziciononi biznesin tuaj në internet.
- Sipërmarrja dixhitale i fuqizon gratë të **krijojnë dukshmëri, pavarësi dhe** mundësi lidershipi në çdo fushë.

Plani Juaj i Personalizuar i Veprimit

Tani që e keni përfunduar modulën, merrni 10-15 minuta për të përcaktuar hapat tuaj konkretë të ardhshëm. Përdorni këtë plan të thjeshtë për të zbatuar atë që keni mësuar:

- 1 . Qëllimi im për 30 ditët e ardhshme: (p.sh. "Të lançoj faqen e markës sime në Instagram")
- 2 . Veprimet kryesore që do të ndër marr: (p.sh. "Dizajnoj logon time në Canva; krijoj një plan javor përmbajtjeje; postoj 3 herë në javë")
- 3 . Mbështetja që më nevojitet: (p.sh. "Reagime nga kolegët ose mentori")
- 4 . Niveli im i vetëbesimit (1–5):

5 . Afati i fundit për veprim:

Ndjekja e Progresit të Vetëvlerësimit

Lista e Kontrollit të Aftësive Praktike

Përdoreni këtë listë kontrolli për të reflektuar mbi atë që keni mësuar dhe çfarë mund të bëni tani me besim pasi të keni përfunduar modulin. Shënoni të gjitha që aplikohen.

- Mund të përshkruaj elementët kryesorë të identitetit të një marke (vlerat, pamjet, toni i zërit).
- Mund të krijoj një komplet të thjeshtë marke duke përdorur mjete dixhitale falas (p.sh., Canva).
- Mund të përcaktoj audiencën time të synuar dhe të përshtas komunikimin tim në përputhje me rrethanat.
- Mund të hartoj dhe ndjek një plan javor përmbajtjeje për kanalet e mia në mediat sociale.
- Mund të zhvilloj dhe të jap një prezantim të shkurtër për idenë time të biznesit.
- Mund të dalloj se si autenticiteti dhe qëndrueshmëria formësojnë besimin dixhital.
- Mund të identifikoj rrjete të dobishme mbështetëse lokale dhe ndërkombëtare për gratë sipërmarrëse.
- Mund të vlerësoj efektivitetin e pranisë sime dixhitale dhe të bëj përmirësime.

Termometër/Peshore Besimi

Në një shkallë nga **1 deri në 5**, vlerësoni sa të sigurt ndiheni për zbatimin e aftësive të mësuara në këtë modul në biznesin ose idenë tuaj:

1. Not confident yet
2. Slightly confident
3. Fairly confident
4. Confident
5. Very confident and ready to take action

Moduli 4 Planifikimi financiar dhe rrugët e financimit

Përshkrim i shkurtër i modulit

Temat në këtë modul janë thelbësore për punonjësit e të rinjve që mbështesin gratë e reja në sipërmarrje, sepse ato ofrojnë bazën për të kuptuar se si rrjedh paraja brenda një biznesi: si të planifikohen, shpërndahen dhe kontrollohen burimet financiare në mënyrë të përgjegjshme. Duke u mbështetur në parimet e menaxhimit financiar nga manuali, moduli eksploron pasqyrat financiare kryesore, strukturat e kostos, burimet e të ardhurave dhe menaxhimin e fluksit të parave të gatshme. Këto koncepte i ndihmojnë punonjësit e të rinjve të udhëheqin gratë në vlerësimin e qëndrueshmërisë së biznesit, ruajtjen e likuiditetit dhe marrjen e vendimeve të informuara të financimit. Kuptimi i treguesve financiarë dhe analizës së barazpeshës i fuqizon ato të parashikojnë sfidat dhe të ndërtojnë modele të qëndrueshme të ndërmarrjes.

Pyetjet kryesore që moduli do të trajtojë:

1. Si kontribuojnë planifikimi financiar dhe buxhetimi në stabilitetin dhe rritjen e biznesit?
2. Cilat mundësi financimi dhe struktura financiare mund të mbështesin sipërmarrjet e grave të reja?
3. Si mund të udhëhiqet analiza financiare në një vendimmarrje më të mirë dhe sukses afatgjatë?

Objektivat e të Mësuarit

Pas përfundimit të këtij moduli, punonjësit e të rinjve do të jenë në gjendje të:

- udhëzojnë gratë e reja në zhvillimin e njohurive financiare dhe vetëbesimit në menaxhimin e financave të biznesit
- të kuptojnë se si të interpretojnë pasqyrat financiare bazë, të planifikojnë dhe monitorojnë fluksin e parasë dhe të identifikojnë burime të qëndrueshme financimi.
- të fitojnë aftësinë për të mbështetur krijimin e planeve financiare realiste, duke përfshirë buxhetimin, analizën e kostos dhe parashikimin e rentabilitetit.
- Mësoni si të vlerësoni treguesit financiarë për të vlerësuar performancën dhe rrezikun e biznesit.

Në fund të modulit, punonjësit e të rinjve do të jenë të pajisur për të ndihmuar gratë e reja të marrin vendime të informuara financiare, të kenë akses në mundësi të përshtatshme financimi dhe të sigurojnë qëndrueshmëri financiare afatgjatë të iniciativave të tyre sipërmarrëse.

Kompetencat Kryesore

Ky modul zhvillon kompetencat kryesore nga kornizat **EntreComp** dhe **LifeComp**, të cilat janë thelbësore për mbështetjen e grave të reja në sipërmarrje.

EntreComp:

- *Planifikim dhe Menaxhim* – aftësia për të organizuar burimet, për të vendosur përparësi financiare dhe për të monitoruar progresin drejt qëllimeve të biznesit.
- *Njohuri Financiare dhe Ekonomike* – të kuptuarit e fluksit të parasë, strukturave të kostos dhe opsioneve të financimit për të siguruar qëndrueshmërinë e biznesit.
- *Mobilizimi i Burimeve* – identifikimi dhe qasja në burime të ndryshme financiare dhe jofinanciare për të mbështetur rritjen sipërmarrëse.

LifeComp:

- *Vetërregullimi* – promovimi i sjelljes së përgjegjshme financiare, disiplinës dhe vendimmarrjes së orientuar drejt qëllimit.
- *Mirëqenia* – nxitja e vetëbesimit dhe zvogëlimi i stresit përmes zgjedhjeve të informuara financiare.
- *Të Mësosh për të Nxënë* – zhvillimi i aftësive reflektuese për të përmirësuar vazhdimisht planifikimin financiar dhe përshtatshmërinë në tregjet dinamike.

Hyrje dhe Frymëzim

Pse ky modul është i rëndësishëm për ju

Shumë gra të reja me ide të forta biznesi kanë vështirësi t'i shndërrojnë ato në realitet për shkak të njohurive të kufizuara financiare, mungesës së besimit në menaxhimin e parave dhe vështirësisë në lundrimin në sisteme komplekse financimi. Ky modul i adreson

drejtpërdrejt këto sfida duke çmitizuar konceptet financiare dhe duke ofruar mjete praktike për planifikimin, buxhetimin dhe vlerësimin e qëndrueshmërisë së biznesit. Duke kuptuar se si rrjedhin paratë përmes një biznesi, ju mund t'i mbështesni më mirë gratë e reja për të marrë vendime të informuara, për të zvogëluar rrezikun dhe për t'u ndjerë të fuqizuara në negociatat me investitorët ose partnerët. Moduli inkurajon besimin, pavarësinë dhe të menduarit afatgjatë - duke i ndihmuar punonjëset rinore të krijojnë një mjedis ku gratë e reja e shohin financën jo si një pengesë, por si një rrugë për arritjen e qëllimeve të tyre sipërmarrëse.

Histori frymëzuese si model (Video/Profil)

Ružica & Antea – Themeluesit e Room8, Mostar

Ružica dhe Antea lançuan **Room8**, agjencinë e parë UGC dhe TikTok në Bosnje dhe Hercegovinë, duke e shndërruar një boshllëk tregu në një biznes të lulëzuar. Pas përfundimit të modulit të *Planifikimit Financiar dhe Rrugëve të Financimit*, ata zbatuan parimet thelbësore për të siguruar rritje të qëndrueshme:

- **Buxhetimi dhe Fluksi i Parasë:** Ciklet financiare mujore, analiza e kostos dhe kontrollet e barazpeshës e mbajtën likuiditetin të qëndrueshëm.
- **Strategjia e Financimit:** Shfrytëzuan të ardhurat organike përpara se të merrnin në konsideratë mikro-investimet e synuara, duke shmangur borxhin e panevojshëm.
- **Analiza Financiare:** Ndjekja e KPI-ve (kostoja për video, të ardhurat mesatare për klient, shkalla e mbajtjes) e udhëhequr nga ndarja e burimeve.

Metrikat kryesore:

- *Fitimi i vlerës për paketën UGC:* 12 video/muaj
- *Të ardhurat mesatare të klientit:* 1,200 €/muaj
- *Shkalla e mbajtjes:* 78%

Duke kombinuar **ekspertizën në rrëfimin e historive** me **njohuritë financiare**, ata e shndërruan Room8 në një qendër krijuese shumëgjuhëshe që ofron krijim UGC,

menaxhim të TikTok, SEO dhe analiza. Udhëtimi i tyre dëshmon se zotërimi i financave e transformon kreativitetin në një ndërmarrje të qëndrueshme.

Përmbajtja kryesore: Udhëzime praktike hap pas hapi

Koncept i Thjeshtuar

Planifikimi financiar mund të duket kompleks, por në thelb ka të bëjë thjesht me të kuptuarit se si hyjnë dhe dalin paratë nga një biznes, dhe si të sigurohemi që gjithmonë ka mjaftueshëm para për të mbajtur gjërat në funksion të mirë. Çdo biznes, sado i vogël të jetë, ka nevojë për një plan se si t'i përdorë burimet e tij financiare me mençuri.

1. Themeli – të dish se ku ndodhesh

Një plan financiar fillon me tre mjete themelore të quajtura pasqyra financiare. Bilanci tregon se çfarë zotëron një biznes (asete) dhe çfarë i detyrohet (detyrime). Pasqyra e të ardhurave tregon se sa para hyjnë dhe sa dalin - duke ndihmuar në identifikimin e fitimit ose humbjes. Pasqyra e fluksit të parave të gatshme gjurmon kohën e pagesave dhe të ardhurave, duke siguruar që biznesi të mund të përmbushë detyrimet e tij të përditshme. Të kuptuarit e këtyre bazave i ndihmon gratë e reja të shohin pamjen reale të biznesit të tyre - jo vetëm atë që është në bankë sot.

2. Planifikimi për qëndrueshmëri

Planifikimi financiar nuk ka të bëjë vetëm me regjistrimin e numrave - ka të bëjë me parashikimin e së ardhmes. Duke vlerësuar të ardhurat, shpenzimet dhe investimet, sipërmarrësit mund të parashikojnë problemet para se ato të ndodhin. Kjo quhet buxhetim. Një buxhet i mirë ndihmon në përcaktimin e përparësive të shpenzimeve dhe siguron që burimet të jenë të disponueshme për rritje, jo vetëm për mbijetesë.

3. Kuptimi i kostove dhe çmimeve

Çdo produkt ose shërbim ka kosto. Disa kosto mbeten të njëjta çdo muaj (qiraja, pagat) - këto janë kosto fikse. Të tjerat ndryshojnë në varësi të prodhimit ose shitjeve (materialet, dorëzimi) - këto janë kosto variable. Njohja e ndryshimit ndihmon në llogaritjen e pikës së barazpeshës - momenti kur të ardhurat mbulojnë të gjitha kostot. Përtej kësaj pike, biznesi fillon të nxjerrë fitim.

4. Gjetja e parave – rrugët e financimit

Shumica e sipërmarrësve kanë nevojë për mbështetje financiare për të filluar ose për t'u rritur. Rrugët e financimit përfshijnë kursimet personale, kreditë, grantet, mbledhjen e fondeve nga publiku i gjerë ose partneritetet. Secila ka pro dhe kundër - kreditë kërkojnë

shlyerje, grantet shpesh kanë nevojë për justifikim të projektit, ndërsa investitorët mund të kërkojnë pronësi të pjesshme. Të mësosh se si të përputhesh me llojin e duhur të financimit në fazën dhe qëllimet e biznesit është një aftësi kyçe.

5. Marrja e vendimeve të informuara

Menaxhimi financiar ka të bëjë me përdorimin e informacionit për të bërë zgjedhje të zgjuara. Raportet e thjeshta financiare - si shpejtësia me të cilën mblidhen paratë nga klientët ose sasia e borxhit që përdoret në krahasim me të ardhurat - mund të tregojnë nëse një biznes është i shëndetshëm apo në rrezik. Punonjësit e të rinjve që i kuptojnë këto baza mund t'i udhëzojnë gratë e reja të planifikojnë, të përshtaten dhe të rriten me besim.

" Si të bëni"

Udhëzuesi 1: Si të krijoni një plan financiar bazë për biznesin tuaj të ri

1. Mblidhni Informacionin Kryesor të Biznesit

Para se të punoni me numra, përcaktoni qartë:

- Çfarë shet biznesi juaj
- Kush janë klientët tuaj
- Çfarë burimesh ju nevojiten për të vepruar

2. Vlerësoni kostot e fillimit të biznesit tuaj

Kostot fillestare përfshijnë gjithçka që ju nevojitet përpara se të filloni zyrtarisht operimin: Pajisje dhe vegla, Inventari fillestar ose materialet, Licencat dhe lejet, Marketingu dhe krijimi i markës, Faqja e internetit ose dyqani online, Transporti, softueri dhe shpenzime të tjera fillestare.

3. Llogaritni kostot tuaja mujore operative

Këto janë shpenzime që përsëriten çdo muaj, si fikse ashtu edhe variabile:

Qira, shërbime, internet, materiale dhe furnizime, paga ose tarifa shërbimesh, marketing dhe reklamim, transport/dërgesë, shlyerje kredie.

4. Parashikoni të ardhurat tuaja

Vlerësoni të ardhurat tuaja të pritura mujore bazuar në:

- Çmimi për produkt ose shërbim
- Numri i njëjësive që prisni të shisni
- Kërkesa sezonale
- Trendet e tregut

5. Vlerësoni fitimin tuaj

Fitimi = Të Ardhurat - Shpenzimet

Krijoni parashikime të thjeshta për 3 muajt ose tremujorin e parë

6. Llogaritni pikën tuaj të barazpeshës

Break-even ju tregon se sa njësi duhet të shisni përpara se të ndaloni humbjen e parave.

Break-Even = Kosto Fikse ÷ (Çmimi i Shitjes - Kosto Variabile)

7. Identifikoni Nevojat Tuaja për Financim

Pyet veten:

- Sa më duhet për të filluar?
- Sa duhet të shpenzoj për të operuar për 3 muajt e parë?
- Cilat burime financimi i përshtaten më mirë situatës sime?

8. Mbajeni planin tuaj të përditësuar

Një plan financiar nuk është kurrë “i përfunduar”.

Ai ndryshon me shitjet, shpenzimet dhe ndryshimet reale të tregut. Përditësojeni atë çdo muaj.

Udhëzuesi 2: Si të Zgjidhni Rrugën e Duhur të Financimit për Biznesin Tuaj

1. Identifikoni fazën e biznesit tuaj

Nevojat për financim varen nga vendi ku ndodhni

Faza	Financimi i Rekomanduar	Pro dhe Kundër
Faza e idesë	Fondet personale, grantet	Përparësitë: Pronësi e plotë, e thjeshtë dhe fleksibile, pa pagesë. Kundër: Shuma të kufizuara, konkurrese, ngarkesë pune administrative.
Rritje e hershme	Mikrokredi, financim kolektiv	Përparësitë: I arritshëm për fillestarët, Ndihej në ndërtimin e historikut të kreditit. Kundër: Kërkon shlyerje + interes. Kërkon marketing të fortë
Shkallëzimi	Investitorë, investitorë engjëj	Përparësitë: Para + mentorim + rrjetëzim Kundër: Ju hiqni dorë nga një pjesë e pronësisë

Faza	Financimi i Rekomanduar	Pro dhe Kundër
Rritje e qëndrueshme	Partneritete, kredi bankare	Përparësitë: Kostot dhe rreziqet e përbashkëta Kundër: Kërkon besim dhe marrëveshje të qarta

2. Vlerësoni nevojat tuaja dhe tolerancën ndaj riskut

Sqaroni:

- Sa para ju nevojiten
- Për çfarë ju nevojitet
- Sa shpejt ju nevojitet
- Sa rrezik mund të pranoni
- Nëse dëshironi të mbani pronësinë e plotë

Nëse doni kontroll → **grante, fonde personale, rritje e bazuar në të ardhura**

Nëse dëshironi shkallëzim të shpejtë → **investitorë, partneritete**

3. Përputhni çdo lloj financimi me qëllimet tuaja

4. Bëni një vetëvlerësim të shpejtë

Shënoni të gjitha që vlejné për ju:

- Kam një plan të qartë financiar
- Kam një komunitet ose ndjekës online
- Projekti im ka ndikim social
- Biznesi im mund të rritet shpejt
- Jam i gatshëm të heq dorë nga kapitali
- Unë mund të shlyej një kredi

Interpretim:

- Shumë ✓ nën "ndikim social" → grante
- Shumë ✓ nën "komunitet" → mbledhje fondesh
- Shumë ✓ nën "rritje" → investitorë
- Shumë ✓ nën "stabilitet" → mikrofinancë
- Pak ✓ në përgjithësi → forcojnë biznesin modeli i parë

Mjete dhe Shabllone Praktike: dhe Shabllone:

Informacion bazë	
Emri i biznesit:	
Sipërmarrës:	
Data:	

Lloji i biznesit:			
Produkti/Shërbimet:			
Kostot e fillimit			
Artikull	Kostoja e parashikuar (€)		
Pajisje / Mjete			
Inventari Fillestar / Materialet			
Licencat / Lejet			
Marketingu dhe Branding			
Uebfaqe / Konfigurim Online			
Tjetër (specifikon i)			
Kostot totale të fillimit			
Kostot Operative Mujore			
Kategoria e Shpenzimeve	Kosto mujore (€)		
Qira / Shërbime			
Materiale / Furnizime			
Pagat / Rrogat			
Marketing / Reklamim			
Transporti / Dërgesa			
Shlyerjet e Kredisë			
Tjetër (specifikoni)			
Kostot totale mujore			
Parashikimi i të Ardhurave			
Produkt/Shërbim	Njësi të shitura (në muaj)	Çmimi për Njësi (€)	Të Ardhurat Totale (€)

Produkti 1			
Produkti 2			
Produkti 3			
Të ardhurat totale			
Vlerësimi i fitimit			
Muaji	Të Ardhurat e Pritura (€)	Kostoja e pritur (€)	Fitimi i Pritur (€)
Muaji 1			
Muaji 2			
Muaji 3			
Totali i tremujorit			
Nevojat për Financim			
Qëllimi	Shuma e Nevojshme (€)	Burimi (Vetja/Kredi/Grant etj.)	
Investim në biznesin fillestar			
Kapitali punues			
Blerja e pajisjeve			
Buxheti i Marketingut			
Financimi total i nevojshëm			
Raportet kryesore			
Treguesi	Formula		Rezultati juaj
Fitimi (Të Ardhurat Neto)	Të Ardhurat - Shpenzimet		
Marzhi i Fitimit (%)	$(\text{Fitimi} \div \text{Të ardhurat}) \times 100$		
Boshllëku i Financimit	Totali i Nevojshëm - Fondet e Veta		

Çfarë më tregojnë parashikimet e mia? _____

Cilat supozime janë më të pasigurta? _____

A i mbulojnë të ardhurat kostot? _____

Çfarë rreziqesh duhet të monitoroj? _____

Studime Rastesh dhe Shembuj Vendorë

Ekonomia krijuese në rritje e Bosnjës dhe Hercegovinës formësohet nga diversiteti kulturor lokal, transformimi dixhital dhe rregulloret në zhvillim. **OREA Bazaar**, me seli në Sarajevë, shfrytëzon këtë peizazh dinamik duke lidhur mbi 200 prodhues të vegjël të

udhëhequr kryesisht nga gratë me konsumatorë globalë përmes veshjeve të punuara me dorë, bizhuterive, dekorit të shtëpisë dhe më shumë.

Studime Rastesh Vendore dhe Ngjarje Komunitare

vjetor i **Artit OREA**, i mbajtur në vende të tilla si Dom mladih dhe Metalac, mbledh 48-53 artizanë nga i gjithë rajoni. Ai përzien tregtinë, rrëfimin e historive kulturore, programet miqësore për fëmijë, përpjekjet për qëndrueshmëri dhe bamirësinë, duke mbledhur mbi 100,000 KM për fondacionin "Srce za djecu oboljelu od raka".

Konteksti Rregullator dhe i Tregut

Duke u lançuar në vitin 2017, ekipi i OREA u përball me sfida që lidheshin me ekosistemin e pazhvilluar të tregtisë elektronike në Bosnjë dhe hezitimin ndaj pagesave online. Ata sollën risi duke integruar tregjet offline me iniciativat dixhitale, duke rritur besimin përpara se të zgjeronin online në përputhje me standardet rregullatore lokale dhe pajtueshmërinë me GDPR.

Rrjetet Mbështetëse

Bashkëpunimet strategjike me **Qeverinë e Kantonit të Sarajevës**, **UNDP-në**, **EcoPak-un** dhe **TOMRA-n** nxjerrin në pah mbështetje të fortë institucionale. Këto partneritete ofruan mbështetje me grante, infrastrukturë për paketimin ekologjik, udhëzime për qëndrueshmërinë dhe dukshmëri në treg. Të dhënat e UNDP-së tregojnë se mbi **90%** e shitësve të OREA-s janë gra, me **70%** që përdorin metoda prodhimi të vetëdijshme për mjedisin.

"Në qendër të vëmendjes barrierat gjinore"

💡 NJOFITIM GJINOR: Boshllëku i Besimit

Gratë shpesh i nënvlerësojnë njohuritë e tyre financiare, edhe kur aftësitë e tyre përputhen ose i tejkalojnë ato të burrave. Ndërtoni vetëbesim duke praktikuar rregullisht pasqyrat financiare - numrat bëhen më të lehtë me përsëritje.

⚠️ ALARM PËR PARASHKËSHIM TË FINANCIMIT

Studimet tregojnë se bizneset e drejtuara nga gratë marrin më pak investime për shkak të paragjyqimeve të pavetëdijshme, jo për shkak të mungesës së potencialit. Përdorni të dhëna të forta, parashikime të qarta dhe prova të tërheqjes për të kundërshtuar supozimet e paragjykuara.

★ KONTROLLI I REALITETIT TË KUJDESIT

Shumë gra e kombinojnë sipërmarrjen me përgjegjësitë e kujdesit. Integroni buxhetimin fleksibël dhe planifikimin e kostove të bazuar në kohë për të zvogëluar stresin dhe për të mbështetur rritjen e qëndrueshme.

💬 NXITJE E NEGOCIATAVE

Gratë ndonjëherë penalizohen për vendosmëri në negociata. Përqendrohuni te faktet: të dhënat e tregut, kthimi i investimit, tërheqja e klientëve dhe parashikimet financiare. Lërin numrat të flasin me besim për ju.

🔍 KËSHILLË PËR DUKSHMËRINË E RRJETIT

Rrjetet financiare të dominuara nga meshkuj mund të jenë më të vështira për t'u aksesuar. Kërkoni në mënyrë aktive përshpejtues të fokusuar te gratë, programe grantesh dhe qarqe mentorimi për të ndërtuar kapital financiar dhe social.

💰 ÇMIME PA NDJESHJE FAJI

Gratë shpesh e nënvlerësojnë punën e tyre. Bazojini çmimet në kostot reale, normat e tregut dhe vlerën e ofruar - jo në frikën e "kërkesës së tepërt".

Zbatimi dhe Praktika e Aftësive ("Radha Juaj")

Ushtrime të Udhëzuara

Detyra 1: Zgjidhni dhe Justifikoni Rrugën Tuaj të Financimit

Zgjidh një:

- Kursime personale
- Financim familjar
- Grant publik
- Mikrokredi
- Financim kolektiv
- Engjëll biznesi
- Partneritet

Shkruani 5-6 fjali duke shpjeguar:

- Pse kjo rrugë i përshtatet biznesit tuaj
- Rreziqet që shihni
- Çfarë duhet të përgatitni (dokumente, prezantim, parashikime)

Detyra 2: Krijoni një Plan Financiar me një Faqe

Përfshi:

- Kostot e fillimit
- Kostot mujore
- Parashikimi i të ardhurave
- Fitimi i barabartë
- Nevojitet financim
- Rruga e preferuar e financimit
- 3 KPI financiare (fitimi, marzhi, LTV/CAC, norma e djetjes)

Nxitje për Reflektim në Ditar

Përdorni këto nxitje për të reflektuar mbi rritjen tuaj personale, mentalitetin dhe sfidat gjatë gjithë modulit të *Planifikimit Financiar dhe Shtigjeve të Financimit*.

- Si ka evoluar kuptimi juaj i planifikimit financiar gjatë këtij moduli?
- Cila rrugë financimi duket më e përputhur me vlerat dhe qëllimet e biznesit tuaj - dhe pse?
- Çfarë ju habiti më shumë në mënyrën se si modeli juaj i biznesit krijon dhe kap vlerë?
- Sa i sigurt ndiheni kur diskutoni tema financiare tani krahasuar me më parë?
- Çfarë barrierash ose paragjykimesh të lidhura me gjininë keni dalluar dhe si mund t'i përballoni ato ndryshe?
- Cili është një zakon financiar ose ndryshim i mënyrës së të menduarit që dëshironi të vazhdoni nga kjo përvojë mësimore?

Përmbledhje e Modulit dhe Mbështetje e Përmirësuar

Përmbledhjet kryesore

- Kuptoni se si të krijoni, ofroni dhe kapni vlerë përmes një modeli të qartë biznesi.
- Fitoni aftësi thelbësore në **planifikimin financiar** — përcaktimin, ndjekjen dhe menaxhimin e të ardhurave dhe shpenzimeve.
- Eksploroni **rrugë të ndryshme financimi** dhe si të zgjidhni atë të duhurën për fazën e biznesit tuaj.
- Njohja dhe adresimi i **barrierave specifike gjinore** në sipërmarrje dhe financim.
- Forconi vendimmarrjen përmes një kuptimi holistik se si lidhen financat dhe krijimi i vlerës.

Plani Juaj i Personalizuar i Veprimit

Përcaktoni Fokusin Tuaj
Cila është fusha e biznesit tuaj që do t'i jepni përparësi muajin e ardhshëm?
Vendosni tre veprime të menjëhershme
Renditni tre veprime specifike që do të ndërmerrni brenda 30 ditëve të ardhshme.
1.
2.
3.
Identifikoni Burimet dhe Mbështetjen
Kush ose çfarë mund t'ju ndihmojë të arrini këto veprime?
Ndiqni progresin tuaj
Si do ta matni suksesin dhe si do të qëndroni përgjegjës?

Ndjekja e Progresit të Vetëvlerësimit

Lista e Kontrollit të Aftësive Praktike

Lista e Kontrollit të Aftësive Praktike

Aftësi	Rretho Po ose Jo	
Unë mund të përshkruaj se si një biznes krijon, ofron dhe kap vlerë.	Po	Jo
Unë mund të identifikoj segmentet kryesore të klientëve të mi dhe propozimet e vlerës.	Po	Jo
Unë mund të përcaktoj, kategorizoj dhe gjurmoj të ardhurat dhe shpenzimet .	Po	Jo
Unë mund të krijoj një plan të thjeshtë financiar me parashikime realiste.	Po	Jo

Unë mund të identifikoj të paktën tre rrugë financimi i përshtatshëm për biznesin tim.	Po	Jo
Unë mund ta prezantoj me besim biznesin tim para investitorëve ose financuesve potencialë .	Po	Jo
Unë mund të dalloj barrierat që lidhen me gjininë dhe të zbatojnë strategji për t'i kapërcyer ato.	Po	Jo
Unë mund të përdor njohuri financiare për të marrë vendime të informuara biznesi.	Po	Jo

Termometër/Peshore Besimi

Vlerësoni vetëbesimin tuaj në zbatimin e këtyre aftësive në jetën reale.

Rrethoni ose shënoni numrin që përfaqëson më së miri se si ndiheni tani.

Niveli i Besimit	Përshkrimi
1 - Nuk jam i sigurt	Ende nuk jam i sigurt se si t'i zbatoj këto koncepte.
2 - Pak i sigurt	I kuptoj bazat, por kam nevojë për më shumë praktikë.
3 - Mjaft i sigurt	Unë mund t'i zbatoj shumicën e koncepteve me pak mbështetje.
4 - I sigurt	Unë mund t'i përdor këto aftësi në mënyrë të pavarur.
5 - Shumë i sigurt	Mund t'i zbatoj ato lehtësisht dhe t'i ndihmoj të tjerët të bëjnë të njëjtën gjë.

Niveli im aktual i vetëbesimit pas trajnimit mbi Planifikimin Financiar dhe Rrugët e Financimit

1 2 3 4 5

Integrimi i Qendrës së Burimeve

SPANJË

1. Mbështetje Publike / Institucionale

ENISA – Empresa Nacional de Innovación

Kredi publike për startup-et dhe SME-të, duke përfshirë gratë dhe sipërmarrësit e rinj

<https://www.enisa.es>

Instituto de las Mujeres (Ministria e Barazisë)

Programe dhe fonde kombëtare që mbështesin sipërmarrjen e grave

<https://www.inmujeres.gob.es>

2. Financa dhe Grante

ICO – Instituti Zyrtar i

Kredive të mbështetura nga shteti për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, gratë e vetëpunësuar dhe projektet e gjelbra/dixhitale

<https://www.ico.es>

Gjeneratës së Ardhshme të BE-së – Spanjë (PRTR)

për dixhitalizim, qëndrueshmëri dhe sipërmarrje

<https://planderecuperacion.gob.es>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

EOI – Escuela de Organización

Programet e trajnimit dhe inkubacionit për sipërmarrjen industriale

<https://www.eoi.es>

Red.es

Programe për aftësi dixhitale dhe transformim dixhital të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme

<https://www.red.es>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Rrjeti dhe mentorimi i grave sipërmarrëse

Womenalia

<https://www.womenalia.com>

Women Angels

për startup-e të udhëhequra nga gratë

<https://womenangelsforsteam.com>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

Cámaras de Comercio de España

Këshilla biznesi, trajnime dhe mbështetje

ndërkombëtare <https://www.camara.es>

NORVEGJI

1. Mbështetje Publike/Institucionale

Inovacionit në Norvegji

që ofron grante, kredi dhe shërbime këshillimore

<https://www.innovasjon Norge.no>

2. Financa dhe Grante

Innovation Norway – Grante për Themelimin

Financim Fillestar për bizneset në fazat e hershme

<https://www.innovasjon Norge.no/en/services/grants>

SkatteFUNN

Stimujt tatimorë për R&D dhe inovacionin

<https://www.skattefunn.no>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

Startuplab Oslo

Startup inkubator dhe akses investitor

<https://startuplab.no>

Programet e kompetencës dixhitale

DigitalNorway për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme

<https://digitalnorway.com>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Themeluese Femra Norvegji

Mentorim dhe gatishmëri për investitorët për gratë sipërmarrëse

<https://femalefounders.no>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

Altinn – Portal Biznesi

, Platformë Regjistrimi dhe Pajtueshmërie e Kompanive

<https://www.altinn.no>

GREQI

1. Mbështetje Publike / Institucionale

Ministria e Zhvillimit dhe Investimeve

Programet Kombëtare për Sipërmarrjen dhe Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme

<https://www.mindev.gov.gr>

2. Financa dhe Grante

Banka Helene e Zhvillimit (HDB)

Kredi dhe garanci për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme dhe gratë sipërmarrëse

<https://hdb.gr>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

Regjistri Kombëtar i Startup-eve dhe Porta e Ekosistemit

Elevate Greece

<https://elevategreece.gov.gr>

ACEin – Qendra e Athinës për

Trajnim dhe Inkubacion për Sipërmarrje dhe Inovacion

<https://acein.aueb.gr>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Women On Top

Mentoring dhe ndërtim kapacitetesh për gratë profesioniste

<https://womenontop.gr>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

Agjencitë e Zhvillimit Rajonal (p.sh. KEPA-ANEM)

Këshillim biznesi dhe mbështetje me fonde nga BE

<https://www.kepa-anem.gr>

MALI I ZI

1. Mbështetje Publike / Institucionale

Programet

e Ministrisë së Zhvillimit Ekonomik për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme dhe sipërmarrjen e grave

<https://www.gov.me/mek>

Strategjia për Zhvillimin e Sipërmarrjes së Grave 2025–2028

Korniza e politikave dhe thirrjet e ardhshme

<https://www.gov.me>

2. Financa dhe Grante

Fondit për Inovacion dhe Zhvillim

për startup-e dhe inovacion

<https://fondzainovacije.me>

BERZH – Gratë në Biznes në Mal të Zi

Kredi dhe stimuj për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme të udhëhequra nga gratë

<https://www.ebrd.com/women-in-business>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

Programi i Mbështetjes së Konkurrueshmërisë së Ndërmarrjeve të Vogla dhe të Mesme (NVM)

Asistencë teknike dhe pajtueshmëri me standardet

 <https://www.gov.me>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Unioni i Sipërmarrësve të Rinj të Malit të Zi

Klube rinore dhe mentorim (mbështetur nga OSBE)

 <https://www.ujem.me>

Rrjeti i grave sipërmarrëse në Mal të Zi për Bizneset Kryesore të Grave (TWBM)

 <https://topwomenbusiness.me>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

EmpowHER Montenegro / Projekte për Gratë Rurale

Ndërtimi i kapaciteteve dhe mbështetja e sipërmarrjes rurale

 <https://empowher.me>

SHQIPËRI

1. Mbështetje Publike / Institucionale

AIDA – Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve

Mbështetje për sipërmarrjet e reja dhe gratë

 <https://aida.gov.al>

2. Financa dhe Grante

EU4Innovation Albania

Mbështetje e financuar nga BE për inovacionin dhe sipërmarrjen

 <https://www.eu4innovation.al>

Politikat dhe udhëzimet për financimin e sipërmarrjes së grave
të UN Women Albania

<https://albania.unwomen.org>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

Trajnim, mentorim dhe inkubacion
në Qendrën e Inovacionit Protik

<https://protik.org>

e TechSpace Tirana

për aftësi dixhitale dhe inovacion

<https://techspace.al>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Vajzat në Teknologji Albania

Mentorim dhe komunitet për gratë në teknologji

<https://girlsintech.org>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

Dhomat e Tregtisë dhe Qendrat Lokale të Biznesit

Konsulencë Ligjore, Financiare dhe Biznesore

<https://cciaa.al>

KOSOVË

1. Mbështetje Publike / Institucionale

Grante

të Ministrisë së Industrisë, Sipërmarrjes dhe Tregtisë (MIET) për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme dhe sipërmarrjen e grave

<https://mint.rks-gov.net>

2. Financa dhe Grante

Fondi i Garancisë së Kredive të Kosovës (FKGF)

Garanci kredie për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme të udhëhequra nga gratë

 <https://kcgf.org>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

Programet e inkubacionit dhe përsheptimit të


Qendrës së Inovacionit në Kosovë (ICK)

 <https://ickosovo.com>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Trajnim dhe mentorim për Aftësitë e

Grave në Teknologji në Kosovë

 <https://womenintechkosovo.com>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

OJQ-të dhe Qendrat e Mbështetjes së Biznesit,

Këshillim për startup-e dhe ndërtim kapacitetesh

 <https://germin.org>

BOSNJA DHE HERCEGOVINA

1. Mbështetje Publike / Institucionale

Ministria Federale e Sipërmarrjes dhe Artizanatit (FMRPO)

Mbështetja e Ndërmarrjeve të Vogla dhe të Mesme dhe Punësimit

 <https://fmrpo.gov.ba>

2. Financa dhe Grante

WB EDIF – Lehtësimi i Financimit të Ndërmarrjeve të Vogla dhe të Mesme (

NVM) Qasje në financim e mbështetur nga BE-ja

 <https://www.wb-edif.eu>

BERZH – SME Go Green / Go Digital


Green dhe kredi dixhitale me grante

 <https://www.ebrd.com>

3. Inovacioni, Inkubacioni dhe Aftësitë

Fondacioni 787

Inkubacioni dhe përsheptimi

 <https://www.fondacija787.ba>

Sist'Her – Grua e Fortë,

Trajnim i Fortë Biznesi dhe financim fillestar

 <https://sist-her.ba>

4. Mentorimi dhe Rrjetet e Fokusuara te Gratë

Programi i mentorimit në shkallë të gjerë

për Gratë në Biznes

 <https://www.undp.org/bosnia-herzegovina>

Rrjeti i Mentorimit të Grave (Addiko + Deloitte + UNDP)

 <https://www.addiko.com>

5. Këshillim dhe Mbështetje Biznesi

ValuCon – <https://valucon.ba>

ECOVIS MATAS – <https://www.ecovis.com>

Accace BiH – <https://www.accace.com>

CMS Legal – <https://cms.law>

Fjalor

Aktivno slušanje

Praksa potpune koncentracije na govornika kako bi se razumjela njegova poruka i promišljeno reagiranje, umjesto pasivnog slušanja.

Analiza konkurencije

Strukturirano poređenje postojećih tržišnih rješenja kako bi se identifikovale snage, slabosti i nedostaci.

Andeoski investitor

pojedinač koji pruža kapital i mentorstvo u ranoj fazi poslovanja u zamjenu za vlasnički kapital.

Asertivna komunikacija

- stil komunikacije koji jasno i s poštovanjem izražava potrebe, misli i osjećaje, uz istovremeno uvažavanje prava drugih.

Autentičnost

Biti vjeran svojim vrijednostima i iskreno komunicirati, čime se gradi povjerenje i kredibilitet kod drugih.

Bilans stanja

Finansijski izvještaj koji prikazuje šta preduzeće posjeduje (imovina), šta duguje (obaveze) i koliki je vlasnički kapital u određenom trenutku.

Bilans uspjeha

Finansijski izvještaj koji prikazuje prihode, rashode i dobit ili gubitak u određenom periodu.

Budžetiranje

Proces planiranja budućih prihoda i rashoda radi efikasne raspodjele resursa i kontrole potrošnje.

Ciljna publika

Specifična grupa koju proizvod, usluga ili program ima za cilj dosegnuti.

Ciljni kupac

Jasno definirana grupa ljudi za koju je proizvod ili usluga namijenjen.

Digitalna prisutnost

Ukupna vidljivost osobe ili poslovanja na internetu putem web stranica, društvenih medija i digitalnih platformi.

Društveni kapital

Vrijednost koja proizlazi iz mreža, odnosa i zajedničkih normi koje olakšavaju saradnju i prilike.

Ekosistem

Međusobno povezana mreža aktera, institucija i resursa koji podržavaju poduzetništvo i inovacije u određenom kontekstu.

Emocionalna inteligencija (EI)

Sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i upravljanja vlastitim emocijama, te empatije prema emocijama drugih.

Emocionalni rad

Često nevidljivi posao upravljanja emocijama – vlastitim i tuđim – kao dio profesionalne uloge.

Empatija

Sposobnost razumijevanja i dijeljenja emocionalnog iskustva i perspektive druge osobe.

EntreComp

Evropski okvir kompetencija za poduzetništvo koji definira znanja, vještine i stavove potrebne za stvaranje vrijednosti.

Finansijska pismenost

Sposobnost razumijevanja i primjene finansijskih koncepata za donošenje informiranih odluka.

Finansijsko planiranje

Proces predviđanja prihoda, rashoda i potreba za resursima radi podrške održivosti i rastu poslovanja.

Fiksni troškovi

Troškovi koji ostaju konstantni bez obzira na proizvodnju ili obim prodaje, kao što su najamnina ili plate.

Grant

Nepovratna sredstva, često dodijeljena za inovativne, društvene ili poslovne aktivnosti vođene određenom svrhom.

Grupno finansiranje (Crowdfunding)

Metoda finansiranja u kojoj mnogi pojedinci doprinose malim iznosima novca putem interneta kako bi podržali poslovnu ideju.

GROW Model

Okvir koučinga strukturiran oko četiri faze: Cilj, Stvarnost, Opcije i Volja (posvećenost akciji).

Identitet brenda

Kombinacija vrijednosti, vizuala, tona i ličnosti koja čini poslovanje prepoznatljivim i prepoznatljivim.

Imovina

Resursi u vlasništvu preduzeća, kao što su gotovina, zalihe, oprema ili imovina.

Interseksionalnost

Analitički okvir koji ispituje kako se različiti aspekti identiteta preklapaju kako bi oblikovali iskustva prednosti ili diskriminacije.

Intrinzična motivacija

je poriv koji proizlazi iz unutrašnjih vrijednosti, interesa ili strasti, a ne iz vanjskih nagrada.

Izjava o viziji

Sažet opis budućnosti koju poduzetnik želi stvoriti, a koji odražava svrhu, vrijednosti i utjecaj.

Izveštaj o novčanom toku

Finansijski izvještaj koji prati vrijeme priliva i odliva gotovine radi upravljanja likvidnošću.

Jaz u samopouzdanju

Tendencija da žene prijavljuju niže samopouzdanje od muškaraca u profesionalnom kontekstu uprkos uporedivim kompetencijama.

Kapital

Vrijednost poslovanja u vlasništvu poduzetnika nakon odbitka obaveza, uključujući investirani kapital i zadržanu dobit.

Kognitivno reframing

je psihološka tehnika koja uključuje identificiranje i preoblikovanje negativnih obrazaca mišljenja u uravnoteženije i konstruktivnije perspektive.

Kombinirano učenje

Pedagoški pristup koji kombinira online digitalno učenje s metodama učenja licem u lice ili offline kako bi se poboljšala dostupnost i učinkovitost.

Kratka prezentacija (Elevator pitch)

, uvjerljiva prezentacija (30–60 sekundi) koja opisuje šta ideja ili posao radi, kome služi i šta ga čini posebnim.

Kulturna sigurnost

Okruženje u kojem pojedinci mogu izraziti svoj identitet bez straha od diskriminacije ili pritiska na konformizam.

Kulturna skromnost

je kontinuirani proces samorefleksije i otvorenosti za učenje iz kulturnih perspektiva drugih.

Lean Start-up

Agilni pristup razvoju poslovanja zasnovan na iterativnom testiranju i povratnim informacijama od kupaca (Izgradi–Mjeri–Uči).

LifeComp

Evropski okvir za lične, društvene i kompetencije učenja koji podržava cjeloživotni razvoj.

Marža profita

Procenat prihoda koji ostaje kao profit nakon odbitka troškova.

Mentalitet rasta

Vjerovanje da se sposobnosti i inteligencija mogu razviti kroz trud, učenje i povratne informacije.

Mentorstvo

Razvojni odnos u kojem iskusnija osoba podržava profesionalni i lični rast druge osobe.

Mikroagresija

Suptilna, često nenamjerna ponašanja ili komentari koji prenose negativne poruke marginaliziranim grupama.

Mikrokredit / Mikrofinansiranje

Mali krediti namijenjeni preduzećima u ranoj fazi s ograničenim pristupom tradicionalnom finansiranju.

Mindfulness

Praksa neosuđujuće svjesnosti sadašnjeg trenutka, koja podržava emocionalnu regulaciju i otpornost.

Mobilizacija drugih

Sposobnost inspirisanja i angažovanja ljudi na saradnju ka ostvarenju zajedničkog cilja ili vizije.

Neformalno učenje

Strukturirano učenje izvan formalnih obrazovnih sistema, koje karakterizira fleksibilnost i iskustvene metode.

Obaveze

Dugovi ili finansijske obaveze koje preduzeće mora otplatiti.

Osnaživanje

Proces jačanja samopouzdanja, autonomije i sposobnosti pojedinca da djeluje na osnovu svojih izbora.

Otpornost

Sposobnost oporavka od teškoća, prilagođavanja promjenama i nastavka ostvarivanja ciljeva.

Participativne metode

Tehnike aktivnog učenja koje direktno angažuju učesnike, kao što su grupni rad, pripovijedanje i simulacije.

Planiranje akcije

Proces razlaganja ciljeva na specifične, upravljive korake s definiranim vremenskim okvirima i resursima za postizanje željenih rezultata.

Poduzetnički način razmišljanja

Skup stavova i ponašanja – kao što su inicijativa, kreativnost i upornost – koji omogućavaju prepoznavanje prilika i stvaranje vrijednosti.

Poduzetnički plan puta

Strukturirani ili vizualni plan koji integrira viziju, ciljeve, prekretnice i strategije za vođenje poduzetničkog napretka.

Poslovni model platna (BMC)

je alat za strateški menadžment koji se koristi za vizualizaciju i analizu ključnih elemenata poslovanja, uključujući vrijednosnu ponudu, kupce, poslovanje i finansije.

Potreba tržišta

Problem ili nezadovoljena potražnja koju doživljavaju potencijalni kupci.

Povratne informacije kupaca

Mišljenja, reakcije ili uvidi prikupljeni od potencijalnih ili postojećih korisnika o proizvodu ili usluzi.

Preoblikovanje prepreka

Praksa posmatranja izazova kao prilika za učenje i napredak.

Prijetnja stereotipa

Rizik od nedovoljnog učinka uzrokovan sviješću o negativnim stereotipima o vlastitoj grupi.

Prilagođenost tržištu

Stepen u kojem proizvod ili usluga odgovara stvarnom problemu i potrebama definirane ciljne grupe.

Pripovijedanje

Korištenje narativa za prenošenje vrijednosti, emocionalno povezivanje i inspiriranje angažmana.

Pristup zasnovan na snagama

Metodologija koja se fokusira na poboljšanje postojećih sposobnosti, a ne na ispravljanje slabosti.

Promjena načina razmišljanja

Promjena u obrascima razmišljanja koja omogućava rast, otpornost i proaktivno ponašanje.

Psihološka sigurnost

Okruženje u kojem se pojedinci osjećaju sigurno da izraze ideje, pitanja ili greške bez straha.

Putevi finansiranja

Različiti izvori finansiranja poslovanja, uključujući štednju, kredite, grantove ili investitore.

Rodne barijere

Strukturni ili kulturni izazovi koji nesrazmjerno utiču na žene u poduzetništvu, kao što su stereotipi ili očekivanja u pogledu brige o drugima.

Rodno osjetljiv dizajn

Pristup koji aktivno rješava rodne predrasude i strukturne nejednakosti, umjesto da pretpostavlja rodnu neutralnost.

Samoregulacija

Sposobnost upravljanja emocijama, impulsima i ponašanjem kako bi se održala fokusiranost i prilagodljivost.

Samosvijest

Razumijevanje vlastitih emocija, motivacija, snaga i ograničenja.

Samopouzdanje

Vjerovanje u vlastitu sposobnost poduzimanja akcija, donošenja odluka i postizanja rezultata.

Samoeфикаsnost

Vjerovanje u vlastitu sposobnost izvršavanja radnji potrebnih za postizanje određenih ciljeva.

Sindrom varalice

- psihološki obrazac u kojem pojedinci sumnjaju u svoja postignuća i boje se da će biti razotkriveni kao nesposobni uprkos dokazima o uspjehu.

SMART ciljevi

Okvir za postavljanje ciljeva koji osigurava da su ciljevi specifični, mjerljivi, dostižni, relevantni i vremenski ograničeni.

Socijalne vještine

Međuljudske vještine koje omogućavaju efikasnu komunikaciju, saradnju i upravljanje konfliktima.

STEM/ICT

oblasti povezane sa naukom, tehnologijom, inženjerstvom, matematikom i informaciono-komunikacionom tehnologijom.

Tačka rentabilnosti

nivo prodaje na kojem ukupni prihodi postaju jednaki ukupnim troškovima, što znači da preduzeće ne ostvaruje ni profit ni gubitak.

Upravljanje novčanim tokovima

Praksa osiguranja dovoljnog priliva gotovine za pokrivanje svakodnevnih poslovnih troškova i obaveza.

Uvid u tržište

Razumijevanje potreba, ponašanja i problema kupaca na osnovu dokaza, a ne pretpostavki.

Validacija ideje

Proces testiranja poslovne ideje sa stvarnim korisnicima kako bi se smanjila neizvjesnost prije ulaganja resursa.

Varijabilni troškovi

Troškovi koji se mijenjaju u zavisnosti od obima proizvodnje ili prodaje.

Vizualna ploča

Vizualni alat koji koristi slike i riječi za predstavljanje ciljeva i težnji.

Vrijednosni prijedlog

Jasno objašnjenje kako proizvod ili usluga rješava problem i zašto je vrijedan.







Zagovaranje politika

Strateške akcije usmjerene na utjecaj na zakone, politike ili javne odluke.

Lexime dhe Burime të Mëtejshme







I. Kuadrot Evropiane dhe Ndërkombëtare të Kompetencave

(Të përdorura gjerësisht në Shqipëri dhe Kosovë përmes projekteve të BE-së, arsimit dhe punës me të rinjtë)

- **European Commission. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework** (në anglisht)
 https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp_en
 Kuadër referues i përdorur në projekte Erasmus+, youth work dhe VET në Shqipëri dhe Kosovë.
- **European Commission. (2020). LifeComp: The European Framework for Personal, Social and Learning to Learn Competence** (në anglisht)
 https://joint-research-centre.ec.europa.eu/lifecomp_en
 I përshtatshëm për zhvillimin e aftësive jetësore, punësimin dhe të nxëniti joformal.
- **McCallum et al. (2018). EntreComp into Action: Get Inspired, Make It Happen** (në anglisht)
 <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9a7f7f7b-0e4d-11e9-81b4-01aa75ed71a1>
 Shembuj praktikë të aplikimit të EntreComp në arsim dhe punë me të rinjtë.


II. Sipërmarrja dhe punësimi i të rinjve

Shqipëria

- **Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA)**
 <https://aida.gov.al>
 Informacion mbi klimën e biznesit, startup-et, grantet dhe mbështetjen institucionale.
- **Agjencia Kombëtare e Punësimit dhe Aftësive (AKPA)**
 <https://akpa.gov.al>
 Programe për vetëpunësim, trajnim profesional dhe punësimin e të rinjve.
- **StartUp Albania**
 <https://startup.al>
 Platformë kombëtare për startup-e, programe mbështetëse dhe thirrje financimi.

- **Fondacioni “Yunus Social Business Albania”**

 <https://ysb-albania.org>

 Mbështetje për sipërmarrje sociale dhe biznese me ndikim.

Kosova

- **Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë (MINT)**

 <https://mint.rks-gov.net>

 Politika dhe programe për ndërmarrësinë dhe zhvillimin e bizneseve.

- **Agjencia Kosovare për Investime dhe Përkrahjen e Ndërmarrjeve – KIESA**

 <https://kiesa.rks-gov.net>


 Mbështetje për startup-e, ndërmarrje të vogla dhe të mesme.

- **Innovation Centre Kosovo (ICK)**

 <https://ickosovo.com>

 Inkubator, trajnime, mentorim dhe mbështetje për sipërmarrje inovative.

- **Kosovo Young Entrepreneurs Program (KYE)**


 <https://kye-ks.org>

 Programe mentorimi dhe zhvillimi për të rinjtë sipërmarrës.

III. Sipërmarrja e grave dhe barazia gjinore

Shqipëria


- **Rrjeti i Grave Sipërmarrëse të Shqipërisë (WEN Albania)**

 <https://womenentrepreneurs.al>

 Rrjetëzim, mentorim dhe programe për gratë sipërmarrëse.

- **Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes Sociale – Barazia Gjinore**

 <https://shendetesia.gov.al>

 Strategji dhe politika për fuqizimin ekonomik të grave.

Kosova


- **Rrjeti i Grave të Kosovës (KWN)**

 <https://womensnetwork.org>

 Hulumtime, avokim dhe programe për fuqizimin ekonomik të grave.





- **Ministria e Drejtësisë – Agjencia për Barazi Gjinore (Kosovë)**

 <https://abgi.rks-gov.net>





 Politika, raporte dhe masa për barazi gjinore.

IV. Të rinjtë, të nxënit joformal dhe inovacioni

Shqipëria

- **Agjencia Kombëtare e Rinisë (AKR)**
 <https://rinia.gov.al>
 Politika rinore, grante dhe programe për të rinjtë.
- **Junior Achievement Albania**
 <https://jaalbania.org>
 Edukim sipërmarrës për nxënës dhe të rinj.

Kosova

- **Youth Initiative for Human Rights – Kosovo**
 <https://yihr-ks.org>
 Edukim joformal, pjesëmarrje qytetare dhe zhvillim i aftësive.
- **Peer Educators Network Kosovo (PEN)**
 <https://penkosovo.org>
 Trajnime për të rinjtë, udhëheqje dhe sipërmarrje sociale.

V. Të dhëna dhe politika ndërkombëtare

(Të përdorshme drejtpërdrejt për Shqipërinë dhe Kosovën)

- **Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (në anglisht)**
 <https://www.gemconsortium.org>
 Të dhëna krahasuese për sipërmarrjen, përfshirë vendet e Ballkanit Perëndimor.
- **World Bank – Albania & Kosovo Country Pages (në anglisht)**
 <https://www.worldbank.org/en/country/albania>
 <https://www.worldbank.org/en/country/kosovo>
 Raporte mbi punësimin, sektorin privat dhe zhvillimin ekonomik.
- **OECD – South East Europe Competitiveness Outlook (në anglisht)**
 <https://www.oecd.org/south-east-europe/>
 Analiza politike dhe ekonomike relevante për Shqipërinë dhe Kosovën.

Referencat

Doran, G. T. (1981). There's a S.M.A.R.T. way to write management's goals and objectives. *Management Review*, 70(11), 35–36.

European Commission. (2020). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Union.

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework_en

European Commission. (2020). *LifeComp: The European framework for personal, social, and learning to learn key competence*. Publications Office of the European Union.

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/lifecomp_en

European Commission, Joint Research Centre. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Union.

European Commission, Joint Research Centre. (2020). *LifeComp: The European framework for personal, social and learning to learn key competence*. Publications Office of the European Union.

Fond za Inovacije. (n.d.). *Support for the early phase development of start-ups – Collaborative grants*. Retrieved November 28, 2025, from

<https://fondzainovacije.me/en/programi/collaborative-grants/>

MINA Business. (2025, September 18). *Women entrepreneurs: Key to sustainable development of northern region*. MINA News.

<https://www.mina.news>

Montenegro Business. (2025, May 28). *Ministry of Economic Development launches funding programs to boost competitiveness and craftsmanship*.

<https://montenegrobusiness.eu>

United Nations Development Programme. (2022, June 20). *Jasna's entrepreneurial venture: Toys made of organic materials*. UNDP Montenegro.

<https://www.undp.org/montenegro>

United Nations Montenegro. (2024). *EmpowHER Montenegro: Fostering inclusive rural development*. United Nations Montenegro.
<https://montenegro.un.org>

Canva. (2024). *Canva Design School*. Retrieved from
<https://www.canva.com/learn>

Google Digital Garage. (2024). *Fundamentals of digital marketing*. Retrieved from
<https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage>

HubSpot. (2024). *The ultimate guide to branding in 2024*. HubSpot Blog. Retrieved from
<https://blog.hubspot.com>

Albanian Investment Development Agency. (2024). *Programs and support for entrepreneurs*. Retrieved from
<https://www.aida.gov.al>

UN Women Albania. (2024). *Empowering women entrepreneurs*. Retrieved from
<https://albania.unwomen.org>

Përgjigjet për pjesën teorike të vetëvlerësimit

Moduli 1

1.b – 2. E gabuar – 3. b – 4. Po – 5. b – 6. E vërtetë – 7. a – 8. Po – 9. c – 10. E vërtetë

Moduli 2

1.b – 2.b – 3.d – 4. c – 5.a – 6. c – 7.a – 8.a – 9. b – 10.c

Moduli 3

1.b – 2. E gabuar – 3. a – 4.b – 5. E rreme – 6.b – 7.b – 8.a – 9. Po – 10.b

Moduli 4

1.b – 2. E gabuar – 3. C – 4. Jo – 5. c – 6. E gabuar – 7. C – 8. B – 9. Jo – 10. E vërtetë



why youth