

2. seminārs – Vadlīnijas izglītotājiem

1. Prāta vētras vingrinājums

Mērķis

Pieņemsim, ka notiek komandas sanāksme, un grupa gatavojas apspriest ar tēmu saistītos jautājumus, kaut ko radīt vai atrisināt problēmu.

Jebkurai sarežģītai problēmai ir liels skaits atšķirīgu perspektīvu un priekšstatu, kurus apsvērt. Tomēr parasti ikviens skatīsies tikai uz savu viedokli, cenšoties uzspiest savu viedokli. Tas noved pie situācijas, kad grupa var ieklausīties pašā skaļākajā dalībniekā, kurš runā visvairāk, un tas, protams, ir gatavs dot priekšroku kādam noteiktam viedoklim, nevis ņem vērā visiem svarīgas intereses.

Šis vingrinājums palīdz komandai aplūkot problēmu no dažādiem aspektiem, kurus viņi parasti mēdz ignorēt par labu saviem uzskatiem.

Mērķis

Apsveriet problēmu no konkrēti definētā skatpunkta.

Kas jums būs nepieciešams

Krēsli

Virkne bloknotu vai baltā tāfele vai virsma, uz kuras var rakstīt

Katram dalībniekam būs nepieciešams viens “laukums” rakstīšanai, turklāt visiem laukumiem jābūt izmantojamiem vienlaikus

Izkārtojums

Novietojiet krēslus aplī, kas vērsts uz vidu.

Novietojiet vienu bloknotu aiz katra krēsla.

Palūdziet komandai/dalībniekiem izvēlēties kādu problēmu par šīs nodarbības mērķi.

1. posms: Nosakiet perspektīvas

Palūdziet katram cilvēkam izvēlēties vienu skatījumu, no kura šī problēma ir jāskata vai jāanalizē.

Palūdziet viņiem tos uzrakstīt savos bloknotos kā tēmu nosaukumus. Skatījuma izvēles piemēri ir: pārdošana, klientu apmierinātība, piegādes ķēde, ražošana, programmatūras projektēšana, trešo pušu izstrādātāji un veselība un drošība. Temati var būt specifiskāki vai aprakstošāki, atbilstoši vajadzībām.

Pēc tam, kad nosaukumi ir identificēti, palūdziet grupai pārliecināties, vai visi atkārtotie nosaukumi ir izsvīroti un vajadzības gadījumā aizstāti ar citiem skatījumiem, lai delegāti varētu beidzot nākt klajā ar vērā ņemamu skatījumu kopumu, kas jāaplūko nākamajā posmā.

2. posms: Prāta vētras risinājumi

Palūdziet katru delegātu atiet malā no sava skatījuma un apsēsties uz krēsla cita skatījuma priekšā. Ir svarīgi, lai katrs delegāts sēdētu tāda skatījuma priekšā, kas nav viņa parasti izvēlētais viedoklis, iespējams, pamatojoties uz viņa pieredzi vai amatu. Piemēram, pārdevējs var izvēlēties sēdēt “ražošanas” skatījuma priekšā.

Palūdziet kādu brīvprātīgo sākt vingrinājumu. Katrai personai ir piecas minūtes laika, lai izteiktu savu viedokli par konkrēto tēmu, vienlaikus ņemot vērā skatījumu, kas uzrakstīta uz bloknota viņam/viņai aiz muguras.

Pēc piecām minūtēm piešķiriet vēl piecas minūtes, lai citi atbildētu uz izvirzītajiem jautājumiem, ņemot vērā tikai viņiem piešķirto skatījumu, nevis reālās komandas lomas. Visiem ir svarīgi ņemt vērā tikai viņiem piešķirtos skatījumus, un ideālā gadījumā moderatoram būtu jāuzmana, lai pārliecinātos, ka cilvēki ievēro noteikumus.

Turpiniet, līdz visi delegāti ir pauduši savu viedokli un citi ir atbildējuši uz tiem.

Pašās beigās sarīkojiet apmēram 15 minūtes garas diskusijas, lai apkopotu nodarbību un veiktu virkni darbību.

Laika plānojums

Vingrinājuma skaidrojums: 10 minūtes

Uzstāšanās/Aktivitāte: 10 minūtes katram dalībniekam + 15 = 95 minūtes 8 dalībniekiem

Grupas atsauksmes: 10 minūtes

Diskusija

Kādas ir sajūtas, izskatot viedokli, kuram jūs parasti nepievēršaties? Cik noderīgs jūsu viedoklis bija citiem? Cik noderīgi jums bija apsvērt problēmu, raugoties no cita viedokļa un novērtējot tēmas sarežģītību un dažādās vajadzības? Vai prāta vētra noveda pie nebijušām darbībām un lēmumiem, kurus jūs, iespējams, nebūtu izskatījis parastas prāta vētras gaitā?

2. Iespējamo biznesa ideju identificēšana, pamatojoties uz kultūras mantojumu

2.1 Ievads

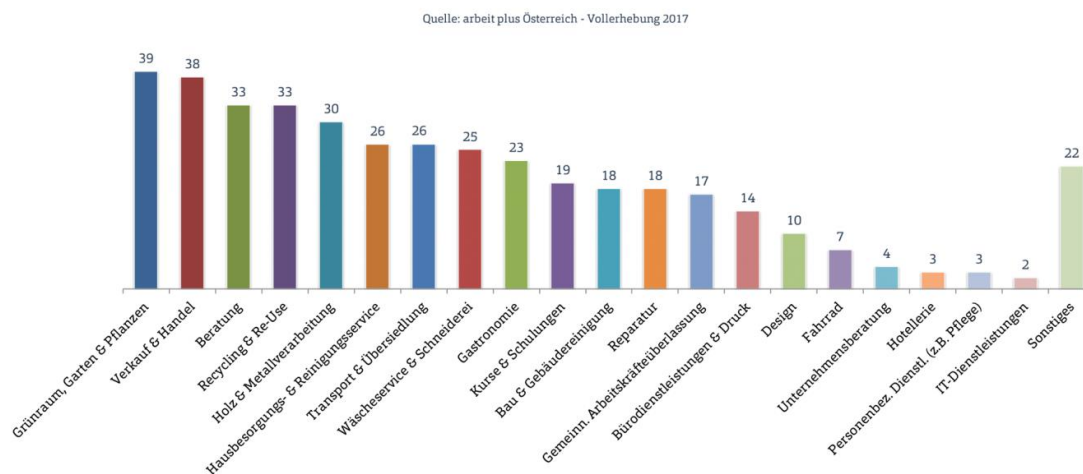
Šo pārskatu jums piedāvā *Verein Multikulturelle*, Austrija. Varat izmantot šeit sniegtos piemērus vai apmainīties ar piemērotiem piemēriem no savas izcelsmes valsts.

Kopš 19. gadsimta Austrijā ir izveidojušās un attīstījušās dažādas sociāli orientētu iniciatīvu tradīcijas. Sociālā uzņēmuma jēdzienu pilnveido dažādas tradīcijas saistībā ar labklājības valsts attīstību un sociālajām kustībām. To klāsts iekļauj gan iniciatīvas koncepcijas stadijā, gan asociācijas, gan arī noformētas SIA. Tās visas ir aktīvas, dodot ieguldījumu pilsoņu līdzdalībā, tiesību piešķiršanā, iekļaušanā, darba vietu radīšanā un veicinot sociālo kohēziju.

Darbības jomas

Izglītības, reģionālās vai vietējās attīstības projekti, darba (re) integrācijas projekti, projekti jaunattīstības valstīs, kā arī projekti ar uzsvaru uz vides aizsardzību ir vissvarīgākās jomas, kurās tiek iesaistīti sociālie uzņēmēji. Biežākās mērķa grupas ir bērni un jaunieši, ilgtspējīgi patērētāji, cilvēki no jaunattīstības valstīm un plašāka sabiedrība. Biežāk minētie pakalpojumi, kas tiek piedāvāti sociālo

mērķu sasniegšanai, ir produktu un pakalpojumu pārdošana, cilvēku grupu tīklošana, kā arī noteiktu cilvēku grupu konsultēšana, apmācība un tālākizglītība¹.



1. attēls: Sociālo uzņēmumu darbības jomas Austrijā

Augstāk redzamajā tabulā parādītas nozares, kurās darbojas Austrijas sociālie uzņēmumi. 2017. gadā veiktajā aptaujā attiecībā uz darbības jomu bija iespējamās vairākas atbildes. Visbiežāk minētās nozares bija zaļā telpa, tirdzniecība un pārdošana, konsultācijas, pārstrāde un atkārtota izmantošana, kā arī koka un metāla apstrāde.

Sociālie uzņēmējdarbības veidi:

FELD

<http://feld-verein.at/>

(Innsbruck/Tyrol)

Veids: Sociālie uzņēmējdarbība/ (oficiāli noformētas kā biedrības)

Iniciatīvas izmantošana neizmantotiem resursiem, lai izvairītos no nevajadzīgas ražošanas un patēriņa.

Neizmantotie resursi - materiālie un nemateriālie - tiek identificēti, savākti un pārveidoti. Tā rezultātā tiek radīti produkti "ar stāstu" un unikāli izstrādājumi, kas mums ļauj izjust preču vērtību.

Sabiedrība *FELD-Verein* Innsbrukā un tās apkārtnē piedāvā apmaiņas iespēju visām ieinteresētajām pusēm un dalībniekiem, it īpaši teritorijā, kur nav patērētāju.

Neizmantotie resursi pastāv daudzās jomās - pārtika, izejvielas, zināšanas utt., bet tie ne vienmēr tiek izmantoti. Diemžēl dažādu iemeslu dēļ (pielietojuma iespējas, nezināšana, rentabilitāte utt.) jau esošo ražojumu vietā bieži tiek izmantota jauna produkcija. Tomēr šādi līdz šim radītie resursi piedāvā daudz līdzekļu un iespēju, lai tie nebūtu jādeklarē kā atkritumi un jāiznīcina.

Mērķi: Atkārtoti izmantot materiālus, lai izvairītos no nevajadzīgas ražošanas un patēriņa.

Ieguvēji: Ikviens, kurš kļūst par asociācijas biedru vai piedalās projektos vai semināros.

Ho&Ruck

<https://horuck.at/>

(Insbruka/Tirole)

Veids: Sociālais uzņēmums / (oficiāla noformēts kā akciju sabiedrība)

Ho & Ruck ir lietotu mēbeļu un mājas priekšmetu krāmu tirgus, kas izvietots telpās. Tas tika dibināts 1984. gadā, un tas var lepoties gan ar sociāliem, gan ekonomiskiem ieguvumiem.

Tā mērķis ir palīdzēt darba meklētājiem, kuri ir īpaši nelabvēlīgā situācijā darba tirgū un kuriem ir grūtības iekļūt darba tirgū. Tas tiek veikts, lai sagatavotu viņus jaunajai nodarbinātībai, nodrošinot viņiem pagaidu darbu, apmācību un konsultācijas. Izmantojot šo atbalstu, ierobežotā laika posmā nodarbinātie darba meklētāji var labāk sasniegt mērķi atgūt stabilu stāvokli darba tirgū.

Mērķi: Reintegrācija un atbalsts darba meklētājiem; atbalsta lietotu preču atkārtotu izmantošanu.

Atbalsta saņēmēji: ilgstoši bezdarbnieki, darba meklētāji, kas nonākuši nelabvēlīgā situācijā darba tirgū, būdami bijušie ieslodzītie.

WAMS

<http://www.wams.at/>

(Insbruka/Tirole)

Tips: Sociālais uzņēmums (oficiāli noformēts kā biedrība)

Tas nodarbojas ar lietotu preču (drēbju, grāmatu, mēbeļu, sporta preču u.c.) tirdzniecību. Ar savu četru veikalu tīklu Insbrukā WAMS koncentrējas uz darba vietu radīšanu nelabvēlīgākā situācijā esošiem cilvēkiem, vienlaikus veicinot vides saglabāšanu, nevis izmetot priekšmetus, bet gan tos atkārtoti izmantojot.

Apvienība WAMS piedāvā kopumā 127 darba vietas sociāli ekonomiskajos uzņēmumos Insbrukā, Hallē, Švarcā, Jenbahā un Kirhbihlā ar pilnu sociālo apdrošināšanu un kolektīvo algu līgumu.

Pastāv 127 darbavietas, no tām 83 ar sociālās un darba tirgus politikas mērķiem:

- 59 tranzīta darba vietas ilgstošiem bezdarbniekiem - kā atspēriena punkts nokļūšanai atpakaļ darba tirgū;
- 22 darba vietas 55 gadus veciem un vecākiem darba meklētājiem - kā atspēriena punkts nonākšanai atpakaļ darba tirgū vai aiziešanai pensijā;
- 2 aizsargātas darba vietas cilvēkiem ar invaliditāti - integrācijai darba dzīvē.

Mērķi: Darba vietu radīšana īpaši nelabvēlīgā situācijā esošiem darba meklētājiem; vides domāšana: atkārtota izmantošana, nevis izmešana.

Atbalsta saņēmēji: ilgstošie bezdarbnieki; vecāki darbinieki.

GREENROOT

<https://www.greenroot.at/>

(Insbruka/Tirole)

Tips: Sociālais uzņēmums

Pārtikas veikals izsmalcinātā virtuvē lietotām garšvielām, graudaugiem, miltiem. Uzņēmuma mērķis ir izskaust plastmasas iesaiņojumu, nodrošinot iepirkšanos bez iesaiņojuma. Viņi klientiem piedāvā bioloģiski žāvētus augļus, pākšaugus, musli, garšvielas, dražejas un graudaugus, kas nav iesaiņoti, lai ievērotu bezatkritumu principu.

Klienti var paņemt no mājām savus maisiņus un piepildīt tos no veikala dozatoriem. Tādējādi cilvēki maksā par precēm, nevis par dārgu iepakojumu! Veikals nodrošina videi draudzīgus papīra maisiņus.

Mērķi: Ilgtspējīga/daudzveidīga/organiska/ iepirkšanās bez iepakojuma.

Ieguvēji: Videi draudzīgi patērētāji; daba.

Younited Cultures

<https://younitedcultures.eu/>

(Vīne)

Tips: Migrantu sociālais uzņēmums

Iniciatīva, ko uzsāka divas sievietes migrantes no Rumānijas, kuras saskārās ar līdzīgām problēmām, piemēram, izslēgšanu no grupām, darba atteikšanu, negatīvu attieksmi utt. Viņu mērķis bija pārveidot "migrācijas" jēdzienu, popularizēt migrantu lomu modeļus un vēstīt savus stāstus, un lai to paveiktu, viņas izdomāja jaunu saziņas kanālu - modi.

Ko viņas dara? Viņi padara redzamus savus vēstījumus un pieredzi, izmantojot šalles. Viņas atklāj iedvesmojošus stāstus, klausās un vizualizē tos, izmantojot dizaineru šalles, kurām ir sociāla ietekme. Ar savu darbu viņas palielina izpratni par migrācijas pozitīvo ietekmi, ko iemieso krāsainās šalles "ar stāstu.

Mērķi: padarīt migrācijas veiksmes stāstus saskatāmus un valkājamus.

Ieguvēji: Migranti.

Sabiedrībā balstīts sociālais uzņēmums

KOMM!UNITY

<http://web.kommunity.me/>

(Vergla/Tirole)

Tips: Sabiedrībā balstīts sociālais uzņēmums / (oficiāli noformēts kā biedrība)

Komm! Unity pārvalda vairākus objektus Verglā un tās apkārtnē. Turklāt asociācija izstrādā un

īsteno daudzus projektus un pasākumus, piemēram, jauniešu klubus, sieviešu kafejnīcas, vakariņu klubu un izstādes. *Komm!Unity* darbojas vairākās tīkla komitejās un tur iepazīstina ar savu pieredzi. Asociācijas uzdevumos ietilpst politiku un administratoru konsultēšana jaunatnes un integrācijas jautājumos.

Mērķi: Jaunatnes, integrācijas un kopienas darba veicināšana.

Ieguvēji: visas vietējās sabiedrības daļas, t.i., jaunieši, migranti utt.

Kafejnīca NAMSA

<http://www.cafenamsa.at>

(Insbruka/Tirole)

Veids: Sabiedrības dibināts sociālais uzņēmums / (oficiāli reģistrēts kā sabiedriskā labuma sabiedrība)

Mērķis: sniegt kompetentu informāciju un padomus ar to saistītajos jautājumos

Kafejnīca *Namsa* ir specializējusies Irānas, Bulgārijas un Austrijas virtuves pakalpojumu sniegšanā un piedāvā reģistrētajiem bēgļiem un alternatīvā statusa saņēmējiem Insbrukā iespēju izmantot savas priekšrocības pirmajās darba attiecībās, lai iepazītu Austrijas darba vidi un izvērstu savus sociālos tīklus. Turklāt kafejnīca *Namsa* piedāvā platformu lekcijām un dažādām izrādēm, kas tur regulāri notiek.

Mērķi: piedāvāt bēgļiem iespēju iegūt pirmo darba pieredzi Austrijā, atbalstīt integrāciju, izveidot tikšanās vietu tālāk no Insbrukas centrālā rajonā.

Ieguvēji: migranti un citas vietējās sabiedrības daļas

Ceptuve- Kulturbackstube

<http://www.diebaeckerei.at/>

(Insbruka/Tirole)

Veids: Kopienas līmeņa sociālais uzņēmums

Maizes ceptuve ir projekta *Open House* komūnas sociālais mezgls. Šeit notiek pasākumi, semināri, lekcijas un kursi. Kolektīvi, biedrības un mākslinieki strādā savās studijās un birojos. Otrajā stāvā ir kopstrādes telpa.

- Maizes ceptuve ir bezpeļņas biedrība. Komanda tiek organizēta bez hierarhijas - tas nozīmē, ka visiem ir vienādas balsstiesības un viņi ir atbildīgi par savām darba jomām. Nav vadošās varas, lēmumi tiek pieņemti kopīgi vai neatkarīgi.
- Maizes ceptuve ir vieta bez konkurences, bez patērētāja diktāta.
- Maizes ceptuve ir moža platforma kultūras un sociālai apmaiņai. Tā ir dinamiska telpa, kas apvieno komunikāciju, ražošanu un noformējumu, vieta, kura nevēlas pakļauties definīcijām, bet kuru izveidojuši tās lietotāji un kas padara viņus par iestādes dinamisko kodolu. Maizes ceptuvei var un vajadzētu palikt mobilai eksperimentālai teritorijai, kas var elastīgi reaģēt uz dažādiem prasību profiliem.
- Maizes ceptuve rada telpu dialogam, apmaiņai un līdzdalībai. Labākajā gadījumā tā

rezultātā rodas starpdisciplināri, starpniecības un dažādu žanru projekti. Sadarbība paplašina intelektuālo perspektīvu un veicina savstarpēju iedvesmu, kritiku un korekciju. Izmantojot tīkla, notikumu un ražošanas telpas apvienojumu, visu, kas tiek ražots, prezentēts vai komunicēts iekšpusē, var arī atkal iznest ārā - pilsētas telpā, virtuālajā telpā un dažādu interešu grupu redzamības laukā. Mērķi: piedāvāt ikvienam atvērtu, dinamisku vietu, kurā nepastāv konkurence. Ieguvēji: kolektīvi, biedrības un mākslinieki; cilvēki, kuriem nepieciešama telpa radošu ideju īstenošanai.
TOPFREISEN http://www.topfreisen.at/ (Vīne)
Tips: Sociālais uzņēmums, kas balstās uz migrantu kopienu / (oficiāli reģistrēts kā apvienība) Balstoties uz ideju, ka pārtika apvieno cilvēkus, Topfreiseen piedāvā bēgļu gatavotus starptautiskus ēdienus. Virtuve nodrošina pasūtījumus no vietējās apkārtnes kopienām un uzņēmumiem. Darbojoties kopš 2014. gada, tagad viņiem ir divas ražotnes un viņi gatavo ēdienu 700 m² lielā, pilnībā aprīkotā ēdnīcas virtuvē. <i>Topfreisen</i> kulinārijas veiksmes nāk no Eiropas, Arābijas pussalas un Āzijas, veicinot starpkultūru dialogu un apmaiņu, izmantojot pārtiku. Mērķi: piedāvāt ikvienam atvērtu, dinamisku vietu, kurā nav konkurences. Ieguvēji: Bēgļi.
MagDas Hotel https://www.magdas-hotel.at/ (Vīne)
Veids: Sociālais uzņēmums, kas balstās uz migrantu kopienu (oficiāli reģistrēts kā apvienība) Viesnīcā <i>MagDas</i> bēgļi kļūst par viesiem, pārstrādātas mēbeles tiek pārveidotas par dizaina elementiem, bet trūkumi - par priekšrocībām. Viesnīcu <i>MagDas</i> vada bijušie bēgļi un viesnīcu eksperti. Šeit strādā cilvēki no 14 valstīm ar dažādiem personīgās dzīves stāstiem, un katrs no tiem padara šo vietu tik unikālu. Cilvēkiem ar bēgļu izcelsmi joprojām ir grūti atrast darbu Austrijā. Sākotnējais vācu valodas zināšanu trūkums, daudzu darba devēju aizvainojums, kā arī apstākļi, ka bēgļiem ir atļauts pieņemt darbu tikai pēc pozitīvas atbildes saņemšanas uz patvēruma pieteikumu (kas bieži var ilgt mēnešus vai gadus) apgrūtina integrāciju. Mēs esam pārliecināti, ka tie cilvēki, kas šeit ierodas no ārvalstīm, spēj stiprināt viesnīcu biznesu, jo viņi nes sev līdzi daudz prasmju, talantu, valodu un kultūras pieredzi un tādējādi ļauj ieņemt īpašu vietu viesnīcu tirgū.

Mērķi: Atbalstīt bēgļu integrāciju darba tirgū.

Ieguvēji: Bēgļi

2.2 Vingrinājums: identificēt nemateriālo kultūras mantojumu

Šīs amatniecības tehnikas ir daļa no nemateriālā kultūras mantojuma Vācijā. Kuru jūs atpazīstat? Vai jūs zināt kādu konkrētu piemēru? Lūdzu, izveidojiet šim līdzīgu savu sarakstu.

- Vācu maizes cepšanas kultūra
- Ērģeļu būve un ērģeļu mūzika
- Fogtlandes mūzikas instrumentu izgatavošana Marknoikirhenā un tās apkārtnē
- Niedru jumtu klāšana
- Stikla pūtēju doba un plakana stikla ražošana, izmantojot roku darbu
- Pinumi
- Glezniecības, mucveida un apzeltīšanas tehnikas baznīcu glezniecībā
- Porcelāna apgleznošana
- Tradicionālās kaļķu javas sagatavošana un izmantošana
- Knipelētas mežģīnes Augšpfalcas mežā
- Keramikas tradīcijas Vestervaldes akmens trauku gatavošanā Hērā-Grenchauzenē, Kannenbekerlandē un Braitšaidā un to apkārtnē
- Juvelierizstrādājumu izgatavošana un dizains
- Augšfrankonijas reģionālo specialitāšu kultūras, daudzveidības un kvalitātes saglabāšana un veicināšana
- Akmeņogļu un darvas destilācijas rūpnīca
- Plostu pludināšana
- Tāles sāls kalnraču brālība
- Celtniecības metalurģija - amatniecības tehnikas un zināšanu izplatīšana, dokumentēšana, saglabāšana un popularizēšana
- Augstspiediena, zema spiediena, plakanā spiediena, *Durchdruck* un to jaukto formu mākslinieciskās drukas tehnikas
- Kokvirpotāja amats (pašlaik tikai Bavārijas Valsts nemateriālā kultūras mantojuma reģistrā).

Kā izveidot KMU (Kultūras mantojuma uzņēmuma) uzņēmējdarbību, pamatojoties uz zināmiem elementiem

levads - kā uzsākt KMU uzņēmējdarbību

Kad esat gatavs sākt KMU uzņēmējdarbību, ir jāveic daži sākotnējie soļi. Izskatīsim katru no tiem.

1. Nosakiet savas uzņēmējdarbības juridisko struktūru

Pirmkārt, jums būs jāizdomā, kāds jūsu uzņēmums būs no juridiskā viedokļa. Tā statuss var mainīties, līdz ar izaugsmi, un mainās arī valsts likumdošana. Jūs varētu apsvērt tādas pazīstamas iespējas kā:

Pašnodarbinātais jeb saimnieciskās darbības veicējs: Individuālajā uzņēmumā jūs personīgi pārstāvat uzņēmumu attiecībā uz likumiem un nodokļiem. Lai gan tas ir vienkāršs organizēšanas veids, tas var sagādāt grūtības, kad pienāks laiks piesaistīt līdzekļus, jo jūs lūgsit atbalstītājus ieguldīt personā, nevis biznesā. Turklāt vienīgais īpašnieks ir personīgi atbildīgs par parādiem un zaudējumiem.

SIA (sabiedrība ar ierobežotu atbildību): SIA izveidošana ir dārgāka un sarežģītāka, taču tai ir vairākas nodokļu priekšrocības un tā īpašnieks ir aizsargāts no personiskās atbildības (to norāda arī tās nosaukums).

2. Izvēlieties un reģistrējiet savu uzņēmuma vārdu

Tālāk ir pienācis laiks izvēlēties un reģistrēt savu KMU uzņēmuma vārdu (firmu). Tā var būt izklaidējoša prāta vētras darbība, kas ietver arī ievērojamu dokumentu noformēšanu un smagu juridisko procesu ar tālejošām sekām jūsu biznesam.

Ja jūs dibināt SIA, jūsu vārds tiks reģistrēts automātiski, reģistrējot savu uzņēmējdarbību valstī. Pretējā gadījumā jums būs jāiziet atsevišķs reģistrācijas process. Sāciet ar to, ka izvēlaties savu preču zīmi, pēc tam noskaidrojiet, vai vēlamais domēna vārds ir pieejams. Jūs varat padarīt par firmas zīmi savu vārdu un logotipu.

3. Sagādājiet licences, atļaujas utt.

Tālāk pārliecinieties, ka jums ir visas likumīgai uzņēmējdarbībai nepieciešamās tiesības, atļaujas un licences.

VID var jums norādīt pareizo biroju jūsu valstī, un pašvaldību vietnēs nereti ir pieejama informācija, kas ļaus jums uzzināt, kāda veida licence jums būs nepieciešama, lai vadītu savu uzņēmumu.

4. Izveidojiet savu uzņēmuma misiju un vīziju

Ar ko nodarbojas jūsu KM uzņēmums? Ko jūs pārstāvat? Kādu problēmu jūs risināt? Kā jūs plānojat padarīt pasauli labāku? Šie ir jautājumi, uz kuriem atbildēs jūsu uzņēmuma misija un vīzija. Šis solis ir jūsu mārketinga stratēģijas galvenā sastāvdaļa. Zīmoliem ar spēcīgu identitāti un misiju ir vieglāk sagatavot autentisku un jēgpilnu saturu, kas efektīvi paustu viņu pamatvērtības. Lai gūtu iedvesmu, ieskatieties iecienītāko jaunuzņēmumu vietnēs. Kāda ir katra misija? Kā viņi pauž savu vīziju?

5. Uzrakstiet savu mārketinga plānu

Kad esat saņēmis licenci un uzņēmuma nosaukumu, ir pienācis laiks sākt veidot tiešsaistes klātbūtni un pastāstīt savu stāstu. Iesākamam padomājiet par savu mērķa klientu. Uzdodiet šādus jautājumus:

- Kam būs nepieciešams tas, ko es pārdodu?
- Kam tas noderētu?
- Kas varētu kļūt par tā veicinātājiem/reklamētājiem?

Tālāk izpētiet, kas ir šie cilvēki un uz kāda veida vēstījumiem viņi varētu atsaukties. Padomājiet par viņu kultūras mantojumu, izcelsmi, interesēm, mērķiem un izaicinājumiem, kā arī viņu vecumu, ko viņi dara, kādas sociālās platformas viņi izmanto utt.

Vingrinājums: Vai jūs zināt kādu kultūras nozares profesiju vai jomu "kultūras mantojums"?

Šeit sniedzam dažus piemērus:

Dizainers/grafiķis

Deju skolotājs/Aktieris / komiķis / suflieris / režisors / mūziķis

Vizāžists

Tēlnieks

Amatnieks

Restaurators

Autors/rakstnieks/reklāmas rakstu sastādītājs/dzejnieks

Kurā no iepriekšminētajām jomām jūs saskatāt savu KMU biznesu? Vai ir kāda cita joma, kuru mēs neesam pieminējuši?

3. Komandas veidošanas vingrinājums avārijā izdzīvojušajiem, nonākot uz neapdzīvotas salas

1. vingrinājums: Cietuši avāriju jūrā

Šajā nodarbībā dalībniekiem jāizliekas, ka viņi ir piedzīvojuši kuģa bojāeju un ir nokļuvuši krastā ar glābšanas laivu. Katrai komandai ir sērkociņu kastīte un virkne priekšmetu, kurus viņi ir paglābuši no grimstošā kuģa. Locekļiem jāvienojas, kuri priekšmeti viņu izdzīvošanai ir vissvarīgākie.

1. Pielietojuma veidi

Šī aktivitāte veido iemaņas problēmu risināšanā, jo komandas locekļi analizē informāciju, veic pārrunas un savstarpēji sadarbojas. Tas viņus arī mudina ieklausīties un izdomāt pareizo lēmumu pieņemšanas veidu.

2. Kas būs nepieciešams

Ne vairāk kā pieci cilvēki katrā grupā.

Liela privātā telpa

Katram "jūrā avarējušo" komandas loceklim tiek izsniegta diagramma. Tai jā sastāv no sešām slejām. Pirmajā ir vienkārši uzskaitīti visi priekšmeti (skat. zemāk). Otrā ir tukša, lai katrs komandas loceklis varētu sarindot priekšmetus prioritāšu secībā. Trešā ir paredzēta grupas novērtējumam. Ceturtajā ir paredzēts norādīt "pareizo" klasifikāciju, kas tiek atklāta vingrinājuma beigās. Bet piektā un sestā sleja ir paredzētas komandai, lai atspoguļotu atšķirību starp savu individuālo un pareizo rezultātu, kā arī starp komandas un pareizo klasifikāciju. Klasificējamie priekšmeti ir: moskītu tīkls, benzīna kanna, ūdens trauks, skūšanās spogulis, sekstants, avārijas pārtikas devas, jūras karte, peldošs sēdekļis vai

spilvens, virve, dažas šokolādes tāfelītes, ūdensnecaur laidīga plēve, makšķere, haizivju atbaidīšanas līdzeklis, ruma pudele un VHF radioaparāts. Tos var uzskaitīt rangū tabulā vai parādīt uz baltās tāfeles, vai abējādi. Šo pieredzi var padarīt jautrāku, ja istabā tiek izvietoti dažī jūras avārijā cietušo rekvizīti.

3. Laiks

Nav stingri noteikts, bet parasti nepieciešams no 25 līdz 40 minūtēm.

4. Instrukcijas

Sadaliet dalībniekus komandās un izsniedziet katram vērtējuma lapu. Palūdziet komandas biedriem pašiem vērtēt 10 minūtes, lai sarindotu priekšmetus svarīguma secībā. Pēc izlemšanas viņiem tas jānorāda lapas otrajā slejā. Dodiet komandām vēl 10 minūtes, lai apspriestos un izlemtu par viņu grupas rangiem. Kad būs panākta vienošanās, viņiem tie būtu jāuzskaita savu lapu trešajā slejā. Palūdziet katrai grupai salīdzināt savu individuālo klasifikāciju ar kolektīvo, un apsveriet, kāpēc visi vērtējumi atšķiras. Vai komandas diskusiju laikā kāds mainīja savas domas par saviem vērtējumiem? Cik daudzus cilvēkus ietekmēja grupas apspriešanās? Tagad izlasiet "pareizo" prioritāšu rindu, ko apkopojuši ASV Krasta apsardzes eksperti (no vissvarīgākā līdz vismazāk svarīgajam):

- Skūšanās spogulis (Viens no jūsu ļaundabīgākajiem rīkiem, jo jūs to varat izmantot, lai norādītu uz savu atrašanās vietu, atspoguļojot saules starus.)
- Benzīna kanna (Atkal potenciāli nozīmīgs priekšmets, lai sūtītu signālus, jo benzīns peld virs ūdens un to var iedegt ar sērskābiem.)
- Trauks ar ūdeni (Nepieciešams ūdens savākšanai, lai atjaunotu zaudēto šķidrumu.)
- Avārijas pārtikas devas (Vērtīgas pamata ēdienreizēm.)
- Plastmasas plēve (Varētu izmantot aizsegam vai lietot ūdens savākšanai.)
- Šokolādes tāfelītes (Ērts pārtikas nodrošinājums.)
- Makšķere (Potenciāli noderīga, taču nav garantijas, ka spēsit noķert zivis. Varētu arī papildus izmantot kā telts mietiņu.)
- Virve (Ērta aprīkojuma sasaiņošanai kopā, taču tā nav obligāti nepieciešama izdzīvošanai.)
- Peldošs sēdekļs vai spilvens (Noderīgs kā dzīvības glābšanas līdzeklis.)
- Haizivju atbaidīšanas līdzeklis (Potenciāli svarīgs, atrodoties ūdenī.)
- Pudele ruma (Varētu būt noderīga kā antiseptisks līdzeklis ievainojumu ārstēšanā, bet atūdeņos jūsu ķermeni tad, ja to dzersit.)
- Radio (Iespējams, ka atrodaties ārpus jebkura signāla uztveramības.)
- Jūras karte (Nevērtīga bez navigācijas aprīkojuma.)
- Moskītu tīkls (Pieņemot, ka esat cietis kuģa avāriju Atlantijas okeānā, kur nav odu, tas ir diezgan bezjēdzīgs.)
- Sekstants (Nav praktiski izmantojams bez attiecīgām tabulām vai hronometra.)

5. Padomi koordinatoram

Ideālais scenārijs ir tāds, ka komandas pieņem vienprātīgu lēmumu, kurā tiek uzklauts visu viedoklis. Tomēr tas ne vienmēr notiek dabiski, jo, pārliecinoši runājot, cilvēki mēdz pievērst sev vislielāko uzmanību. Ne tik atvērti komandas locekļi bieži var justies tramīgi un ne vienmēr izsakās, it īpaši, ja viņu domas atšķiras no vispārpieņemtā viedokļa. Ja diskusijas ir viļņusējas, piesaistiet klusākus cilvēkus, lai visi būtu iesaistīti, bet paskaidrojiet, kāpēc jūs to darāt, lai cilvēki no tā mācītos. Šeit palūdziet katram komandas loceklim individuāli padomāt par problēmu, un lai viņi pa vienam piedāvātu jaunas idejas ieceltajam grupas vadītājam - nezinot, kādas idejas jau ir tikušas apspriestas. Pēc tam, kad pirmie divi cilvēki ir iepazīstinājuši ar savām idejām, viņi tās kopīgi apspriež. Tad līderis iesaista trešo personu, kura iepazīstina ar savām idejām, pirms ir dzirdējusi iepriekšējo informāciju. Šis prezentācijas un diskusiju cikls turpinās, līdz visai komandai ir bijusi iespēja izteikt savu viedokli. Pēc tam, kad ikviens ir pabeidzis vingrinājumu, uzaiciniet komandas novērtēt procesu, lai no viņiem izvilinātu vērtējumu par gūto pieredzi. Piemēram, pajautāiet viņiem, kādas bija galvenās atšķirības starp individuālo, komandu un oficiālo prioritāšu novērtējumu un kāpēc. Tas izraisīs diskusiju par to, kā komandas pieņem lēmumus, kas cilvēkiem liks aizdomāties par prasmēm, kuras viņiem jāizmanto

turpmākajos komandas scenārijos, piemēram, ieklausīšanās, sarunu un lēmumu pieņemšanas prasmēm, kā arī radošuma spējām domāt "ārpus rāmja. "

6. Vērtēšanas sistēma

Priekšmets	1. solis Jūsu individuālais novērtējums	2. solis Jūsu grupas novērtējums	3. solis Krasta apsardzes novērtējums	4. solis Starpība starp 1. un 3. soli	5. solis Starpība starp 2. un 3. soli
Moskītu tīkls					
Benzīna tvertne					
Trauks ar ūdeni					
Skūšanās spogulis					
Sekstants					
Avārijas pārtikas devas					
Jūras karte					
Peldošs sēdekļis vai spilvens					
Virve					
Dažas šokolādes tāfelītes					
Ūdensnecauraidīga plēve					
Makšķerkāts					
Haizivju atbaidīšanas līdzeklis					
Ruma pudele					
VHF radioaparāts					
			Kopā	Jūsu rezultāts	Komandas rezultāts

4. Ievads: paņēmieni, kā kļūt par veiksmīgu uzņēmēju

Nav vienas veiksmes receptes panākumu gūšanai, jo uzņēmējdarbība nozīmē savas ceļa nosprašanu un rīkoties tā, kā vēl neviens nav darījis. Tomēr ir dažas galvenās iezīmes un paraugprakse, ar kurām veiksmīgākajiem uzņēmējiem ir tendence dalīties:

4.1 Iesaistieties uzņēmējdarbībā pareiza iemesla dēļ

Nesāciet ar to, ka vēlaties būt uzņēmējs. Sākumā identificējiet vajadzību vai problēmu un meklējiet veidu, kā to atrisināt. Koncentrējieties uz procesu, nevis uz iespējamo iznākumu.

4.2 Prioritāti piešķiriet mācībām, nevis pelnīšanai (vismaz sākumā)

Iepriekšēja pieredze - neatkarīgi no tā, vai iegūta ikdienas darbā vai jaundibinātā uzņēmumā - bieži ir ārkārtīgi svarīga. 98% aptaujāto dibinātāju sacīja, ka viņu iepriekšējā darba pieredze ir "ārkārtīgi svarīga" viņu gūtajos panākumos (saskaņā ar Kaufmana fonda atzinumu "Kā kļūt par veiksmīgu uzņēmēju"). Saskaņā ar Lielbritānijā veiktu pētījumu vismaz 50% no visām jaundibinātā uzņēmumā idejām nāk no iepriekšējās nodarbinātības pieredzes.

4.3 Noskaņojiet sevi uz veiksmi

Veiksme ir milzīgs faktors, kuru neviens nevar pilnībā paredzēt. Laimīgā kārtā ir daudz dažādu lietu, ko varat darīt, lai pievilinātu veiksmi: veiksmīgo cilvēku tīkls, veiksmīgo cilvēku sniegtā nauda (bieži vien) un veiksmīgo cilvēku plāni (un kā šie plāni tiek izpildīti).

4.4 Apzinieties, ka izpilde ir viss

Gajs Kawasaki (*Guy Kawasaki*) to ir labi pateicis: "Idejas radīt ir viegli. Īstenošana ir grūta."

Kaut ko īstenojot un pirmajam ienākot tirgū, jūs varat izmantot "pirmā virzītāja priekšrocības". Vienkārši sakot: ja jūs esat pirmais, kurš tirgū piedāvā labu ideju, jūsu konkurentiem nāksies panākt iekavēto. Faktori, piemēram, zīmola atpazīstamība un pārorientācijas izmaksas, darbosies jūsu labā un neļaus citiem atkārtot jūsu panākumus.

Kā klasisku piemēru var minēt *Amazon*. Laikā, kad viņu veiksmē pamudināja konkurentus sākt savas tiešsaistes grāmatnīcas, *Amazon* jau bija ieņēmusi pietiekami lielu tirgus daļu, lai konkurenci padarītu gandrīz neiespējamu. Viņu izpildījums - nevis viņu spožā ideja - ir tas, kas mainīja pasaules veikalu veidošanos.

Izpildījumā ir ieradums, tas ir kaut kas tāds, ko varat iekļaut sava biznesa DNS. Par prioritāti padariet rīcības un izpildījuma kultūras attīstību.

4.5 Atzīstiet par labu neskaidrību un risku

Sava biznesa uzsākšana pēc definīcijas ir ceļojums nezināmā. Ja nevarat tikt galā ar nenoteiktību, jums, iespējams, nepiemīt tas, kas nepieciešams, lai būtu uzņēmējs. Risks ir ne tikai būtisks uzņēmējdarbības elements, bet tas arī mēdz būt cieši saistīts ar panākumiem: jo lielāki riski, jo lielāka iespējamā rentabilitāte.

4.6 Nebaidieties no neveiksmes, mācieties no tās

Pētījumi liecina, ka viens no skaidrākajiem uzņēmēja veiksmes rādītājiem nākotnē ir neveiksme. Tas var likties pretrunā ar intuīciju, bet ne tad, ja domājat par neveiksmi kā mācību līdzekli. Mūsdienu tehnoloģiju jaunuzņēmumi dzīvo saskaņā ar mantru: "Par spīti neveiksmēm, virzies uz priekšu" (*Fail forward*). Daudziem uzņēmumiem, kas tagad ir kļuvuši pazīstami visā pasaulē, piemēram, *Airbnb* un *Uber*, bija nepieciešami vairāki uzsākšanas mēģinājumi.

Ilgtermiņā labāk ir koncentrēties uz minimāla dzīvotspējīga produkta izstrādi, palaišanu un optimizēšanu, balstoties uz atsauksmēm, nevis mēģināt to iegūt ar pirmo reizi, nepārbaudot ideju par "perfektu" produktu.

Cik daudz riska jūs varat uzņemties, ir atkarīgs no jūsu uzņēmuma un no apstākļiem. Domēna vārda pirkšanai nav tāds pats saistību līmenis kā, piemēram, prototipa izveidošanai. Svarīgi ir tas, ka jūs izaugat līdz ar neveiksmēm un saglabājat vēlmi izmēģināt lietas, kas varētu arī nederēt.