

WEMEAN P^WER

TOOLKIT



MIDDLE EAST AND
NORTH AFRICA



With the support of:
**Anna Lindh
Foundation**
EUROMED



Co-funded by
the European Union



MIDDLE EAST AND
NORTH AFRICA



With the support of:
**Anna Lindh
Foundation**
EUROMED



Editimi: Armela (Bejko) Garipi

Bashkëautor: Miranda Mansaku, Djana Djaloshi, Entela Pinguli, Enxhi Lipa

Kontribut special: Müslim Kaçmaz, Mamoun Khreisat, Franja Buçar, Raghda Medhat (dhe të gjithë trainerët)

Botuar nga: Emar design & Publicity 2021

Design: Emar Design

Print: Seriprint Albania

Shqipëri, 2021

WeMean Power është një toolkit i botuar në kuadër të Projektit The Invisible Forewomen publikuar me mbështetjen e Fondacionit Anna Lindh dhe BE. Kjo nismë është zbatuar nga një partneritet ndërmjet pesë organizatave: Udhëtim i Lirë-Liberi di Viaggiare (Shqipëri); URI MENA (Jordani); Have a Dream (Egjipt); TEKMED (Turqi) dhe Shoqata për Zhvillimin e Punës Vullnetare Novo Mesto (Slloveni).

© “Përmbajtja e këtij botimi është nën përgjegjësinë e plotë të Udhëtim i Lirë-Liberi di Viaggiare dhe nuk reflekton domosdoshmërisht pozicionin e Fondacionit Anna Lindh ose të Bashkimit European”.

MIRËNJOHJE

Publikimi i këtij toolkit-i nuk do të ishte i mundur pa mbështetjen e Fondacionit Anna Lindh dhe Bashkimit Evropian, prandaj ne shprehim mirënjohjen tonë më të thellë për besimin dhe mundësinë. Ne besojmë plotësisht në vlerat dhe parimet që udhëheqin punën e BE -së dhe Fondacionit Anna Lindh për të fuqizuar zërat e rinj dhe për të udhëhequr lëvizje të ndryshme në shoqëri. Për këtë arsye ne jemi të përkushtuar fuqimisht që t'i shtyjme këto vlera përpara dhe të jemi pjesë e zgjidhjes së një problemi global dhe kompleks siç është fuqizimi i grave dhe integrimi i tyre ekonomik dhe social.

Falenderime të veçanta shkojnë edhe për organizatat partnere që janë angazhuar plotësisht dhe kanë kontribuar në zhvillimin e këtij toolkit-i. Bashkëpunimi është fuqia jonë më e madhe kështu që ne jemi të lumtur të kontribuojmë së bashku në procesin e hartimit të këtij toolkit-i. Toolkit-i është krijuar për t'i shërbyer komuniteteve lokale të anëtarëve të konsorciumit, por duke mos kufizuar organizatat jofitimprurëse dhe ekspertët e tjerë që punojnë në këtë fushë.

E fundit, por jo nga rëndësia, ne duam të falënderojmë të gjithë pjesëmarrësit e kësaj nisme pasi ata do të jenë ndryshuesit në komunitetet e tyre lokale, ndërsa punojnë me gra dhe grupe të tjera të cënueshme pas trajnimit të trajnerëve të parashikuar në këtë projekt. Ne besojmë se ky mjet do t'i përshtatet më së miri nevojave tuaja dhe do të ofrojë ushtrime të thjeshta dhe praktike që mund të përdoren gjatë dhe pas fazës së zbatimit të kësaj nisme.

Së fundmi mirënjohja jonë shkon për anëtarët e stafit dhe të gjithë aktorët e përfshirë në projekt. Faleminderit për punën e mrekullueshme dhe kontributin e vlefshëm!

Miranda Mansaku

Drejtore Ekzekutive

Udhëtim i Lirë – Liberi di Viaggiare



PARATHËNIE

Situata e pandemisë ishte një ngjarje e papritur në shkallë globale që tërhoqi vëmendjen e qeverive, bizneseve, organizatave të shoqërisë civile dhe aktorëve të tjerë tek nevojat shumë themelore të njerëzimit, siç është shëndeti dhe mirëqenia mendore. Bazuar në artikullin e OKB-së "Ndikimi Social i Covid-19", situata pandemike ka qenë e vështirë për të gjithë, por më së shumti ka prekur ato segmente të shoqërisë që janë më të cenueshme, siç janë njerëzit që jetojnë në kushte të këqija, të moshuarit, personat me aftësi të kufizuara, gratë dhe njerëzit që jetojnë në zona të thella. I njëjti artikull thotë se nëse situata pandemike nuk trajtohet siç duhet, ajo mund të shkaktojë probleme më të rënda në të ardhmen si pabarazia e thellë, përjashtimi social, diskriminimi, papunësia, shëndeti i dobët mendor dhe fizik, etj. Në këtë drejtim, nevoja për të rritur punën me këto grupe është më shumë se një zgjedhje.

Iniciativa *The Invisible Forewomen* nuk u inkurajua vetëm në kuadër të Covid-19, por edhe si një nevojë e vazhdueshme për të punuar me njerëz që kanë më pak mundësi për t'u integruar në shoqëri, veçanërisht në aspektin ekonomik. Bazuar në raportin e fundit gjinor të vitit 2017, të krijuar nga Our World in Data, përqindja e grave në glob është 49.6%. Sidoqoftë, gratë duket se janë nënvlerësuar dhe jo plotësisht të integruara në shumë aspekte në shoqëri, si pjesëmarrja në vendimmarrje, arsim, politikë, biznes, etj.

Toolkit-i WeMean Power synon të jetë një mjet i dobishëm për këto grupe që fokusohen më shumë në zhvillimin personal dhe aftësive. Ne besojmë se e vetmja mundësi për të zgjidhur çështjet e lartpërmendura, është përmes edukimit dhe fuqizimit. Përmbajtja e toolkit-it është krijuar për të pasur një rritje hap pas hapi të njohurive dhe ushtrimeve praktike që mund të përdoren nga lexuesi. Për këtë arsye përmbajtja përqendrohet në:

- Zhvillimi Personal dhe i Aftësive
- Literacia e Biznesit
- Angazhimi socio-kulturor
- Literacia Digjitale

Fokusi i vënë në këto fusha do të mundësojë një zhvillim të gjithanshëm të grave dhe të rinjve dhe do t'i bëjë ata agjentë të ndryshimit dhe rritjes në komunitetet e tyre lokale.

Përmbajtja

Mirënjohje.....	iii
Parathënie	iv
1. Hyrje në Toolkit	1
1.1 Përse ky toolkit?	2
1.2 Organizatat Partnere	4
1.3 Konceptet Kryesore	7
2. Unë, vetvetja dhe unë	10
2.1 Të njohësh vetveten: Të qënurit grua.....	13
2.2 Zhvillimi i Aftësive Kyçe për Fuqizimin e Grave: Aftësitë personale dhe të buta.....	17
2.3 Fuqizimi: Aftësitë e Më të Mëdha dhe Gjetja e Punës.....	19
3. Literacia e Biznesit	28
3.1 Kuadri i Biznesit.....	35
3.2 Praktikat dhe Mundësitë e Më të Mëdha	41
3.3 Mjete praktike	51
4. Angazhimi socio-kulturor	55
4.1 Roli dhe rëndësia e angazhimit socio-kulturor të grave.....	57
4.2 Mundësitë e angazhimeve socio-kulturore të grave.....	59
4.3 Mjete praktike	62
5. Njohuritë digjitale.....	66
5.1 Transformimi teknologjik vs Fuqizimi Ekonomik i Grave	67
5.2 Si mund të ndihmojë teknologjia?	70
5.3 Mjete dhe aplikacione të dobishme	72
6. Referencat	76
7. Shtojca	78

1. Hyrje në Toolkit

Toolkit-i WeMean Power është dizenuar në kuadër të Projektit The Invisible Forewomen publikuar me mbështetjen e Fondacionit Anna Lindh dhe zbatuar nga një partneritet ndërmjet pesë organizatave: Udhëtim i Lirë-Liberi di Viaggiare (Shqipëri); URI MENA (Jordani); Have a Dream (Egjipt); TEKMED (Turqi) dhe Shoqata për Zhvillimin e Punës Vullnetare Novo Mesto (Slloveni).

Qëllimi është që të jetë një udhërrëfyes praktik për vendet partnere të përfshira në këtë iniciativë pasi toolkit-i do të jetë udhërrëfyesi kryesor dhe dokumenti mbështetës në fazën e Trajnimit të Trajnerëve të përfshirë në këtë projekt. Ky material do të publikohet në faqet e internetit të gjashtë vendeve partnere në mënyrë që të jetë i arritshëm për aktorët dhe organizatat e tjera që punojnë me grupet e marginalizuara, veçanërisht me gratë dhe fuqizimin e tyre ekonomik dhe social.

Toolkit-i përfshin koncepte kryesore dhe një pasqyrë të përgjithshme mbi rëndësinë e temës përmes një qasjeje analitike që synon ndërgjegjësimin e përfituesve për situatën aktuale të përfshirjes së grave në shoqëri dhe të sigurojë një bazë të njehsuar konceptuale për lexuesin. Ai gjithashtu përfshin ushtrime dhe veprimtari të thjeshta dhe praktike në mënyrë që të lehtësojë punën e trajnerëve që do të përgatisin materialet e trajnimit bazuar në përmbajtjen e këtij toolkit-i.

Toolkit-i WeMean Power mund të shërbejë gjithashtu si një material referimi pasi përfshin një gamë të gjerë të përkufizimeve, koncepteve dhe burimeve të shumta në dispozicion në temën e fuqizimit të grave në sferën socio-ekonomike, veçanërisht përmes vetë-zhvillimit dhe edukimit.

Ky toolkit erdhi si rezultat i një analize të nevojave të grave të kryera në pesë vende partnere. Një studim empirik u krye si një fazë përgatitore për toolkit-in në mënyrë që të hartohet një material gjithëpërfshirës dhe të dobishëm për grupin tonë të synuar. Për të mbledhur të dhënat, u hartua një pyetësor online i cili iu shpërnda 260 grave nga 5 vende partnere nëpërmjet teknikës rastësore të përzgjedhjes së kampionit studimor.

Bazuar në rezultatet, Toolkit-i WeMean Power përbëhet nga katër pjesë kryesore që trajtojnë vetë-zhvillimin, literacinë e biznesit dhe aftësitë sipërmarrëse, mundësitë e angazhimit socio-ekonomik dhe aftësitë digjitale si një aftësi e rëndësishme për përfshirjen dhe pavarësinë ekonomike.

Këta katër përbërës mund të jenë të dobishëm edhe për gratë ose grupet e tjera që vuajnë nga përjashtimi socio-ekonomik në komunitetet e tyre.

1.1 Përse ky toolkit?

Objektivi i Përgjithshëm: Ky toolkit shërben si një udhëzues miqësor për gratë e marginalizuara që synojnë të rrisin informacionin dhe shanset për përfshirjen e tyre socio-ekonomike në shoqëri përmes edukimit jo-formal dhe vetë-zhvillimit. Ai synon:

- Të prezantojë konceptet kryesore që lidhen me fuqizimin e grave, përfshirjen sociale, vetë-zhvillimin, vetë-edukimin dhe të shpjegojë rëndësinë e përfshirjes së grupeve të marginalizuara në shoqëri
- Sigurimi i mjeteve dhe aktiviteteve praktike që mund të përdoren nga trajnerët ose vetë gratë për të rritur kapacitetet e tyre dhe për të eksploruar dhe zhvilluar aftësitë e tyre

Për kë është ky toolkit?

Ky grup mjetesh është kryesisht për gratë dhe vajzat që vijnë nga zonat rurale dhe të largëta, ato që kanë të ardhura të ulëta ose vuajnë nga pavarësia ekonomike nga anëtarët e tjerë të familjes, gratë dhe vajzat që vuajnë nga dhuna ose abuzimi dhe kanë një arsim të ulët ose aspak arsimim, nënat e mitura dhe gratë ose vajzat që i përkasin grupeve të ndryshme në një komunitet siç janë: refugjatët, komuniteti rom ose pakicat e tjera fetare, racore dhe kulturore.

Ai synon individët që kanë vështirësi në integrimin shoqëror dhe synojnë të përmirësojnë statusin e tyre në shoqëri. Duke kombinuar aspektin teorik dhe mjetet praktike do të sigurojë një proces mësimi hap pas hapi dhe do të lehtësojë vetë-zhvillimin, rritjen personale dhe rritjen e aftësive profesionale për lexuesin. Nëse haseni me këtë toolkit dhe jeni një individ nga grupet e synuara të lartpërmendura ose njihni dikë që i përket atyre, mos hezitoni ta referoni ose ta ndani atë. Të ndash informacionin tregon përkujdesje, ndaj të ndihmosh një të afërm ose mik nuk ka qenë kurrë më e lehtë!

Pse përfshirja sociale dhe fuqizimi ekonomik?

Gratë përbëjnë një pjesë të konsiderueshme të popullsisë botërore, por në shumë vende, ato ende përballen me shumë probleme për të arritur të drejtat e tyre të plota dhe për të gëzuar trajtim dhe mundësi të barabarta në shoqëri. Këto vende zakonisht janë vende në zhvillim ose vende të vogla ku kultura shoqërore dhe politike favorizon kryesisht burrat. Në këtë grup, ku bëjnë pjesë vendet partnere të The Invisible Forewomen, edhe pse situata e grave ka ndryshuar ndër vite, ka ende shumë për të bërë. Një ndryshim i madh nuk shihet vetëm midis burrave dhe grave, por edhe midis grave që jetojnë në zonat urbane dhe atyre që vijnë nga zonat rurale dhe të largëta, ku mundësitë socio-ekonomike janë më të ulëta dhe ku shumica e grave ende konsiderohen vetëm si shtëpiake. Për më tepër, gratë që jetojnë në kushte të tilla janë më të predispozura drejt përjashtimit social dhe çështjeve sociale të tilla si: dhuna, arsimi i ulët, varësia ekonomike, të ardhurat e ulëta, angazhimi i ulët socio-kulturor dhe cilësia e ulët e jetës.

Nga hulumtimi që kemi kryer para hartimit dhe publikimit të këtij toolkit-i, kemi analizuar nevojat dhe problemet e 260 grave nga 5 vende partnere si Shqipëria, Jordania, Egjipti, Turqia dhe Sllovenia. Edhe pse secili vend ka specifikat dhe dinamikën e vet, kanë një bazë të përbashkët kur bëhet fjalë për të intervistuarit. Çështjet e tyre të përbashkëta janë: të kenë nivel të ulët ose të mesëm të arsimimit, punojnë në punë me të ardhura të ulëta ose janë shtëpiake, përjashtimi nga jeta socio-ekonomike për shkak të paragjytimeve gjinore, mentalitetit ose problemeve familjare, kanë pak njohuri në literacinë ekonomike dhe digjitale dhe kanë pak aftësi të buta dhe sociale dhe nivel të ulët të vetë-zhvillimit.

Në këtë situatë, ne zgjedhim të trajtojmë fuqizimin socio-ekonomik të grave jo vetëm si një proces që i shërben grave në nivel individual dhe familjeve të tyre, por më tepër si një proces që ka ndikim afatgjatë edhe në aspektin më të gjerë shoqëror gjithashtu.

Bazuar në faktet dhe shifrat e OKB -së për fuqizimin ekonomik të grave në nivel global, përfshirja e grave në jetën shoqërore, kulturore dhe ekonomike të shoqërive ka disa përfitime, siç janë:

- Rritja e shanseve për të respektuar të drejtat e grave dhe për të arritur barazinë: u mundëson atyre të marrin pjesë në mënyrë të barabartë në tregun e punës, të kenë kontroll mbi burimet produktive, të kenë kontroll mbi kohën e tyre, të rrisë zërin dhe pjesëmarrjen e tyre në proceset vendimmarrëse.
- Rritja ekonomike e vendit që ka ndikim të drejtpërdrejtë në PBB: Bazuar në Indeksin e Grave në Punë 2021, rritja e normave të punësimit të grave në OECD mund të rrisë Prodhimin e Brendshëm Bruto (PBB) të OECD me 6 trilionë dollarë, ndërsa mbyllja e hendekut të pagave gjinore mund të rrisë OECD PBB me 2 trilionë dollarë. (PWC, 2021)
- Rritja ekonomike përmes arritjes së arsimit
- Barazia ekonomike e grave është e mirë për biznesin

Nga ana tjetër, përjashtimi i grave ka shumë pasoja për shoqërinë dhe ekonominë e një vendi.

- Bazuar në artikullin e OECD-së mbi “*Koston Ekonomike të Diskriminimit të Bazuar Gjinor në Institucionet Sociale*”, gratë e mënjanuara pengojnë ekonominë nga rritja dhe prosperimi. Diskriminimi dhe përjashtimi i grave ka një kosto prej 12 trilion dollarë ose 16% të ekonomisë globale.
 - Përveç kësaj, diskriminimi gjinor dhe përjashtimi social i grave lidhet me nivele të ulëta të të ardhurave kombëtare. Bazuar në Institucionet Sociale dhe Indeksin Gjinor (SIGI), efekti kryesor shihet në nivele të ulëta të pjesëmarrjes së grave në fuqinë punëtore dhe nivele të ulëta të zhvillimit të kapitalit njerëzor.

1.2 Organizatat Partnere

➤ FONDACIONI ANNA LINDH



Fondacioni Anna Lindh është mbështetës kryesor i projektit The Indivisible Forewomen. Ajo është një organizatë ndërkombëtare që punon në Rajonin e Mesdheut duke e bërë atë institucionin e parë për të promovuar dialogun ndërkulturor dhe të shoqërisë

civile përballë mosbesimit dhe polarizimit në rritje. Fondacioni u themelua në 2004 dhe Selia e tij në Aleksandri u përrua në 2005, duke i bërë ata institucionin e parë të përbashkët për dialog të bashkë-krijuar nga Bashkimi Evropian dhe vendet e tij Partnere Mesdhetare. Ajo u krijua me iniciativën politike të Presidentit të Komisionit Evropian Romano Prodi, "për të ndërmarrë veprime për të rifilluar dialogun dhe për të zbutur rrezikun e një përplasjeje të qytetërimeve". Fillimisht i quajtur "Fondacioni Euro-Mesdhetar për Dialogun midis Kulturave", Fondacionit iu dha emri i Ministres së Jashtme Suedeze të ndjerë Anna Lindh, e cila u vra në 2003 në një akt të krimit të urrejtjes. Angazhimi gjatë gjithë jetës së Anës për partneritet të barabartë midis Veriut dhe Jugut dhe veprimit të partneritetit shumëpalësh, u bë një parim udhëzues për punën e tyre.

Shteti: Egjipt

Adresa: Biblioteka Alexandrina, Aleksandria, EGJIPT

Website: <https://www.annalindhfoundation.org/>

E-mail: info@annalindhfoundation.org

➤ UDHËTIM I LIRË-LIBERI DI VIAGGIARE



Udhëtim i Lirë-Liberi di Viaggiare është partneri kryesor i projektit The Invisible Forewomen. Ajo u krijua në qershor 2015 dhe është një organizatë jofitimprurëse, e pavarur, joqeveritare, jo politike, e cila nuk ndjek qëllime fitimi dhe është e hapur për të gjithë ata që punojnë për të arritur qëllimet e saj. Edhe pse u krijua

disa vjet më parë, UiL-LdV po bën përpjekje serioze për t'u bërë një faktor në arritjen e ndryshimeve të qëndrueshme dhe pozitive në Qarkun e Durrësit, duke theksuar çështjet e zhvillimit të turizmit, promovimin e vlerave historike, trashëgiminë dhe kulturën vendase, zhvillimin e teknologjisë, rininë dhe mbrojtjen e mjedisit. Shoqata që nga shtatori 2019 zhvillon aktivitetet e saj për të rinjtë në ambientet e Qendrës Rinore Multifunksionale me një vendim të Këshillit Bashkiak si pronë që do të përdoret në dobi dhe interes të të rinjve.

Shteti: Shqipëri

Adresa: Rruga Egnatia, Durrës

Website: <https://udhetimiilire.org/>

E-mail: info@udhetimiilire.org

➤ **URI MENA: UNITED RELIGIONS INITIATIVE - LINDJA E MESME & AFRIKA E VERIUT**



URI MENA është partneri ynë i projektit nga Jordania. Ajo është një organizatë jofitimprurëse që synon të promovojë bashkëpunim të qëndrueshëm dhe të përditshëm ndërfetar për t'i dhënë fund

dhunës me motive fetare dhe për të krijuar një kulturë paqeje dhe drejtësie, shërimi për tokën dhe të gjitha qeniet e gjalla. Misioni i tij është të kultivojë paqen dhe drejtësinë duke i angazhuar njerëzit të kapërcejnë dallimet fetare dhe kulturore dhe të punojnë së bashku për të mirën e komuniteteve të tyre. URI MENA zbaton misionin e tij përmes ndërtimit të kapaciteteve të grupeve dhe organizatave të tyre anëtare të quajtura Rrethet e Bashkëpunimit, në mënyrë që të angazhohen në aksione të komunitetit në fusha të tilla si zgjidhja e konfliktit dhe pajtimi, qëndrueshmëria e mjedisit, arsimit, programet për gratë dhe të rinjtë dhe advokimi për të drejtat e njeriut. Ai mbështet një rrjet prej më shumë se 80 grupeve anëtare në Lindjen e Mesme dhe Afrikën e Veriut. Ata mirëpresin dhe nderojnë diversitetin si edhe ndajnë një qëllim të përbashkët drejt ndërtimit të komunitetit dhe respektit përmes fesë dhe jetës shpirtërore.

Shteti: Jordan

Adresa: Bulevardi General Kennedy, San Francisco, US

Website: <https://www.uri.org/region/middle-east-and-north-africa>

E-mail: info@uri.org

➤ **HAVE A DREAM**



Have a Dream është një Ndërmarrje Sociale Egjiptiane e themeluar në vitin 2014 nga një grup të rinjsh Egjiptianë të cilët u frymëzuan nga përvojat e pasura të udhëtimit dhe u kthyen prapa në vendin e tyre për të krijuar një mundësi të re për të rinjtë Egjiptianë. Organizata aspiron të çrrënjosë dallimet racore dhe të advokojë për bashkë-ekzistencën përmes ofrimit të programeve të mirë-organizuara për të rinjtë dhe përvojat e pasura ndër-kulturore që përfitojnë zhvillimin personal të të rinjve dhe komuniteteve të cilët ata i përkasin. Have a Dream ka një komunitet prej 500 vullnetarësh të moshës 18-30 vjeç që janë të angazhuar në projekte dhe nisma në fushën e barazisë gjinore, parandalimin e dhunës, zhvillimin e të rinjve, përfshirjen sociale, mbrojtjen e mjedisit dhe jetës së egër, arsimin, sportin, artin, muzikën, kulturën dhe trashëgiminë botërore. Ekipi përbëhet nga njerëz me prejardhje të pasur kulturore dhe profesionale.

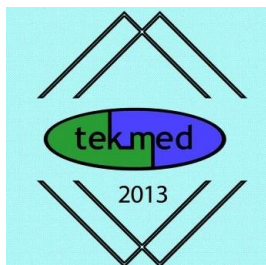
Shteti: Egypt

Adresa: 28 Mahmoud Hassan, Merghanyst, Cairo, Egypt

Website: <https://have-adream.com/>

E-mail: info@have-dream.org

➤ **TEKMED: TOKAT EKONOMIK KALKINMA VE MESLEK EDINDIRME DERNEGI**



TEKMED është partneri ynë i projektit nga Turqia. Ajo u krijua në vitin 2013 nga vullnetarë, mësues dhe trainues. Shoqata e Zhvillimit Ekonomik dhe Aftësimit Profesional Tokat (TEKMED) mbështet trajnimin profesional dhe teknik dhe dëshiron të përmirësojë njohuritë dhe aftësitë e të rinjve dhe profesionistëve të rritur. Shoqata inkurajon ekspertët e mekanikës, elektronikës dhe softuerit dhe të rinjtë të marrin pjesë në konkursin e modelit të avionëve, robotëve me dron dhe raketave. Për më

tepër, TEKMED organizon kurse dhe trajnime për të rinjtë e papunë të cilët janë të talentuar dhe janë të gatshëm të mësojnë dhe të rriten. Ajo siguron mbështetje teknike për investitorët në fushat e bletarisë, bujqësisë dhe energjisë së rinovueshme. Shoqata mbështet sipërmarrjet dhe i ndihmon ata të aplikojnë dhe përfitojnë nga stimujt qeveritarë. TEKMED gjithashtu mbështet grupet e tjera të cenueshme siç janë emigrantët ose njerëzit me më pak mundësi për t'u integruar në jetën shoqërore dhe tregun e punës.

Shteti: Turqi

Adresa: Tokat

Website: www.tekmed.gov.tr

E-mail: muslimkacmaz60@yandex.com

➤ **SHOQATA PËR ZHVILLIMIN E PUNËS VULLNETARE NOVOMESTO**



Društvo Za Razvijanje Prostovoljnega Dela Novo mesto (Shoqata e Zhvillimit të Punës Vullnetare Novo Mesto) është një organizatë jo-qeveritare dhe humanitare slovene, që punon në interesin publik në fushën e kujdesit social, rinisë dhe kulturës. Misioni është të kontribujmë në një shoqëri më gjithëpërfshirëse dhe të hapur për të gjithë. Programet dhe aktivitetet kryesore kanë të bëjnë me përfshirjen e grupeve të përjashtuara shoqërisht dhe me stimulimin e zhvillimit të OJQ -ve dhe dialogut civil.

Aktivitetet brenda programeve kryhen nga puna e ekspertëve dhe vullnetarëve. Ata promovojmë vlerat e solidaritetit, tolerancës, vullnetarizmit, jetesës aktive, mjedisit të pastër, ndërgjegjësimin të qytetarëve dhe dialogut ndërkulturor.

Shteti: Slovenia

Adresa: Rozmanovaulica 30, 8000 Novo Mesto

Website: www.drpdnm.org

E-mail: mitja.bukovec@drpdnm.org

1.3 Konceptet Kryesore

Literacia Biznesit: Aftësia për të lexuar dhe shkruar për biznesin, njohuritë dhe edukimin e punonjësve në lidhje me biznesin e një kompanie dhe për të vepruar në përputhje me qëllimet e saj financiare.

Shoqëria civile / sektori qytetar: zona jashtë familjes, shtetit dhe tregut - e cila krijohet nga veprime, organizata dhe institucione individuale dhe kolektive për të çuar përpara interesat e përbashkëta. Në parim, format e organizuara të shoqërisë civile duhet të jenë të përgjegjshme ndaj zonave të tyre zgjedhore dhe/ose përfituesve.

Literacia Digjitale: është aftësia për të gjetur, vlerësuar, shfrytëzuar, ndarë, dhe krijuar përmbajtje duke përdorur teknologjitë e informacionit dhe internetin. Literacia digjitale i referohet aftësisë së një individi për të gjetur, vlerësuar dhe komunikuar qartë informacionin përmes medias së shkruar dhe medias në platforma të tjera të ndryshme digjitale. Vlerësohet nga gramatika, përbërja, aftësitë e shkrimit dhe aftësia e një individi për të prodhuar tekst, imazhe, audio dhe dizajne duke përdorur teknologjinë.

Fuqizimi Ekonomik: është kapaciteti i grave dhe burrave për të marrë pjesë, për të kontribuar dhe përfituar nga proceset e rritjes në mënyrat që të njohin vlerën e kontributeve të tyre, respektojnë dinjitetin e tyre dhe bëjnë të mundur negocimin në shpërndarjen më të drejtë të përfitimeve të rritjes. Fuqizimi ekonomik rrit aksesin e grave në burimet dhe mundësitë ekonomike duke përfshirë vendet e punës, shërbimet financiare, pronën dhe asetet e tjera prodhuese, zhvillimin e aftësive dhe informacionin e tregut (OECD).

Gjinia: i referohettributeve dhe mundësive shoqërore që lidhen me të qenit mashkull dhe femër dhe marrëdhëniet midis grave dhe burrave dhe vajzave dhe djemve, si dhe marrëdhëniet midis femrave dhe atyre midis meshkujve. Këtotribute, mundësi dhe marrëdhënie janë të ndërtuara shoqërisht dhe mësohen përmes proceseve të shoqërizimit.

Zhvillim personal: i referohet sesi modelet e organizuara të sjelljes që përbëjnë personalitetin unik të secilit person shfaqen me kalimin e kohës. Shumë faktorë ndikojnë në personalitetin, përfshirë gjenetikën, mjedisin, prindërit dhe variablat shoqërorë. Ndoshta më e rëndësishmja, është ndërveprimi i vazhdueshëm i të gjitha këtyre ndikimeve që vazhdojnë të formojnë personalitetin me kalimin e kohës.

Vetë-edukim: është mësim i drejtuar nga vetja që lidhet, por është i ndryshëm nga mësimi joformal. Në një farë kuptimi, autodidaktizmi është "të mësoh vetë" ose "nga vetja", dhe një autodidakt është një vetë-mësues. Autodidaktizmi është një procesion meditues, thithës.

Aftësi: është një aftësi për të bërë një aktivitet mirë, veçanërisht sepse e keni praktikuar atë, dhe/ose një aftësi të veçantë që e zhvillon përmes trajnimit dhe përvojës dhe që është e dobishme në një punë, dhe/ose një aftësi e veçantë për të bërë diçka.

Përfshirja Sociale: për të përmirësuar aftësinë, mundësinë dhe dinjitetin e njerëzve, të pafavorizuar në bazë të identitetit të tyre, për të marrë pjesë në shoqëri. Përfshirja sociale kur individët nuk janë në gjendje të marrin pjesë në jetën ekonomike, sociale, politike dhe kulturore të shoqërisë së tyre.

Angazhimi Kulturor: Duke marrë përkufizimin operacional nga manuali i statistikave kulturore të UNESCO -s, pjesëmarrja kulturore mund të përkufizohet si "pjesëmarrje në çdo aktivitet që, për individët, paraqet një mënyrë për të rritur kapacitetin dhe kapitalin e tyre kulturor dhe informativ, i cili ndihmon në përcaktimin e identitetit të tyre, dhe/ose lejon për shprehje personale". Aktivitete të tilla mund të marrin shumë forma - si aktive, të tilla si krijimi i artit apo edhe vullnetarizmi për një organizatë kulturore, dhe pasive, siç është shikimi i një filmi - dhe mund të ndodhin përmes një sërë kanalesh zyrtare ose joformale, përfshirë internetin.

Përfshirja: është praktikë për të siguruar që njerëzit të ndiejnë ndjenjën e përkatësisë dhe mbështetjes nga shoqëria. Përfshirja shihet si një e drejtë universale e njeriut. Qëllimi i përfshirjes është të përqafojë të gjithë njerëzit pavarësisht racës, gjinisë, aftësisë së kufizuar, nevojave mjekësore ose nevojave të tjera. Bëhet fjalë për dhënien e aksesit dhe mundësive të barabarta dhe eliminimin e diskriminimit dhe intolerancës (heqja e barrierave). Ajo prek të gjitha aspektet e jetës publike.

Vetëvlerësim: është respekti ose mirënjohja që një person ka për veten. Një person me ndjenja pozitive në lidhje me veten thuhet se ka vetëbesim të lartë. Sidoqoftë, vetëvlerësimi mund t'i referohet fushave shumë specifike, si dhe një ndjenjë të përgjithshme për veten. Për shembull, një person mund të ketë vetëvlerësim të ulët në lidhje me atraktivitetin fizik dhe vetëbesim të lartë për aftësinë për të bërë një punë të mirë.



Unë, vetvetja dhe unë

2. Unë, vetvetja dhe unë

Ky kapitull do të përqëndrohet kryesisht në ndërgjegjësimin e lexuesit mbi procesin e zhvillimit personal dhe pse është i rëndësishëm. Qëllimi është fuqizimi i grave dhe të rinjve përmes edukimit duke shpjeguar konceptet kryesore dhe duke ndihmuar në identifikimin e potencialit të tyre. Ky kapitull gjithashtu synon të ndihmojë lexuesin të shtyjë ndryshimin midis dy koncepteve kryesore si rritja personale dhe vetë-zhvillimi pasi ato paraqesin dy qasje të ndryshme ndaj jetës.

Zhvillimi personal është një proces i përhershëm që ju ndihmon të vlerësoni qëllimet tuaja të jetës dhe të rriteni për të përmbushur potencialin tuaj. Kjo ju lejon të jeni proaktiv dhe të merrni përgjegjësinë për veprimet tuaja. Ju nuk mund të arrini gjithmonë objektivin tuaj, por ju bëni një jetë më të përmbushur sepse qëllimi juaj është i përcaktuar. Zhvillimi personal kontribuon në kënaqësinë dhe suksesin në jetë.

Këto janë tipare dhe cilësi që tashmë i keni ose i fitoni përmes edukimit dhe trajnimit. Disa aftësi të zakonshme të zhvillimit personal janë:

- **Komunikimi i mirë** ju lejon të përcillni mendimet tuaja me qartësi dhe besim
- **Aftësitë ndërpersonale** që ju ndihmojnë të krijoni marrëdhënie dhe të bëni përshtypje tek të tjerët në situata shoqërore
- **Aftësitë për zgjidhjen e problemeve** që ju mundësojnë të gjeni zgjidhjet më të mira kur hasni pengesa
- **Aftësitë e përshtatshmërisë** që ju lejojnë të përshtateni me gjërat e reja shpejt dhe me lehtësi, përveç se të qëndroni të qetë gjatë situatave të paparashikuara
- **Aftësitë e lidershit** që ju ndihmojnë të drejtoni të tjerët; rrit moralin dhe krijon besim

Rëndësia e zhvillimit personal

Ekziston një keqkuptim i zakonshëm se zhvillimi personal është i rezervuar për ata që duhet të punojnë më shumë për të arritur qëllimet e tyre. Në realitet, edhe njerëzit më të suksesshëm përpiqen vazhdimisht për përmirësim. Truri juaj ka nevojë për informacion të ri në mënyrë që të vazhdoni të lulëzoni. Mësimi është një proces i vazhdueshëm dhe nuk ndalet nëse nuk dëshironi. Zhvillimi personal mund të marrë kohë, por ka shumë përparësi për këtë proces.

Ofron Qartësi në Vizionin Personal: Zhvillimi personal ju ndihmon të përcaktoni vizionin tuaj personal dhe qëllimet e jetës më qartë. Kur vendosni objektiva për veten, bëhet më e lehtë të krijoni një plan dhe të punoni drejt atyre objektivave.

Përmirëson Aftësitë Ekzistuese: Mësimi dhe rritja personale janë shenjat dalluese të zhvillimit personal. Ju mësoni nga gabimet tuaja të kaluara dhe kapërceni sfidat përmes edukimit, trajnimit dhe udhëzimit.

Ndihmon në Identifikimin e Potencialit të Vërtetë: Sa më shumë të punoni në aftësitë dhe mundësitë tuaja, aq më shumë zbuloni potencialin tuaj të fshehur. Ju mësoni të shtyni kufijtë tuaj dhe të eksploroni gjëra të reja sepse dini të përdorni më së miri njohuritë tuaja.

Drejton Motivimin dhe Kënaqësinë: Zhvillimi personal është fuqizues pasi ju lejon të merrni kontrollin e gjërave. Meqenëse ka përmirësim të vazhdueshëm, ju ndiheni më të sigurt dhe të motivuar. Produktiviteti juaj rritet dhe performanca juaj ju jep kënaqësi.

Ndihmon në Fokusimin e Pamjes më të Gjerë: Kur pranoni të metat tuaja, e mbani veten përgjegjës për gabimet tuaja. Ky nivel i vetëdijes për veten ju ndihmon të shikoni pamjen më të gjerë dhe të mos fajësoni veten për gjëra që janë jashtë kontrollit tuaj.

Çfarë është Vetë-Zhvillimi?

‘Zhvillimi personal’ shpesh përdoret në mënyrë të ndërsjellë me ‘vetë-zhvillim’, por ato janë dy qasje të ndryshme ndaj jetës. E para fokusohet në zhvillimin e aftësive të reja dhe shtimin e një drejtimi të ri në jetë. Kjo e fundit përqendrohet në mënyrat për të përmirësuar gjërat që tashmë janë pjesë e jetës së dikujt. Të dy proceset merren me zhvillimin personal dhe plotësojnë njëri-tjetrin, por nuk duhet të ngatërrohen me njëri-tjetrin. Vetë-zhvillimi është një proces i vetëdijshëm për të përmirësuar veten në aspekte të ndryshme të jetës. Është një ndjekje e vazhdueshme e rritjes duke zhvilluar aftësitë, kompetencat dhe njohuritë. Qëllimi përfundimtar për vetë-zhvillimin është të jesh një person i vetë-përmbushur.

Procesi përfshin tre përbërës kryesorë:

Rritja e Aftësive: Ekzistojnë dy procese të rritjes së aftësive, efektiviteti personal dhe ndërpersonal. Aftësitë ndërpersonale përqendrohen në mënyrën se si bashkëveproni me të tjerët dhe zhvilloni marrëdhënie. Aftësitë e efektivitetit personal si përcaktimi i qëllimeve, menaxhimi i kohës, vendimmarrja dhe menaxhimi i stresit ju japin përfitime personale.

Kushtëzimi Mendor: Procesi i ndërtimit dhe forcimit të mendjeve tona njihet si kondicionim mendor. Ne jemi në gjendje të përqëndrohemi në objektivat tanë duke përfytyruar atë që duam të arrijmë. Kjo ndihmon në mbajtjen e një fokusi pozitiv, duke përmirësuar imazhin për veten dhe vetëbesimin. Disa teknika të kondicionimit mendor si meditimi, ushtrimet e frymëmarrjes dhe aktivitetet relaksuese kanë rezultuar të dobishme në rritjen e përqendrimit dhe përmirësimin e performancës.

Krijimi i Zakoneve: Një zakon shpesh i referohet sjelljeve ose tendencave rutinë që janë automatike dhe pa qëllim. Është e vështirë të ndryshosh zakonet, por jo e pamundur. Për ta bërë jetën tonë më të pasur, ne gjithashtu mund të krijojmë zakone të reja dhe të sjellim ndryshime positive.

Çfarë është Rritja Personale?

Rritja personale ose vetë-rritja është rezultat i zhvillimit personal dhe vetjak. Është një proces për t'u bërë personi që ju ka motivuar të punoni drejt vetë-përmirësimit në radhë të parë. Në terma laikë, rritja personale është një hap transformues i bërë drejt përmirësimit të gjendjes tuaj fizike, emocionale, intelektuale, sociale, shpirtërore dhe financiare në jetë. Këtu janë disa pyetje që mund t'i bëni vetes para se të filloni të investoni në vetë-përmirësim: Për çfarë jam mirënjohës sot? Çfarë dua të arrij në jetë? Cilat janë gjërat nga të cilat kam frikë? Si i përballoj frikën time? Cila është ajo gjë pa të cilën nuk mund të jetoj?

Pse të punoni në rritjen personale?

Kur punoni në rritjen individuale, ju mund të adresoni me efikasitet dhe të shmangni dështimet. Këtu janë disa avantazhe që gëzojnë ata që ndjekin në mënyrë aktive rritjen e vetes:

- Marrëdhëniet me miqtë tuaj, familjen, kolegët dhe madje edhe veten janë themeli i jetës. Aftësitë e mira sociale dhe rrjetëzimi do t'ju ndihmojnë të krijoni marrëdhënie më të shëndetshme. Për shembull, nëse përballeni me konflikte në vendin e punës, i adresoni ato në vend që t'i shmangni ato.
- Mësoni të rregulloni emocionet, mendimet dhe sjelljet tuaja, prandaj forconi vetëkontrollin. Filloni të dalloni faktet dhe opinionet. Ndërtoni zakone të reja dhe nuk shpërqendroheni lehtë nga tundimet dhe impulset.
- Jeta na hedh topat e lakuar kur ne më së paku i presim. Përpjekjet e vazhdueshme drejt adresimit dhe sfidimit të vështirësive ju bëjnë më elastikë. Ju jeni në gjendje të kaloni gabimet tuaja dhe të shikoni çdo problem në mënyrë objektive. Ekziston një vetëdije e shtuar dhe inteligjencë emocionale.
- Marrëdhëniet e shëndetshme, vetëkontrolli më i mirë dhe përmirësimet e lidhura të shëndetit krijojnë mjedise të përshtatshme për sukses. Ju mësoni të vendosni momente dhe të përcaktoni suksesin për veten tuaj. Në fund të fundit, sukcesi matet duke gjetur kuptim në punën dhe jetën tuaj.

Zhvillimi Personal për Rritje Profesionale

Komunikoni shpesh:	Komunikimi është thelbësor për të thyer akullin dhe për të krijuar një raport me kolegët. Tregojuni bashkëpunëtorëve tuaj se jeni të hapur për biseda dhe argumente të shëndetshme. Dëgjoni me vëmendje dhe mos dakortësimet shprehimi me respekt, sa herë që dikush sfidon bindjet dhe opinionet tuaja ekzistuese.
Jini të hapur për reagime	Marrja e reagimeve të sinqerta dhe konstruktive është një nga mënyrat më të mira për t'u rritur në karrierën tuaj. Pavarësisht nëse jeni udhëheqës i ekipit ose anëtar i ekipit, sigurohuni që të siguronit si dhe të merrni reagime nga bashkëmoshatarët tuaj. Do të jeni më të qartë për performancën dhe përparimin tuaj.
Punoni në ekupe:	Jini proaktiv kur bëhet fjalë për punën në grup dhe bashkëpunimin me departamentet e tjera. Perspektiva të ndryshme u hapin rrugë përvojave të reja të të mësuarit. Për më tepër, ju inkurajoheni të jeni më produktiv kur ndani dhe diskutoni objektivat dhe afatet e përbashkëta.
Merrni pjesë në sesione trajnimi	Nëse mendoni se performanca juaj është prekur për shkak të boshllëqeve në kompetencat tuaja, jini të hapur ndaj programeve të trajnimit. Ju gjithmonë mund të shkathtësoheni për të arritur kërkesat e reja të biznesit. Për më tepër, punëdhënësi juaj do të vlerësojë përpjekjet e shtuara që bëni drejt shtimit të qëllimeve organizative.

2.1 Të njohësh vetveten: Të qënurit grua

Njohja e vetvetes përqendrohet kryesisht në mënyrën se si sillemi dhe si mendojmë në përgjithësi. Ajo merret me veten tonë të brendshme dhe të jashtme (qëndrimi dhe mënyra se si dukemi).

Përmes pikave të mëposhtme, dikush mund të njohë veten, shembull:

-Talenti (aftësitë tona): Aftësitë tona i referohen potencialeve tona të dhëna nga Zoti. Potencialet e dhëna nga Zoti janë dhurata me të cilat kemi lindur dhe mund të përdoren lehtësisht për të kryer detyra dhe veprimtari të vështira për njerëzit e tjerë. Shembull, vizatim, këndim, vallëzim, lojë futbollit, lojë basketboll, etj

- Pikat e forta dhe të dobëta (aftësitë dhe mangësitë tona): Aftësitë dhe mangësitë tona kanë të bëjnë me aftësitë që keni. Të besosh në veten tënde është një virtyt i cili të ndihmon të njohësh aftësitë e tua dhe atë që nuk mund ta bësh me efikasitet.

- Pëlqimet dhe mospëlqimet: Gjërat që na pëlqejnë janë të preferuarat tona dhe mospëlqimet tona janë ato që nuk na pëlqejnë. Njohja e këtyre gjërave na ndihmon të njohim anët tona të mira dhe të këqija.

- Pamja fizike (pamja jonë trupore): Kjo ka të bëjë me atë se si duken trupat tanë fizikë, domethënë të çelur, të mbushur, të hollë, të errët, etj. janë shembuj të pamjes trupore të njerëzve.

Rëndësia e njohjes së vetvetes

Na ndihmon në vendimmarrjen tonë: Na ndihmon të vendosim siç duhet në jetë. Kjo nëse dalloni sa të mirë jeni me numrat, mund të vendosni të hyni në kontabilitet si karrierë.

- **Vlerësimi i njerëzve të tjerë:** Njohja e vetes ju ndihmon të njihni mangësitë tuaja, shembujt janë padurimi, temperament i keq, krenaria etj. Kjo do t'ju ndihmojë të kuptoni njerëzit e tjerë me zotërimi të tilla.
- **Njohja e dobësive tona:** Kur identifikojmë dobësitë tona, pra atë për të cilën nuk jemi shumë të zotë, kjo na ndihmon të lidhemi më mirë me të tjerët. Dobësia jonë mund të jetë krenaria, dembelizmi, pandershmëria etj.
- **Kuptoni veten:** Kjo na tregon se kush jemi dhe na bën të aftë të pranojmë veten. Kjo i ndihmon njerëzit e tjerë të na besojnë kur ne kuptojmë dhe besojmë veten tonë.

Ushtrimi 1: Të flas për Vetën

OBJEKTIVAT	
✓ Për të mbështetur gratë për të shprehur mendimet dhe për të zbuluar emocionet, dëshirat dhe shqetësimet personale.	
✓ Për të ndihmuar gratë të kenë një kuptim më të mirë të vetes, bazuar në deklaratat e tyre.	
✓ Për të matur impaktin e trajnimit.	
ZBATIMI HAP PAS HAPI	
Lehtësuesi shpërndan fletëpalosjen dhe u kërkon pjesëmarrësve të përfundojnë spontanisht 16 deklaratat të hapura. Ne jemi të interesuar për: • Tu dhënë pjesëmarrësve mundësinë për të shprehur veten nëpërmjet shkrimit duke kuptuar gjëra rreth vetes të cilat ata mund të mos i kenë zbuluar deri më tani. • T'i bërë pjesëmarrëset të shprehin mendimet dhe të zbulojnë emocionet, dëshirat dhe shqetësimet personale. Të gjitha këto ide do t'i ndihmojnë ata të përcaktojnë atë që është e rëndësishme për ta në kërkimin e punës. Lehtësuesi shpjegon se është kyçe të plotësoni propozimet sa më shpejt të jetë e mundur, duke shkruar mendimin e parë që ju vjen në mendje dhe se nuk ka përgjigje të sakta ose të gabuara. Pas 15 minutash, lehtësuesi fton pjesëmarrësit të ndajnë deklaratat e tyre dhe të nxjerrin në pah pikat që ata i konsiderojnë si më të rëndësishmet për ta. Ju lutemi vini re se ky mjet mund të përdoret si në sesionet e këshillimit individual ashtu edhe në grup në fillim ose në fund të një programi trajnimi për të matur ndikimin e trajnimit së bashku me mjetet e vlerësimit të ndikimit.	
KOHA:	30 minuta
MATERIALE:	Fletëpalosje (Shtojca I)

Ushtrimi 2: Rreth Meje (Fletë pune)

OBJEKTIVAT
✓ Për të ndihmuar gratë të analizojnë veten dhe të jenë më të vetëdijshme për atributet dhe vlerat e tyre
✓ Për të ndihmuar gratë të arrijnë një nivel më të lartë të vetëvlerësimit duke e kuptuar më mirë veten, bazuar në deklaratat e tyre dhe ngjarjet e jetës.
Plotësoni fjalitë e mëposhtme:
Isha vërtet e lumtur kur:
Diçka që miqtë e mi pëlqejnë tek unë është:
Jam shumë krenare për:
Familja ime ishte shumë e lumtur me mua kur unë:
Në shkollë/punë/jetën e përditshme, jam shumë e mire në:
Diçka që më bën vërtet unike është:
ZBATIMI HAP PAS HAPI
Lehtësuesi shpërndan fletëpalosjen dhe u kërkon pjesëmarrësve të përfundojnë fjalitë në tabelë në mënyrë spontane përmes vetë-analizës dhe stuhi mendimesh. Qëllimi është: • Për t'i dhënë pjesëmarrësve mundësinë për të shprehur veten duke shkruar duke kuptuar gjëra për veten që ajo mund të mos i ketë zbuluar deri më tani. • Për t'i bërë pjesëmarrësit të shprehin mendimet dhe të zbulojnë emocionet, dëshirat dhe shqetësimet personale. Trajnuesi ose lehtësuesi shpjegon se është e rëndësishme të plotësoni propozimet sa më shpejt të jetë e mundur, duke shkruar mendimin e parë që ju vjen në mendje dhe se nuk ka përgjigje të sakta ose të gabuara. Pas 15 minutash, lehtësuesi fton pjesëmarrësit të ndajnë deklaratat e tyre dhe të nxjerrin në pah pikat që ata i konsiderojnë si më të rëndësishmet për ta.
Koha: 20 minuta

Ushtrimi 3: Pema e Suksesit

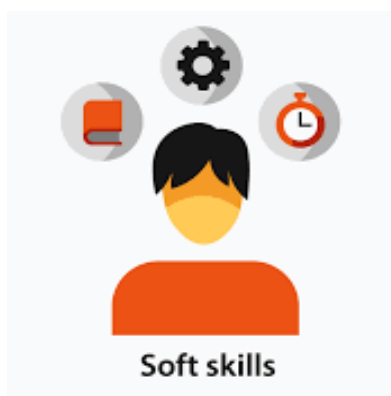
OBJEKTIVAT	
✓ Për të identifikuar dhe vlerësuar kompetencat nga përvojat e grave dhe për të vënë re ato kompetenca të përsëritura në rastin e secilës grua si kompetencat e tyre kryesore, "ankoruese"	
✓ Të etiketohen arritjet si suksese të veta, të dala nga kapacitetet dhe pikat e tyre të forta.	
ZBATIMI HAP PAS HAPI	
Pjesa I Reflektimi mbi kuptimin e "suksesit"	1. Lehtësuesi u kërkon grave të ulen duke formuar një U në klasë dhe fillon diskutimin se çfarë do të thotë sukses për to. Për të ndihmuar dhe promovuar reflektimin e tyre, lehtësuesi mund të përdorë materiale mbështetëse si video (p.sh. një video e suksesit të një ekipi, të një arritjeje individuale në çdo fushë: kohën e lirë, shtëpinë, sportet, punën, etj.). 2. Grave u kërkohet të shprehin disa fjalë kyçe për të përcaktuar suksesin. Lehtësuesi i shkruan ato në dërrasën e zezë. Nëse fjalë të tilla si arritja personale, përmbushja, qëllimi, sfida, përpjekja, etj. nuk janë përfshirë, lehtësuesi do t'i shtojë ato në dërrasën e zezë.
Pjesa II Vizatimi i pemës tonë të suksesit	1. Lehtësuesi u kërkon grave të mbajnë mend dhe të njohin 3 përvoja të suksesshme të jetës së tyre. Gratë do të zgjedhin tre përvoja të suksesshme që përshtaten me thënien "Kam arritur diçka të rëndësishme për mua". 2. Lehtësuesi u kërkon grave të vizatojnë "Pemën e Sukseseve" të tyre. Për të lehtësuar procesin, lehtësuesi mund të vizatojë një pemë në dërrasën e zezë si shembull. Degët përfaqësojnë sukseset. Frutat e degëve do të përfaqësojnë përfitimet e marra me përvojën dhe trungu i pemës do të përfaqësojë aftësitë që kontribuan për të arritur suksesin. Rrënjët do të përfaqësojnë atë që ishte e domosdoshme për të arritur suksesin në aspektin e njohurive dhe qëndrimeve. Pema mund të vizatohet lirshëm, por duhet të ketë 3 degë, secila përfaqëson një sukses. Lehtësuesi do të mbështesë gratë gjatë procesit të tyre për të zhvilluar dhe organizuar idetë e tyre.
Pjesa III Ndarja e pemës tonë të suksesit	1. Pasi të gjitha gratë të kenë mbaruar "pemën e sukseseve", një nga një do të kenë 5 minuta kohë për t'ia paraqitur atë grupit. Lehtësuesi do të shpjegojë se këto pemë janë të gjalla dhe mund të rriten dhe të ushqehen nga përvoja të reja. 2. Grupi mund të bëjë pyetje në lidhje me pemët. Ata duhet t'i kushtojnë vëmendje aftësive dhe njohurive që dëgjojnë në secilën histori. Gruaja që merr reagime dëgjon me kujdes dhe nuk refuzon asnjë koment pozitiv në lidhje me njohuritë, qëndrimet dhe aftësitë e saj. Ajo mund të përdorë reagimet për të vendosur se cilat forca të atribuara dëshiron t'i pranojë dhe të bëjë pjesë në identitetin dhe vetë-përshkrimin e saj. 3. Lehtësuesi do t'i fuqizojë gratë duke shpjeguar se kur disa aftësi, njohuri dhe kompetenca shfaqen disa herë në një pemë të veçantë, kjo do të thotë se këto elemente janë "spiranca" e kësaj gruaje, ato që do t'i ndihmojnë ato të zhvillojnë kompetencat e tyre. 4. Për t'i dhënë fund aktiviteteve, gratë duhet të zgjedhin një, dy ose tre përvoja të suksesshme dhe të shkruajnë në një fletë "Kompetencat e mia për sukses janë ...". Në qendër të fletës ata duhet të përfshijnë përvojën e suksesit dhe rreth tij ata duhet të shtojnë kompetencat që lidhen me arritjen e këtij suksesi.
MATERIALE	Karton, stilolaps, stilolapsa me ngjyrë, sticky notes, dërrasë e zezë .

2.2 Zhvillimi i Aftësive Kyçe për Fuqizimin e Grave: Aftësitë personale dhe të buta

Me ekonominë globale që po pëson ndryshime rrënjësore, aktorët e zhvillimit duhet të sigurojnë që gratë që hyjnë në fuqinë punëtore si pjesëmarrëse të reja mund të përshtaten shpejt me këto ndryshime dhe mund të mbajnë lirinë e tyre ekonomike të sapo gjetur në erërat e ndryshimit. Kështu, është jetike që t'i jepet përparësi zhvillimit të aftësive që nuk mund të zëvendësohen lehtë përmes makinave dhe do të jenë të domosdoshme për një ekonomi të shekullit të njëzet e një.

Në zhvillimin e aftësive tuaja, duhet të keni parasysh 2 grupe aftësish:

Aftësi e forta: Aftësitë që lidhen me ndonjë detyrë specifike; ato janë zakonisht lehtësisht të matshme. Ata kanë tendencë të bazohen në njohuri, të tilla si aftësia në një lëndë, certifikimi dhe aftësitë teknike. Rrjedhshmëria në spanjisht, aftësitë në programin XYZ, dizajni grafik dhe programimi janë të gjitha aftësi të vështira.



Aftësi e buta: Aftësitë që lidhen me personalitetin dhe kanë tendencë të jenë të transferueshme, të tilla si komunikimi, lidhshëria, menaxhimi i kohës, menaxhimi i stresit, vendimmarrja, përshtatshmëria, aftësia për t'u marrë me vështirësitë dhe rrjetëzimi.

Aftësitë e buta janë tërësia e aftësive që një person duhet të ketë në mënyrë që të përballojë me sukses sfidat e përditshme të jetës dhe të përshtatet pozitivisht me të. Kjo do të ndërtonte vetëbesimin tek një individ për të trajtuar sfidat e jetës në një mënyrë më efektive. Për të përfytyruar një pamje më të qartë mbi aftësitë e buta, duhet të shikojmë disa përkufizime:

- Aftësitë e buta janë sjelljet dhe karakteristikat që njerëzit demonstrojnë në mënyrë të pavarëdijshme dhe rutinë (Kolegji Komunitar i Daytona Beach)
- Për sukses në vendin e punës, kontributi i aftësive të buta është 85% dhe kontributi i aftësive teknike 15%
- Aftësitë e buta mësohen përmes praktikës dhe përvojës (DDI International)
- Aftësitë e buta do t'ju çojnë më lart në profesionin tuaj duke ju dhënë aftësitë teknike për të ofruar një shërbim efikas

Ky kapitull do të prezantojë disa aftësi të rëndësishme të buta që janë jetike për të kapërcyer sfidat në jetë. Diskutoni rëndësinë e aftësive të buta me pjesëmarrësit. Organizoni idetë e tyre në mënyrë të rregullt. Pastaj, diskutoni dhe theksoni rëndësinë e tij në temat e mëposhtme.

Rëndësia e aftësive të buta: Aftësitë e lehta na ndihmojnë të ndërtojmë dhe mbajmë marrëdhënie ndërnjerëzore, të marrim vendime kuptimplote/të përshtatshme, Komunikim Efikas, të ndikojmë në zhvillimin profesional dhe për performancë efektive, efikase dhe më të lartë.

Disa aftësi të buta përfshijnë:

- Qëndrim Pozitiv
- Të kemi komunikim efikas
- Përshtatshmëria
- Menaxhimi i Kohës dhe Energjisë
- Etika e Punës
- Zgjidhja e Problemeve & Mendimi Analitik
- Punë në grup dhe lidërsip

Si të matni aftësitë e buta?

Për shkak të natyrës së tyre, aftësitë e buta janë shumë të vështira për t'u matur. Ne kemi përdorur një qasje shumë të thjeshtë duke përdorur vetëm tre nivele:

- **Shfaqja** = aftësitë tuaja kanë filluar të zhvillohen.
- **Konsolidimi** = ju jeni duke praktikuar dhe zhvilluar aftësitë tuaja, por nuk jeni ende atje.
- **Themelimi** = aftësitë tuaja janë zhvilluar mirë dhe janë bërë pjesë e mënyrës sesi i bëni gjërat në mënyrë natyrale.

Për të kuptuar nivelin tuaj, do t'ju kërkohet të mendoni se sa mirë i praktikoni aktualisht dhjetë aspekte të aftësive të lehta. Për secilën nga dhjetë pyetjet, do të merrni parasysh nivelin aktual të aftësive që praktikoni, kundrejt njëres prej pikëve të mëposhtme:

1. Kurrë – Unë luftoj me këtë
2. Rrallë
3. Ndonjëherë
4. Zakonisht, por jo gjithmonë
5. Gjithmonë – pa problem

Ushtrime praktike

Aktiviteti 1: Kutia e Vlerësimit të Aftësive dhe Cilësive

OBJEKTIVAT
✓ Për të ndihmuar pjesëmarrësit të vlerësojnë nivelin aktual të aftësive dhe cilësive të tyre në mënyrë që t'i krahasojnë ato pas trajnimit
✓ Për të ndihmuar pjesëmarrësin të zhvillojë të menduarit kritik, vetë-reflektimin dhe vetëvlerësimin
ZBATIMI HAP PAS HAPI
Hapi 1: Shpjegoni ushtrimin për pjesëmarrësit. Kërkojuni atyre të shikojnë me kujdes të gjitha fletëpalosjet dhe të mbushin kutitë për pikat që janë të vlefshme për ta
Hapi 2: Pas 15 minutash, kërkonin që ata të diskutojnë rreth zgjedhjeve të tyre dhe t'i argumentojnë ato
Koha: 30 minuta
Materiale: Fletëpalosje (Shtojca 3)

Aktiviteti 2: Vetë -analiza

OBJEKTIVAT
✓ Për të ndihmuar pjesëmarrësit të vlerësojnë nivelin aktual të aftësive dhe cilësive të tyre në mënyrë që t'i krahasojnë ato pas trajnimit
✓ Për të ndihmuar pjesëmarrësin të zhvillojë të menduarit kritik, vetë-reflektimin dhe vetëvlerësimin
ZBATIMI HAP PAS HAPI
Hapi 1: Shpjegoni ushtrimin për pjesëmarrësit. Kërkojuni atyre të shikojnë me kujdes të gjitha fletëpalosjet dhe të mbushin kutitë për pikat që janë të vlefshme për ta
Hapi 2: Pas 15 minutash, kërkonin që ata të diskutojnë rreth zgjedhjeve të tyre dhe t'i argumentojnë ato
Koha: 30 minuta
Materiale: Fletëpalosje (Shtojca 4)

2.3 Fuqizimi: Aftësitë e Mia dhe Gjetja e Punës

Mega tendencat globale si rritja e rolit të teknologjisë, ndryshimi i klimës, ndryshimet demografike, urbanizimi dhe globalizimi i zinxhirëve të vlerave po ndryshojnë natyrën e punës dhe kërkesat për aftësi. Pjesëmarrja dhe fuqizimi ekonomik i grave janë themelore për forcimin e të drejtave të grave dhe aftësimin e tyre që të kenë kontroll mbi jetën e tyre dhe të ushtrojnë ndikim në shoqëri. Fuqizimi ekonomik i grave është një parakusht për një zhvillim të qëndrueshëm. Barazia gjinore dhe gratë e fuqizuara janë katalizatorë për shumëfishimin e përpjekjeve të zhvillimit.

Për të pasur sukses në tregun e punës të shekullit 21, ju nevojitet një grup aftësish gjithëpërfshirëse i përbërë nga:

1. **Aftësitë njohëse**, të cilat përfshijnë aftësinë për të kuptuar idetë komplekse, për t'u përshtatur në mënyrë efektive me mjedisin, për të mësuar nga përvoja dhe arsyeja. Literacia dhe llogaritja themelore, si dhe krijimtaria, të menduarit kritik dhe zgjidhja e problemeve janë aftësi njohëse.
2. **Aftësitë socio-emocionale**, të cilat përshkruajnë aftësinë për të drejtuar në mënyrë efektive situatat ndërpersonale dhe shoqërore, dhe përfshijnë lidhshmërinë, punën në grup, vetëkontrollin dhe zhurmën.
3. **Aftësitë teknike**, të cilat i referohen njohurive, ekspertizës dhe ndërveprimeve të fituara të nevojshme për të kryer një detyrë specifike, përfshirë zotërimin e materialeve, mjeteve ose teknologjive të kërkuara.
4. **Aftësitë digjitale**, të cilat janë të njëtrajtshme dhe bazohen me të gjitha aftësitë e mësipërme, dhe përshkruajnë aftësinë për të hyrë, menaxhuar, kuptuar, integruar, komunikuar, vlerësuar dhe krijuar informacion në mënyrë të sigurt dhe të përshtatshme.



Ku mund të gjejmë punë?

- Fjala e gojës: nga miqtë, familja, ish-kolegët, kontaktet profesionale, etj.
- Gazeta: seksioni i punësimit, reklamat
- Njoftimet e Radios dhe Televizionit
- Njoftimet për Punë
- Vendet e punës në Internet: Google; Facebook; Hello Jobs,
- Agjencitë qeveritare
- Organizatat joqeveritare, veçanërisht ato që fokusohen në zhvillimin e të rinjve
- Agjencitë e rekrutimit
- Rrjetëzimi: intervista informative, rrjetëzim me njerëz që njihni në zonën në të cilën dëshironi të punoni, vullnetarizëm etj.

Strategjitë dhe aftësitë e kërkimit të punës mund të kategorizohen në tre pjesë:

1. **Hapat praktikë** që mund të ndërmerrni për të përmirësuar shanset tuaja për të gjetur një punë
2. **Mjetet dhe truket** që një punëkërkues mund të përdorë për të rritur shanset për intervistë
3. **Qëndrimet dhe pikëpamjet pozitive psikologjike** që mund të ndihmojnë në përforsimin e procesit dhe vazhdimin e tij.

Ne i kemi ndarë strategjitë dhe aftësitë e kërkimit të punës në katër pjesë: aftësitë tradicionale të kërkimit, aftësitë moderne të kërkimit, aftësitë e vetë-përmirësimit dhe qëndrimin.

1. Aftësitë tradicionale të kërkimit të punës

Themeli i një kërkimi të suksesshëm të punës fillon me aftësitë tradicionale. Këto janë aftësitë që ekzistojnë para ardhjes së internetit, komunikimit të menjëhershëm dhe profileve në internet.

Ato përbëhen nga skanimi i gazetave, përdorimi i telefonit, ecja në ndërmarrje me dy këmbët tuaja, dhe në përgjithësi të paturit e një ndjenje të ashpër të qëllimit për të gjetur punë. Ju mund të pyesni pse është e rëndësishme që t'i praktikoni këto aftësi në këto kohë moderne. Me pak fjalë: sepse ata ende punojnë dhe lënë një përshtypje të fortë në punësimin e menaxherëve.



Ja se si dikush do të fillonte kërkimin e punës:

Skanimi i gazetave:	Skanimi i reklamave të klasifikuara të punës për punësim është ende një metodë kryesore për gjetjen e një pune. Jo të gjithë pronarët e ndërmarrjeve janë të aftë për webin, as nuk kanë nevojë të jenë. Shumë prej tyre janë më të vjetër dhe më tradicionalë - prandaj, pjesa e punës e klasifikuar në gazetën tuaj lokale ende ia vlen të shikohet. • Merrni një stilolaps dhe rrethoni punët që duken të rëndësishme për ju • Zgjidhni punë që janë nën gradën tuaj të pagës. Mos jini shumë zgjedhës në një rrjet të gjerë, vetëm në rast se hasni në fat të keq. • Zgjidhni punë që janë mbi klasën tuaj të pagës. Ju mund të surprizoni veten dhe të përfundoni në një pozitë më të mirë nga sa mund ta kishit imagjinuar • Më shumë rreth këtij teksti burimor. • Nëse ka një numër telefoni, telefononi atyre drejtpërdrejt. Edhe nëse është bashkangjitur edhe një email. • Dergo një një rezymë dhe një letër motivuese përmes adresës së emailit të dhënë
Telefonatë e ftohtë	Telefonata e ftohtë është po aq e këndshme sa të hidhesh në një pishinë të ftohtë. Askujt nuk i pëlqen, por mund të krijojë shumë mundësi për të kaluar. Këto janë përfitimet e thirrjeve të ftohta: Ju mund të sqaroni procesin e aplikimit, nëse është i paqartë. • Ju mund të jeni i pari në radhë nëse kompania sapo ka vendosur të punësojë punonjës të rinj • Ju do të lini një përshtypje të fortë tek menaxheri i punësimit, i cili ka të ngjarë të befasohet nga një telefonatë e ftohtë e sigurt • Ju mund të telefononi në mënyrë të ftohtë çdo kompani që dëshironi - veçanërisht ato që mund t'ju japin punën që keni ëndërruar • Sigurohuni që të flisni në telefon me besim. Nëse jeni të butë, mund të lini një përshtypje negative.
Këmbët	• Hyrja në një institucion për të pyetur për punësimin është edhe më nervoz sesa telefonata e ftohtë, por potenciali është edhe më i madh. Merrni këto hapa për të siguruar një vizitë të suksesshme. Vishuni për të bërë një përshtypje të zgjuar • Sillni kopje të CV -së tuaj dhe letrës motivuese • Bëni kërkimin tuaj dhe kërkoni të flisni me menaxherin e punësimit me emrin e tyre specifik • Sigurohuni që keni bërë kërkimin tuaj në kompani para se të hyni. Ekziston mundësia që të intervistoheni në vend, nëse jeni të kualifikuar dhe me fat. Ju nuk doni të belbëzoni dhe të dukeni budalla, pasi keni hyrë në një institucion pa e ditur qëllimin dhe shkakun e tij të ekzistencës!
Përdorni rrjetin tuaj:	A e dini se tipari #1 i njerëzve të suksesshëm është se ata kërkojnë ndihmë nga njerëzit e tjerë? Shumë njerëz kanë frikë të "shqetësojnë" të tjerët duke kërkuar ndihmë. E vërteta është, njerëzve në përgjithësi u pëlqen të jenë të dobishëm, përveç nëse ju kërkoni një angazhim serioz në kohë. Për fat të mirë, të pyesësh njerëzit e tjerë nëse janë të vetëdijshëm për mundësitë e punësimit nuk kualifikohet si një angazhim serioz në kohë, kështu që ju jeni të qartë. Pyesni miqtë tuaj, miqtë e miqve dhe familjen nëse ata janë të vetëdijshëm për ndonjë mundësi punësimi. Me fat, ai person do t'ju rekomandojë drejtpërdrejt tek menaxheri i punësimit, i cili pothuajse me siguri do t'ju vendosë në një listë të shkurtër për një intervistë, duke pasur parasysh që ju jeni mjaft të kualifikuar.

2. Aftësitë Moderne të Kërkimit të Punës

Aftësitë moderne të kërkimit të punës po bëhen shpejt një domosdoshmëri absolute për t'u aplikuar me sukses në korporatat kryesore, dhe veçanërisht në llojet moderne të biznesit, si kompanitë e Internetit dhe prodhuesit e aplikacioneve. Me "modern" ne, natyrisht, po flasim për Internetin dhe mjetet dhe ndihmësit e tij të ndryshëm të kërkimit të punës. Aktualisht, karakteristika përcaktuese e mjeteve të kërkimit të punës të bazuar në internet është sa shpejt ndryshojnë ato.

Puna	Edhe pse përdorimi i rrjetit tuaj personal është më i miri, ndonjëherë duhet të plotësohet. Motorët e kërkimit të punës janë të shkëlqyeshëm sepse shumë prej tyre tani grumbullojnë postimet për punës nga faqet e tjera të internetit, duke siguruar një koleksion të madh postimesh nga e gjithë web-i. Motorët e kërkimit të punës janë veçanërisht të dobishëm për kërkimet ndërkombëtare, pasi aty shumë rekrutues do të shkojnë së pari kur kërkojnë një punonjës të veçantë me një grup unik aftësish.
Twitter	Në pamje të parë, Twitter është një rrëmujë e tmerrshme e mesazheve të padëshiruara dhe të pakuptimta. Megjithatë, ne mund të përmbledhim argumentin tonë pse ju duhet t'i jepni Twitter një shans. Twitter përdoret për komunikim të shpejtë dhe të drejtpërdrejtë dhe shumë punëdhënës postojnë njoftime për punë. Në këtë drejtim Twitter mund të jetë një mjet shumë i dobishëm për të kontaktuar me njerëzit që kanë nevojë për punonjës të rinj.
Krijoni një llogari LinkedIn:	Kjo është një domosdoshmëri. Krijoni një llogari LinkedIn dhe krijoni një skicë të formuluar mirë të karrierës tuaj. Rekrutuesit po përdorin këtë rrjet për profesionistët gjithnjë e më shpesh për të gjetur talente të reja. Ju mund të shtoni CV-në tuaj në LinkedIn, plus miqtë dhe bashkëpunëtorët tuaj mund të miratojnë aftësitë tuaja dhe të shkruajnë letra rekomandimi për ju. Punëdhënësit në të vërtetë mund të gjejnë profilin tuaj kur kërkojnë fjalë kyçe të lidhura, që do të thotë se thjesht duke pasur një llogari LinkedIn në të vërtetë po grumbulloni në mënyrë pasive drejtime pune. Ju nuk keni se si t'i dilni kundër këtij lloji efikasiteti.

3. Metodatat e vetë-përmirësimit

A mendoni se nuk keni sukses në kërkimin e punës sepse ju mungojnë aftësitë e kërkuara nga tregu? Interneti dhuron një gamë të madhe faqesh internetit që ju mësojnë aftësi të vlefshme për të cilat do t'ju duhej të paguani dhjetëra mijëra dollarë për kurse të strukturuar në universitete. Këtu janë disa faqe që mund të përdorni për të mësuar disa aftësi dhe për të përmirësuar CV-në tuaj:

Coursera	Kjo faqe bashkëpunon me Universitetet për të ofruar kurse që variojnë nga shkenca kompjuterike deri tek biologjia.
Khan Academy	Ngjashëm me Coursera, por më shumë i përqendruar në vetë-mësim sesa orë seminari.
Code Academy	Mësoni si të kodoni me këtë mjet shumë të thjeshtë
Mozilla Open Badges	Mozilla dhe Fondacioni MacArthur po bashkëpunojnë dhe potencialisht do të revolucionarizojnë mënyrën se si fitojmë dhe shfaqim aftësitë tona. Unë do të rekomandoja që të filloni herët për të mësuar simbolet digjitale
Excel Easy	Njohja se si të përdorni Excel (TABELAT PIVOT!) Shpesh do t'i bëjë shokët tuaj të zyrës të mendojnë se jeni një magjistar. Disa madje thonë se njohja e Excel mund t'ju ndihmojë të ngriheni më shpejt në detyrë. Patjetër që ia vlen t'i hedhësh një sy.

Mjete dhe veprimtari praktike

Kjo pjesë e toolkit-it është e fokusuar kryesisht në ofrimin e ushtrimeve ose aktiviteteve praktike për trajnimin e lehtësuesve ose ekspertëve që punojnë në fushën e fuqizimit të grave, vetë-zhvillimit, përfshirjes sociale në ndërtimin e komunitetit dhe zhvillimin e grupeve të marginalizuara. Aktivitetet e përfshira në këtë seksion ndahen në katër fusha kryesore: Vetë - Eksplorimi, Ndërtimi i Ekspit, Diversiteti dhe Liderhipi.

Njohja më e mirë/ Hulumtimi i Interesave

Rrethi i afirmimit	Të gjithë ata në grup formojnë një rreth. Një drejtues do të hedhë pyetje për njohjen tuaj dhe të gjithë ata për të cilët vlen pyetja shkojnë në mes të rrethit për të bërë qepalla, ndërsa të gjithë ata që qëndrojnë jashtë rrethit duartrokas. Për shembull: "të gjithë ata që flasin një gjuhë tjetër;" "Kushdo që është nën moshën 10 vjeç;" "Kushdo që është më i vjetri në familjen e tij," etj.
Tullumbaca me pyetje:	Vendosni një sërë pyetjesh të ndryshme të njohjes në tullubmacat që fryni. Bëni fëmijët të zgjedhin një tullumbace dhe të ulen në një rreth. Lërin fëmijët të plasín tullumbacat në të njëjtën kohë dhe të lëvizin në rreth një person i cili ndihmon fëmijët të lexojnë pyetjen dhe t'i përgjigjen asaj. Një ndryshim në këtë mund të jetë që të gjithë kanë të njëjtat pyetje dhe fëmijët i vënë përgjigjet e tyre në një fletë pa emrat e tyre. Ata i fusin përgjigjet në një tullumbace dhe e fryjnë dhe më pas e lidhin. Përzieri tullumbacat dhe secili zgjedh një të ndryshëm nga i veti. Bëjini të gjithë të ulen në një rreth dhe të plasín tullumbacat në të njëjtën kohë. Përgjigjet lexohen një nga një dhe bëhen supozime se kush shkroi çfarë.
Historitë e jetës:	Siguroni letra dhe mjete vizatimi dhe lërin anëtarët e grupit të punojnë individualisht në një vizatim ose paraqitje të jetës së tyre. Mund të jetë një linjë kohore me ngjarje të rëndësishme ose thjesht një pikturë e kujtimit të tyre të preferuar. Ju mund të bëni disa pyetje themelore për të nxitur vizatimin e tyre: Sa njerëz janë në familjen tuaj? Nëse do të ishit kafshë, çfarë lloj kafshe do të ishit? Çfarë pamje mendoni se kanë alienët ?, etj.
Lojë me emra me top	Ndërsa qëndrojnë në një rreth, të gjithë ecin përreth dhe thonë emrin e tyre. Dikush i hedh një top Koosh ose tenisi një personi tjetër dhe i thotë emrin e tij. Personi që merr topin përgjigjet duke thënë emrin e personit që i ka hedhur topin dhe emrin e personit të cilit do t'ia hedhin. Për shembull, ndërsa unë, Anna, ia hedh topin Ahmedit, unë them: "Kape Ahmed". Ahmed përgjigjet, "Faleminderit, Anna, kape Mia", dhe kështu me radhë. Topi kalon nga njëri tek tjetri derisa të gjithë kalojnë radhën. Disa variacione mund të përfshijnë kalikín sa më shpejt që të mundeni pa e hedhur topin në tokë ose hedhur topa shtesë në rreth.

Ndërtimi i ekipit

Krijo një Person:	Secili grup merr një copë letër të gjatë. Personi i parë vizatom kokën (duke mos i lejuar të tjerët të shohin), pastaj palos vizatimin në mënyrë që artisti tjetër të mos e shohë kokën. Personi tjetër vizaton qafën, palos letrën dhe e kalon tek tjetri. Në çdo rast, vizatimet palosen, kështu që askush nuk e di se si duket përfundimi. Personi i fundit i vë një emër. Kur të hapet letra e palosur, të gjithë do të shkrihen së qeshuri. Grupet mund të ndajnë vizatimet.
Nyja Njerëzore:	Të gjithë në grup formojnë një rreth. Bëjini lojtarët të kapin dorën e djathtë të dikujt tjetër në rreth me dorën e tyre të djathtë. Vazhdoni duke lidhur duart e majta duke u siguruar që secili anëtar i ekipit i ka kapur të dyja duart me dy njerëz të ndryshëm. Duhet të ketë një rrjet të ngatërruar të armëve midis këtij rrethi. Qëllimi është që të "zgjidhet" nyja, pa i lëshuar duart, derisa të gjithë të qëndrojnë edhe një herë në një rreth duke mbajtur ende duart.
Tic-Tac-Toe me Njerëz:	Rreshtoni karriget në një formacion 3 x 3 për tic-tac-toe. Dy skuadra vendosin nga një anëtar të ekipit sipas rradhës nëpër karrige. Skuadra me 3 anëtarë në një rresht fiton.
Rreshto:	Kërkojini të gjithë grupit të lojtarëve të rendisin veten nga më i madhi te më i vogli nga më i gjati tek më i shkurtri. Një variant interesant për këtë është që t'u kërkonit atyre ta bëjnë këtë pa folur.
Skeçet e Çantës së Letrave	Përpiloni 4 ose 5 artikuj të rastësishëm për qese letre dhe ndani në grupe me 4 ose 5 persona. Secilit grup i kërkohet të planifikojë dhe të vendosë një skeç, duke u mbështetur tek artikujt në çantë. Pjesët mund të jenë me pantomimë ose dialog. Të gjithë personat duhet të marrin pjesë. Një variant tjetër është t'i jepni secilit grup një problem dhe t'u kërkonit atyre të përdorin të gjitha mjetet në dramatizimin e një zgjidhjeje.

Diversiteti

Emëruesi i Përbashkët	Ndani grupin në grupe me nga tre. Ata duhet të gjejnë një ngjashmëri të përbashkët të të treve dhe një gjë që e bën secilin prej tyre unik. Për shembull, të gjithë në grup kanë një qen në shtëpi, por secili ka një lëndë të preferuar që është e ndryshme nga të tjerët.
Emëruesi jo i Përbashkët	Ky ushtrim përdor aftësinë e intervistimit për të zbuluar diversitetin. Çiftohuni në një mënyrë lojtarët të jenë sa më të ndryshëm të jetë e mundur. Bëjini ata të intervistojnë njëri -tjetrin dhe të gjejnë sa më shumë dallime në mënyrën se si i shohin gjërat: Ku keni lindur? Cilat vende do të donit të vizitonit? Si e kaloni kohen? Cila është lënda juaj e preferuar ose më pak e preferuar në shkollë? Cilat çështje publike ju interesojnë? Çfarë mendoni ju për...? Cila është një gjë që dini ta bëni mirë? Kur të kenë intervistuar njëri -tjetrin, lërin ata të prezantojnë partnerët e tyre me të gjithë grupin. Lërin të komentojnë dallimet që zbuluan.

Lidershipi

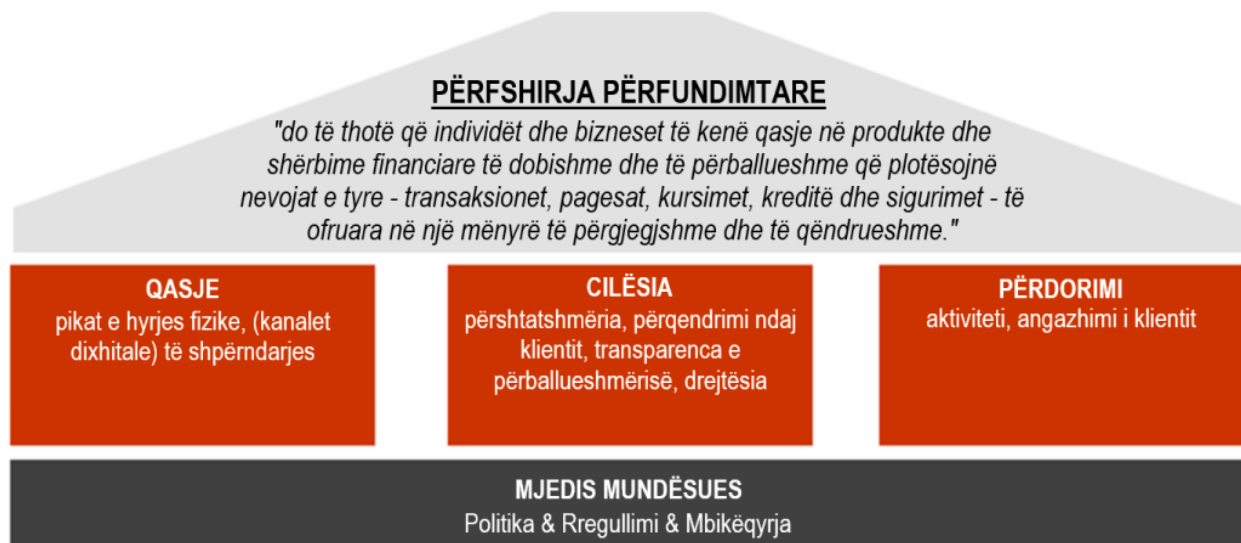
Forma të verbëra	Spastroni një zonë të madhe dhe lidhni sytë të gjithëve në grup. Lidhni një litar dhe lërin secilin person të mbajë një copë litari. Kërkojini grupit të bëjë forma gjeometrike. Sugjeroni që ta bëjnë përsëri pa folur ose me një person që flet. ➤ Si u shfaq lidershipi në këtë aktivitet dhe pse? ➤ Cila është lidhja ndërmjet lidershipit dhe punës në grup?
Kush e fillon?	Formoni një rreth dhe një nga lojtarët largohet nga aty. Zgjidhni një udhëheqës i cili do të bëjë lëvizje të ndryshme që përsëriten nga të tjerët në grup. Personi që u largua nga zona kthehet dhe përpiqet të gjejë se cili person është udhëheqësi. ➤ Si ndiheshit të ishit udhëheqës, ndjekës, person që hamendësonte cili është cili? ➤ Si zbatohet kjo për çështjen në të cilën grupi juaj po punon dhe rolin e udhëheqjes?



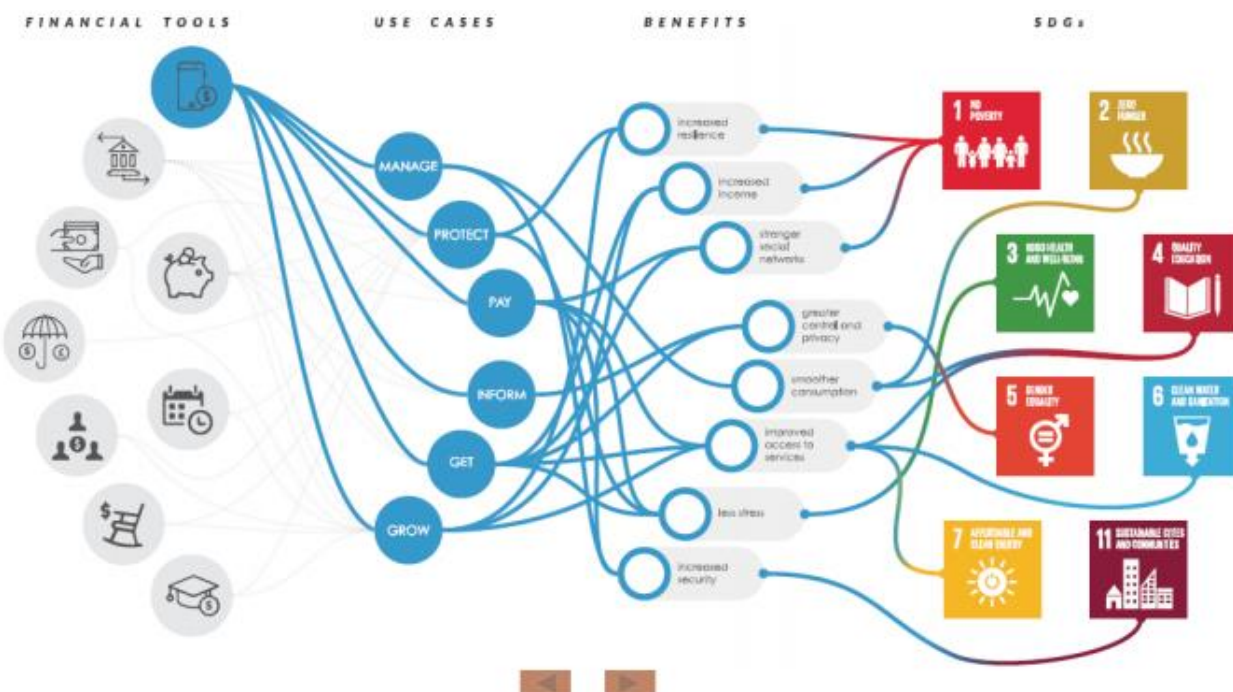
Literacia e Biznesit

3. Literacia e Biznesit

Përfshirja financiare: Në shumë vende në zhvillim, njerëzit e varfër dhe veçanërisht gratë nuk kanë qasje në shërbimet financiare. Përfshirja financiare është mënyra e vetme për ta ndryshuar këtë. Mbi 240 milionë gra të tjera kanë një llogari në një institucion financiar ose ofrues të shërbimit të parave të lëvizshme në krahasim me vitin 2014 siç tregohet nga baza e të dhënave të World Bank's Global Findex.



Përfshirja financiare: Pse ka rendesi? Përfshirja financiare është një komponent themelor për arritjen e Qëllimeve të Zhvillimit të Qëndrueshëm (SDG). Rruga e saktë e ndikimit ndryshon në varësi të llojit të shërbimit financiar/rastit të përdorimit siç mund të shihet në grafikun e UNCDF/BFA më poshtë.



Sipas të dhënave të vitit 2017 të World Bank's Global Findex, në ekonomitë në zhvillim:

• **Më pak gra kanë llogari ...**

o 67 për qind e burrave, por vetëm 59 për qind e grave kanë një llogari.

o Hendeku gjinor në pronësinë e llogarisë ndryshon nga 30 pikë përqindje (p.sh. Bangladeshi, Pakistani) në asnjë (p.sh. Kamboxhia, Myanmari).

• **... dhe ata që zotërojnë një, e përdorin më pak**

o Pronarët femra kanë mesatarisht 5 pikë përqindje më shumë mundësi për të mos e përdorur llogarinë e tyre në mënyrë aktive sesa pronarët e llogarive meshkuj.

o Në disa vende, si India, diferenca arrin deri në 10 pikë përqindjeje me më shumë se gjysmën e grave që nuk e përdorin atë.

• **Më pak gra përdorin shërbime financiare digjitale ...**

o Gratë kanë 5 pikë përqindje më pak të ngjarë se burrat për të bërë ose marrë pagesa digjitale.

• **... ndoshta sepse më pak gra kanë celularë?**

o 74 përqind e grave në krahasim me 84 përqind të burrave posedojnë një celular, duke reflektuar një hendek gjinor prej 10 pikësh përqindjeje.

o Në disa vende (p.sh. Pakistani), meshkujt kanë më shumë se dy herë më shumë gjasa të zotërojnë një celular sesa gratë, ndërsa në të tjerat nuk ka hendek të rëndësishëm gjinor (p.sh. Kolumbi, Indonezi, Brazil).

• **Më pak gra kursejnë formalisht**

o Ashtu si me pronësinë e llogarisë, gratë kanë 6 pikë përqindje më pak se burrat për të kursyer me ofruesit e shërbimeve financiare zyrtare.

Sigurimi i grave me të ardhura të ulëta në mbarë botën me mjete financiare efektive dhe të përballueshme për të kursyer dhe marrë hua, për të bërë dhe marrë pagesa dhe për të menaxhuar rrezikun është kritike si për fuqizimin e grave ashtu edhe për zvogëlimin e varfërisë.

Mbyllja e hendekut gjinor në përfshirjen financiare ka të ngjarë të krijojë efekte të shumta pozitive në:

- Normat e kursimit dhe investimit
- Menaxhimi i rreziqeve financiare
- Produktiviteti bujqësor
- Rritja e bizneseve të drejtuara nga gratë
- Agjencia e grave: Të ardhurat shtëpiake dhe përdorimi i burimeve shtëpiake
- Qëndrueshmëria e grave si individë dhe familjet e tyre

➤ Edukimi, shëndeti, ushqimi i grave dhe fëmijëve

Ky kapitull synon të rrisë njohuritë dhe informacionin e grave në lidhje me: përfshirjen financiare, sipërmarrjen, si të shkruhet një plan biznesi.

Sipërmarrja

Një sipërmarrës është dikush që fillon ose operon një sipërmarrje biznesi dhe merr përgjegjësinë për të. Ai ose ajo ofron mallra ose shërbime për individët ose bizneset për pagesë.

Disa cilësi personale që kanë sipërmarrësit përfshijnë: kuriozitetin dhe kreativitetin, motivimin dhe vetëbesimin, gatishmërinë për të ndërmarrë rreze, etjen për të mësuar aftësinë për të bashkëpunuar, aftësinë për të identifikuar mundësitë, aftësinë për të sjellë risi (të bëni diçka që askush nuk e ka bërë më parë) dhe të udhëheqë, vendosmëria për të kapërcyer pengesat ('mos merrni kurrë jo si përgjigje!'), aftësinë për të mësuar nga gabimet e veta dhe të tjerëve, etj. Këto cilësi ndihmojnë sipërmarrësin të mendojë, analizojë, zgjidhë problemet dhe të ndërmarrë veprime. Jo çdo sipërmarrës i ka të gjitha cilësitë e mësipërme. Shumë nga këto cilësi janë të fshehura brenda nesh dhe ne mund të mos jemi të vetëdijshëm se i kemi ato. Ato gjithashtu mund të fitohen përmes procesit mësimor.

Aktiviteti Praktik: Cilësitë e Sipërmarrjes

- Kërkojuni pjesëmarrësve të rendisin cilësitë e tyre sipërmarrëse.
- Kërkojuni atyre të sugjerojnë cilësi të tjera që ata mendojnë se janë të nevojshme për sipërmarrjen. Si e ndihmojnë këto cilësi një sipërmarrës? Si funksionojnë ato në kombinim?
- Kërkojuni studentëve të identifikojnë sipërmarrësit vendas dhe cilësitë që ata duket se kanë.

Mendësia e fiksuar kundrejt rritjes / Reflektimi

Mendësia e fiksuar

Supozon se karakteri, inteligjenca dhe aftësia janë krijuar janë të lindura dhe ne nuk mund t'i ndryshojmë në asnjë mënyrë kuptimplote, dhe suksesi është afirmimi i asaj inteligjence të natyrshme. Përpjekja për sukses dhe shmangia e dështimit me çdo kusht bëhet një mënyrë për të ruajtur ndjenjën e të qenit i zgjuar ose i aftë.

- Unë krahasohem me të tjerët
- Aftësitë e mia janë fikse
- Unë heq dorë lehtë
- Nuk më pëlqejnë sfidat
- Të kërkuar ndihmë do të thotë që nuk mund ta bëj

Mendësia e rritjes

Ajo lulëzon në sfidë dhe nuk e sheh dështimin si dëshmi të mungesës së inteligjencës, por si një trampolinë zemërthyesë për rritjen dhe shtimin e aftësive tona ekzistuese. Bazohet në besimin se cilësitë tuaja themelore janë gjëra që mund t'i kultivoni duke u përpjekjeve.

- Unë provoj gjëra të reja
- Unë përqendrohem në përmirësimin tim
- Unë përmirësohem me shumë praktikë
- Unë mësoj nga gabimet e mia
- Unë mund të bëj gjëra të vështira
- Unë kërkoj ndihmë

Disa fusha biznesi ku gratë mund të përfshihen janë: marketingu, shërbimi ndaj klientit dhe turizmi i qëndrueshëm. Të gjithë këta sektorë kanë zhvillime të ndryshme, por kanë një potencial të madh kur bëhet fjalë për punësimin e grave dhe fuqizimin ekonomik.

1-Marketingu

Marketing do të thotë të bësh klientët potencialë të interesuar për produktet dhe shërbimet tuaja. Fjala kyçe në këtë përkufizim është "proces". Marketingu përfshin kërkimin, promovimin, shitjen dhe shpërndarjen e produkteve ose shërbimeve tuaja.

Përkufizimi i marketingut është veprimi ose biznesi i promovimit dhe shitjes së produkteve ose shërbimeve, përfshirë hulumtimin e tregut dhe reklamën. Sot, marketingu është diçka që çdo kompani dhe organizatë duhet ta zbatojë në strategjinë e saj të rritjes. Shumë kompani përdorin teknika marketingu për të arritur qëllimet e tyre edhe pa e kuptuar atë. Marketingu i referohet veprimeve që një kompani ose organizatë ndërmerr për të promovuar veten dhe për të rritur shitjet e produktit ose shërbimit të tyre. Është një nga aspektet kryesore të biznesit.

4 P-të e Marketingut janë një formulë e thjeshtë për identifikimin dhe punën me elementët thelbësorë të **strategjisë suaj të marketingut**.

- **Produkti.** Pasja e një produkt është kyçe dhe është rrënja e të gjitha gjërave të **marketingut**. Një produkt mund të jetë gjithçka që një kompani u ofron konsumatorëve për të përmbushur një nevojë. Gjëja më e mirë për të bërë është të vendosni për produktin ose shërbimin tuaj bazuar në nevojat dhe motivimet e konsumatorëve dhe se si produkti do t'i jepte përfitime konsumatorit, jo vetëm karakteristikat ose atributet fizike të objektit.
- **Vendi.** Vendndodhjet strategjike të tregtimit mund të jenë çdo gjë, nga një dyqan online në një rrjet dyqanesh fizike nëpër qytete ose shtete të ndryshme. Qëllimi i strategjisë së shpërndarjes është t'u mundësojë klientëve potencialë të kenë qasje të lehtë në produktet/shërbimet tuaja, si dhe të ofrojnë një përvojë të mirë gjatë gjithë procesit të blerjes.

- **Çmimi.** Mënyra se si i vendosim çmimin produkteve dhe shërbimeve tona është një pjesë jashtëzakonisht e rëndësishme e strategjisë së marketingut. Ky faktor prek faktorë të tjerë si: Diferenca që shpresojmë të marrim. Në cilin treg të synuar duam të prezantohemi dhe çfarë fuqie blerëse kanë konsumatorët tanë? A duam të hyjmë në tregun luksoz apo të bëjmë bast në tregun e shumicës?
Si i vendosin çmimet e produkteve të tyre konkurrenca dhe me çfarë e zëvendësojnë produktin? Cilat janë tendencat?
- **Promovimi.** Kjo i referohet të gjitha veprimeve të **marketingut** dhe komunikimit që ne ndërmarrim në mënyrë që të përhapim përfitimet dhe karakteristikat e produktit ose shërbimit tonë brenda tregut. Kështu i rrisim shitjet.

Strategjitë e Marketingut

Plani i Marketingut: Zbuloni se çfarë është një plan marketingu, pse keni nevojë të hartoni një dhe mënyrat e krijimit të një plani të mirë. Pa një plan marketingu, një kompani ose markë nuk mund të arrijë qëllimet e saj.

Marketingu Digjital: Marketingu Dixhital është disiplina e **marketingut** e cila fokusohet në zhvillimin e një strategjie të vetme brenda mjedisit digjital.

Marketingu i drejtpërdrejtë: Marketingu i drejtpërdrejtë është një lloj fushate e bazuar në komunikim të drejtpërdrejtë, të dyanshëm që kërkon të nxisë një rezultat nga një audiencë specifike.

Marketingu me email: Marketingu me email është një nga teknikat më fitimprurëse dhe efektive përsa i përket kthimit. Natyrisht, kjo do të thotë t'i dërgoni e-mail audiencës tuaj, por sigurohuni që të përcaktoni mirë kufijtë tuaj në mënyrë që të jeni efektiv.

Marketingu i Lëvizshëm: Marketingu i Lëvizshëm është një koncept i gjerë i cili bashkon të gjitha fushatat dhe veprimet e marketingut të fokusuara ekskluzivisht në platformat dhe aplikacionet mobile (p.sh smartphonët dhe tabletët).

Marketingu i Performancës: Marketingu i Performancës është një metodologji e cila aplikon metoda dhe teknika të ndryshme marketingu dhe i garanton reklamuesit që ata duhet të paguajnë vetëm për rezultatet e arritura.

Marketingu i Brendshëm: Kjo metodologji fokusohet në **krijimin e përmbajtjes së vlefshme për të tërhequr trafik të kualifikuar** dhe për të punuar drejt shitjes përfundimtare.

2- Shërbimi ndaj klientit

Shërbimi ndaj klientit: Aftësia e një biznesi për të tejkaluar vazhdimisht pritshmëritë e klientëve dhe perspektivave. Ndërveprimi i drejtpërdrejtë një-një midis një konsumatori që bën një blerje dhe një përfaqësuesi të kompanisë që e shet atë. Shërbimi ndaj klientëve, mënyra se si ata presin që të shërbehen dhe ‘bërja e gjërave që duhet të bëni për t'i mbajtur klientët tuaj të lumtur’.

Ku ofrohet shërbimi ndaj klientit?

- Në telefon
- Ndërveprimi ballë për ballë
- Marrja e porosive
- Mediat sociale
- Sigurimi i informacionit
- Email
- Shitja ose ofrimi i produkteve dhe/ose shërbimeve.
- Caktimi i takimeve
- Dorëzimi ose instalimi i produkteve
- Riparimi dhe zgjidhja e problemeve



GLOBAL SUSTAINABLE
TOURISM COUNCIL

www.gstcouncil.org

4 Pillars of Sustainability



Aftësitë dhe Cilësitë e Shërbimit ndaj Klientit

Ndjeshmëria (kuptoni emocionet dhe pikëpamjet e të tjerëve)

Komunikim efektiv

Një negociatë fitimprurëse

Njohuri për produktin

Zgjidhja e problemeve

Durimi

Qëndrim pozitiv dhe gjuhë pozitive

Dëgjim efektiv (kuptoni vërtet çështjen e një klienti dhe i bëni të ditur se po i kushtoni vëmendje).

Përgjegjësi personale

3- Turizëm i qëndrueshëm

Turizmi i qëndrueshëm është lloji i turizmit që lëviz drejt menaxhimit të të gjitha burimeve në një mënyrë që nevojat ekonomike, sociale, estetike bëhen bashkë, duke u kujdesur për integritetin kulturor, proceset thelbësore biologjike, diversitetin biologjik dhe sistemin mbështetës jetik.

Aktivitetet turistike të cilat përcaktohen si të tilla vetëm në bazë të llojit të aktiviteteve që krijojnë për vizitorët e tyre NUK janë ekoturizëm. Aktivitetet që përfshihen në filozofinë dhe zhvillimin e tyre planifikojnë ruajtjen e mjedisit dhe zhvillimi ekonomik dhe social i komuniteteve lokale është pjesë e turizmit të qëndrueshëm.

Turizëm i qëndrueshëm nënkupton:

- ✓ Përdorimi optimal i burimeve mjedisore, duke ruajtur proceset thelbësore ekologjike dhe duke ndihmuar në ruajtjen e trashëgimisë natyrore dhe biodiversitetit.
- ✓ Respektimi i origjinalitetit socio-kulturor të komuniteteve pritëse, ruajtja e trashëgimisë kulturore të gjallë dhe vlerave tradicionale, dhe kontribuimi në mirëkuptimin dhe tolerancën ndërkulturore.
- ✓ Sigurimi i zhvillimit ekonomik të qëndrueshëm dhe afatgjatë, duke siguruar përfitime socio-ekonomike për të gjithë aktorët.



Termi "**ekoturizëm**" u krijua në 1987 dhe përdoret për të përshkruar një sërë aktivitete

Përkufizimi i vitit 1991 i Shoqatës së Ekoturizmit (TES) është:

"Ekoturizmi përfaqëson një udhëtim të përgjegjshëm në zonat natyrore që kryhet duke respektuar mjedisin dhe mirëqenien e popullatës lokale". Aktivitetet kryesore të ekoturizmit: Shikimi i shpendëve, vrojtimi i jetës së egër, ekspedita botanike, kampe, speleologji, arkeologji, aventura dhe përjetime jetësore dhe tradita locale.

Gjashtë Shtyllat e Turizmit Ekologjik

1. Nuk dëmton mjedisin ose nuk kryen aktivitete që shkatërrojnë mjediset natyrore dhe kulturore që vizitohen
2. Edukon udhëtarin të kuptojë rëndësinë e mjedisit dhe ruajtjen e tij
3. Drejton të ardhurat e tij drejt zonave të mbrojtura dhe natyrore
4. Ajo sjell përfitime ekonomike për komunitetin lokal

5. Thekson nevojën për një planifikim të qëndrueshëm të industrisë së turizmit duke u përpjekur të sigurojë që kapaciteti mbajtës i industrisë së turizmit të mos shtrihet përtej kapacitetit të mjedisit duke e dëmtuar atë

6. Përdor produkte vendase

Si të matni qëndrueshmërinë?

Qëndrueshmëria matet duke vlerësuar dhe monitoruar performancën e parimeve bazë të qëndrueshmërisë: sociale, ekonomike dhe mjedisore

Treguesit Objektivist të Verifikueshëm (informacioni i mbledhur duhet të jetë i njëjtë edhe nëse mbledhet nga persona të ndryshëm)

Treguesit japin informacion të mirë sasior dhe cilësor për të matur qëndrueshmërinë.

Faktorët Kryesorë të Qëndrueshmërisë:

- ✓ Pronësia nga të gjithë palët e interesuara
- ✓ Teknologji e përshtatshme
- ✓ Respekti ndaj mjedisit, zvogëlimi i ndikimit negativ
- ✓ Konsideratë sociale dhe kulturore
- ✓ Integrimi gjinor
- ✓ Aftësitë institucionale
- ✓ Qëndrueshmëria ekonomike dhe financiare
- ✓ Mbështetje politike

Punët ekologjike janë **qendrore për zhvillimin e qëndrueshëm dhe i përgjigjen sfidave globale** të mbrojtjes së mjedisit, zhvillimit ekonomik dhe përfshirjes sociale. **Këto përpjekje** krijojnë mundësi të mira punësimi, **rrisin** efikasitetin e burimeve dhe **ndërtojnë** shoqëri të qëndrueshme me nivele të ulëta karboni.

3.1 Kuadri i Biznesit

Sipërmarrja nuk ka të bëjë vetëm me fillimin e një biznesi. Sipërmarrja është një gatishmëri për të dalë nga zona juaj e rehatisë dhe të bëni atë që doni. Kjo do të thotë të gatshëm për të ndërmarrë rreziqe për të kërkuar mundësi dhe të mos ndiheni mirë me gjendjen tuaj aktuale financiare. Të gjithë mund të jenë një sipërmarrës, dhe të gjithë mund të mësojnë të jenë një sipërmarrës. Ju gjithashtu mund të jeni një sipërmarrës!

PSE DUHET TA MERRNI PARASYSH FILLIMIN E NJË BIZNESI?

Kur filloni një biznes, ju keni:

- Liri & Fleksibilitet

- Përfitime të rëndësishme tatimore
- Kaloni nga të ardhurat personale në të ardhura biznesi
- Disa shpenzime janë të zbritshme nga taksat
- Taksat më të ulëta nënkuptojnë të ardhura më të larta!
- **Promovimi i VETES – Çelësi i Suksesit**

PSE DUHET QË GRATË TË BËHEN SIPËRMARRËSE?

- Për tu bërë ekonomkisht të pavarura
- Për të krijuar ndërmarrjen e tyre
- Për të vendosur identitetin e tyre në komunitetet e tyre
- Për të arritur përsosmërinë në përpjekjen e tyre
- Për të ndërtuar vetëbesimin
- Për të zhvilluar aftësinë për të marrë përsipër rrezikun
- Për të patur status të barabartë në shoqëri
- Për të siguruar liri dhe lëvizshmëri më të madhe
- Për të bërë diçka të re dhe për të zbuluar veten

HAPAT NË PROCESIN SIPËRMARRËS

1- Zbulimi: Faza në të cilën sipërmarrësi gjeneron ide, njeh mundësitë dhe studion tregun. Më poshtë janë gjërat e rëndësishme që duhet të keni parasysh kur zgjidhni idetë e biznesit tuaj.

- Gjeni një ide biznesi të cilën e bëni me pasion
- Ideja juaj duhet të jetë ajo për të cilën njerëzit kanë nevojë, çfarë ata kërkojnë dhe është thelbësore për ta
- Ndiqni trendin e tregut ose industrisë tuaj

Gjenerimi i ideve dhe mundësive

- Merrni parasysh hobit ose aftësitë tuaja
- Merrni parasysh nevojat dhe dëshirat e konsumatorit
- Kryeni sondazhe dhe pyetësorë - testoni tregun
- Studioni demografinë

Burimi i Ideve të Biznesit

“Si nuk më shkoi në mendje kjo??”

- Inovacioni: zbatimi i një ideje ose mundësie krijuese që çon në rezultate fitimprurëse dhe efektive

- Kushtojini vëmendje Shenjave
- Bëni Shumë Pyetje
- Faktorët që i çojnë pronarët drejt ideve të tyre të biznesit
- Eksperience pune
- Një biznes i ngjashëm
- Hobi ose Interesi Personal
- Mundësia që ndodh (mundësi të mira)
- Familja dhe miqtë
- Edukimi dhe Ekspertiza
- Teknologjia

2- Zhvillimi i Konceptit: Zhvilloni një **plan biznesi:** një propozim i detajuar që përshkruan idenë e biznesit

SI SHKRUHET NJË PLAN BIZNESI?

Para se të angazhoheni për të shkruar një plan biznesi, do të ishte me vlerë të shpenzoni pak kohë për të vlerësuar realizueshmërinë e idesë tuaj.

Pse të shkruani një plan biznesi?

Rriteni biznesin tuaj më shpejt: Shkrimi i një plani biznesi ka të bëjë me krijimin e një themeli për biznesin tuaj. Ju nuk po parashikoni të ardhmen, po punoni përmes strategjisë kryesore të biznesit tuaj që do t'ju ndihmojë të rriteni. Ky dokument fillestar nuk është menduar të jetë i përsosur, por është krijuar për t'u rishikuar dhe përshtatur për t'ju ndihmuar të identifikoni dhe arrini qëllimet tuaja.

Hidheni dhe merrni financime: Investitorët dhe ofruesit e huave duhet të dinë që ju keni një kuptim të qëndrueshëm të trajektores së biznesit tuaj. Ju duhet të provoni se ekziston një nevojë e arritshme dhe e qëndrueshme për zgjidhjen tuaj, se keni një strategji të fortë biznesi dhe se biznesi juaj mund të jetë financiarisht i qëndrueshëm. Kjo do të thotë të kesh pasqyrat e duhura financiare, parashikimet dhe një shpjegim të qartë të modelit të biznesit tënd në dispozicion për investitorët e mundshëm.

Merrni vendime strategjike të sigurt: Shpesh vendimet më të mëdha që do të merrni për biznesin tuaj janë mes periudhave të paqëndrueshme të rritjes, rënies, apo edhe krizave të jashtme. Kjo kërkon që ju të merrni vendime me pasoja shumë më shpejt sesa ju pëlqen. Pa informacione të azhurnuara të planifikimit dhe parashikimit, këto vendime mund të jenë më pak të sigurt ose strategjike sesa duhet të jenë.

Këshilla për të shkruar një plan të shkëlqyeshëm biznesi

Bëjeni shkurt	Planet e biznesit duhet të jenë të shkurtra dhe koncize. Arsyeja për këtë është i dyfishtë: Së pari, ju dëshironi që plani juaj i biznesit të lexohet. Askush nuk merr të lexojë një plan biznesi 100 faqësh apo edhe 40 faqe. Sigurisht, ju mund të keni nevojë për dokumentacion mbështetës për seksione të veçanta, por mund t'i përfshini ato elemente në Shtojcën tuaj. Së dyti, plani juaj i biznesit duhet të jetë një mjet që përdorni për të drejtuar dhe rritur biznesin tuaj. Diçka që vazhdoni ta përdorni dhe përmirësoni me kalimin e kohës. Një plan biznesi tepër i gjatë është një bezdi e madhe për tu rishikuar - ju jeni pothuajse plotësisht të sigurt që plani juaj do të futet në një sirtar tavoline, për të mos u parë më kurrë.
Njihni audiencën tuaj	Shkruani planin tuaj duke përdorur një gjuhë që kuptohet nga audienca juaj. Për shembull, nëse kompania juaj po zhvillon një proces kompleks shkencor, por investitorët tuaj të ardhshëm nuk janë shkencëtarë, shmangni zhargonin ose shkurtime të cilat do të jenë të panjohura për ta.
Testoni idenë tuaj të biznesit	Puna përmes planit tuaj të biznesit dhe fillimi me një fushë me një faqe, mund t'ju ndihmojë të testoni qëndrueshmërinë e idesë tuaj të biznesit shumë kohë para fillimit. Ndërsa punoni për gjithçka, nga deklarata juaj e markës dhe misionit, tek mundësia dhe ekzekutimi juaj, gjëja më e mirë që mund të bëni është të merrni reagime dhe të provoni elementë të ndryshëm të biznesit tuaj.
Vendosni qëllime dhe objektiva	A doni ta ktheni një ngutje anësore në një biznes me kohë të plotë? Përpjekja për të zgjeruar ekipin tuaj ose për të nisur një vendndodhje shtesë? Duke ditur atë që po përpiqeni të arrini dhe duke pasur parasysh pyetje të tilla, mund t'ju ndihmojë të zhvilloni planin tuaj të biznesit në mënyrë specifike për të arritur këto qëllime. Tani, mund të mos keni parasysh çdo moment të rëndësishëm apo edhe hapa të veçantë për të arritur qëllimet tuaja para se të filloni. Por kjo është e bukura e punës me planin e biznesit. Do t'ju ndihmojë të përcaktoni suksesin, të përcaktoni qëllimet tuaja dhe të zhvilloni më tej elemente të biznesit tuaj për të përmbushur objektivat specifike.
Mos u trembni	A e dini se shumica dërrmuese e pronarëve të bizneseve dhe sipërmarrësve nuk janë ekspertë biznesi? Ata nuk kanë diploma MBA ose kontabiliteti. Ata po mësojnë ndërsa ecin dhe gjejnë mjete dhe burime për t'i ndihmuar. Shkrimi i një plani biznesi mund të duket si një pengesë e madhe, por nuk ka pse të jetë. Ju e dini biznesin tuaj - ju jeni eksperti i tij. Vetëm për atë arsye, të shkruash një plan biznesi dhe më pas të shfrytëzosh planin tënd për rritje nuk do të jetë aq sfiduese sa e mendoni.

Komponentët kryesorë të një plani biznesi

Një plan biznesi i mirë përbëhet nga disa komponentë që synojnë të ofrojnë një proces hap pas hapi për sipërmarrësit e rinj. Qëllimi kryesor është të keni një strategji në mënyrë që biznesi juaj i ri të minimizojë rreziqet dhe të rrisë shanset e suksesit.

Në këtë seksion ne do të japim një shpjegim për secilin komponent në mënyrë që ta keni më të lehtë krijimin e një plani biznesi.

Mos harroni se një plan biznesi nuk është i detyrueshëm, por është shumë i dobishëm për të udhëhequr idetë tuaja drejt suksesit.

1- Përmbledhja ekzekutive: Përmbledhja juaj ekzekutive duhet të shfaqet së pari në planin tuaj të biznesit. Duhet të përmbledhë atë që prisni që biznesi juaj të arrijë. Meqenëse ka për qëllim të nxjerrë në pah atë që keni ndërmend të diskutoni në pjesën tjetër të planit, Administrata e Biznesit të Vogël sugjeron që ta shkruani këtë seksion të fundit. Një përmbledhje e mirë ekzekutive është bindëse. Ajo tregon deklaratën e misionit të kompanisë, së bashku me një përshkrim të shkurtër të produkteve dhe shërbimeve të saj. Mund të jetë gjithashtu një ide e mirë të shpjegoni shkurt pse po filloni kompaninë tuaj dhe të përfshini detaje në lidhje me përvojën tuaj në industrinë në të cilën po futeni.

2. Përshkrimi i Kompanisë: Një përshkrim i kompanisë përfshin informacionin kryesor në lidhje me biznesin tuaj, qëllimet dhe klientët e synuar të cilëve doni t'i shërbeni. Këtu ju shpjegoni pse kompania juaj dallohet nga konkurrentët e tjerë në industri dhe zbërthen pikat e forta të saj të forta, duke përfshirë mënyrën se si ofron zgjidhje për klientët dhe avantazhet që do t'i japin përparësi biznesit tuaj.

3. Analiza e Tregut: Kjo është ajo ku ju tregoni se keni një kuptim kyç të hyrjeve dhe daljeve të industrisë dhe tregut specifik në të cilin planifikoni të hyni. Këtu do të vërtetoni pikat e forta që keni theksuar në përshkrimin e kompanisë tuaj me të dhëna dhe statistika që zbërthejnë tendencat dhe temat e industrisë. Tregoni se çfarë po bëjnë bizneset e tjera dhe si po arrijnë ose dështojnë. Analiza juaj e tregut gjithashtu duhet të ndihmojë në përfytyrimin e klientelës që synoni - sa para fitojnë, cilat janë zakonet e tyre të blerjes, cilat shërbime duan dhe kanë nevojë, etj..

4. Analiza konkurruese: Një plan i mirë biznesi do të paraqesë një krahasim të qartë të biznesit tuaj kundrejt konkurrentëve tuaj direkt dhe indirekt. Këtu ju provoni njohuritë tuaja për industrinë duke thyer pikat e forta dhe të dobëta të tyre. Qëllimi juaj përfundimtar është të tregoni se si do të përmbledhet biznesi juaj. Dhe nëse ka ndonjë çështje që mund t'ju pengojë të



futuri në treg, si kostot e larta paraprake, këtu do t'ju duhet të jeni të gatshëm. Analiza juaj konkurruese do të shkojë në seksionin tuaj të analizës së tregut.

5. Përshkrimi i Menaxhimit dhe Organizimit: Biznesi juaj gjithashtu duhet të përshkruajë mënyrën se si është krijuar organizata juaj. Këtu prezantoni menaxherët e kompanisë tuaj dhe përmbledhni aftësitë e tyre dhe përgjegjësitë kryesore në punë. Një mënyrë efektive mund të jetë krijimi i një diagrami që harton zinxhirin tuaj të drejtimit.

Mos harroni të tregoni nëse biznesi juaj do të funksionojë si një partneritet, një ndërmarrje e vetme ose një biznes me një strukturë të ndryshme pronësie. Nëse keni një bord drejtuesish, do t'ju duhet të prezantoni anëtarët.

6. Ndarja e produkteve dhe shërbimeve tuaja: Ndërsa përshkrimi i kompanisë tuaj është një përmbledhje, një ndarje e detajuar e produkteve dhe shërbimeve tuaja ka për qëllim të japë një përshkrim plotësues por më të plotë në lidhje me produktet që po krijoni dhe shisni, sa gjatë mund të zgjasin dhe si do të plotësojnë kërkesën e klientëve. Këtu duhet të përmendni furnizuesit tuaj, si dhe informacione të tjera kryesore se sa do të kushtojë për të bërë produktet tuaja dhe sa para shpresoni të fitoni.

7. Plani i Marketingut: Këtu ju përshkruani sesi keni ndërmend të merrni produktet dhe shërbimet tuaja para klientëve tuaj të synuar. Ndani këtu hapat që do të ndërmerrni për të promovuar produktet tuaja dhe buxhetin që do t'ju nevojiten për të zbatuar strategjitë tuaja.

8. Strategjia e Shitjes: Ky seksion duhet të përgjigjet se si do t'i shisni produktet që po ndërtoni ose do të kryeni shërbimet që keni ndërmend të ofroni. Strategjia juaj e shitjes duhet të jetë specifike. Ndani sa përfaqësues të shitjeve do t'ju duhet të punësoni dhe si do t'i rekrutoni dhe do t'i bëni pjesë. Sigurohuni që të përfshini edhe objektivat e shitjeve tuaja.

9. Kërkesë për financim: Nëse keni nevojë për financim, ky seksion fokusohet në shumën e parave që ju nevojiten për të krijuar biznesin tuaj dhe si planifikoni të përdorni kapitalin që po grumbulloni. Ju mund të dëshironi të përfshini këtu një afat kohor për financime shtesë që mund t'ju nevojiten për të përfunduar projekte të tjera të rëndësishme.

10. Projektimet financiare: Ky seksion përfundimtar zbërthen qëllimet dhe arritjet financiare që keni vendosur në bazë të hulumtimit të tregut. Ju do të raportoni të ardhurat tuaja të parashikuara për 12 muajt e parë dhe të ardhurat tuaja vjetore të parashikuara për vitet e dyta, të treta, të katërta dhe të pesta të biznesit.

3.2 Praktikë dhe Mundësitë e Mira

Shqipëria: Komuniteti fillestar ka përjetuar një rritje kohët e fundit në Shqipëri. Kohët e fundit janë zhvilluar shumë programe dhe nisma për të mbështetur të rinjtë dhe gratë në zhvillimin e një mendësie ndërmarrëse, rritjen e kapaciteteve të tyre dhe zhvillimin e aftësive të tyre dhe përfitimin e mbështetjes së drejtpërdrejtë financiare. Disa nisma ekzistuese në Shqipëri janë renditur më poshtë:

1- AIDA: Albanian Investment Development Agency (Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve)



AIDA zbaton mbështetjen për NVM -të e parashikuara në Strategjinë Kombëtare të Punësimit dhe Aftësive të qeverisë (e përshkruar më sipër). Puna e tyre zbatohet nën mbikëqyrjen e Ministrisë së Ekonomisë. AIDA menaxhon një fond për bizneset e reja, të lançuara në vitin 2016, për firmat me përvojë deri në 2 vjet. 100 firma aplikuan dhe 50 u zgjodhën për financim, shumica në sektorët e turizmit, prodhimit, prodhimit. Ky program përfshin grante për 2K EUR për firmë, të cilat ata mund t'i përdorin në trajnime dhe pajisje. Projektet e granteve zakonisht zgjasin 3 muaj dhe bizneset monitorohen për një vit. Gjysma e grantit disbursohet paraprakisht, dhe gjysma në fund me vërtetimin e shpenzimeve (faturat, etj.) nga ana e biznesit. AIDA është gjithashtu e përfshirë në një numër projektesh më të vogla për të mbështetur sipërmarrjen, në përputhje me planin kombëtar. Këto janë:

- Bashkë-organizimi i garave për sektorin fillestar, NVM-të dhe sektorët e turizmit. Deri më sot, 4 fitues kanë marrë grante nga AIDA si çmime.
- Pritja e një platforme B2B, ku përdoruesit mund të mësojnë informacione për kompanitë shqiptare. Gjithashtu, kompanitë shqiptare mund të gjejnë informacion në lidhje me panaiet jashtë vendit dhe të marrin fonde për të marrë pjesë.
- Krijimi i një udhëzuesi për eksportet bujqësore, me mbështetjen e GTZ.
- Trajnimi i trajnerëve për të ndihmuar fillestarët të shkruajnë plane biznesi

Website: <https://aida.gov.al/en/>

2- UNDP: UNITED NATIONS DEVELOPMENT FUND (FONDI ZHVILLIMOR I KOMBEVE TË BASHKUARA)



Puna e UNDP-së me bizneset e reja në Shqipëri ndahet në dy kategori kryesore: trajnim profesional për të rinjtë 18-29 vjeç dhe punë me politikë me ministrinë e punës dhe programet e saj të krijimit të punësimit. Projekti i tij fillestar filloi në Mars 2016, me qëllim sigurimin e granteve (5K USD), mentorim dhe mbështetje për zhvillimin e planit të biznesit. Raundi i parë i grantit fillestar dhe mentorimit arritën në 37 ndërmarrje (kryesisht në IT, turizëm dhe bujqësi).

Në të ardhmen, UNDP-ja do të donte të punonte më ngushtë me institucionet financiare në fillimet e reja. Deri më sot, ajo ka vënë në dukje se ka shumë pak potencial rritjeje në shumë prej bizneseve të saj fillestare dhe se ndoshta nevojitet përzgjedhje më e mirë në të ardhmen. Gjithashtu, sipërmarrësit rrallë shfrytëzojnë rritjen horizontale të biznesit (duke shtuar dimensione të reja në bizneset aktuale), duke zgjedhur të fillojnë të reja në vend të tyre.

Website: <https://www.undp.org/>

3-Agro & Social Fund (Fondi Agro & Social)



Agro & Social Fund (më parë VisionFund Albania) është një institucion financiar i orientuar drejt zhvillimit social dhe ekonomik, veçanërisht në sektorin e biznesit agro, të biznesit të vogël dhe të mesëm, në zonat rurale dhe urbane. Ofron shërbime cilësore, vlerë, respekt dhe transparencë në komunikim, konfidencialitet, mosdiskriminim dhe shmangie të mbingarkesës.

Ajo ofron kredi për biznes dhe bujqësi deri në 15,000 Euro, kredi për efikasitet energjetik deri në 7,500 Euro si dhe kredi sociale dhe konsumatore. Ajo ka një produkt kredie fillestare të dedikuar, me 21 kredi aktive që financohen nga KIVA (e cila siguron fonde dhe garanton rrezikun), krahasuar me 736 ndërmarrjet më të vjetra. Agro & Social Fund u shërben klientëve me biznese më të vjetër se 6 muaj, dhe ka shumë klientë me biznese më të reja se 2 vjet. Ndërsa kreditë e përgjithshme vlerësohen në bazë të 12 muajve të fundit të historisë së tregtimit, bizneset e reja vlerësohen në parashikimet e tyre 12-mujore.

Website: <https://asf.al/en/>

4-FED Invest



FED Invest është një ofrues i shërbimeve financiare, i cili mbulon 1.080 fshatra dhe rreth një të tretën e Shqipërisë rurale. Ajo u krijua përmes bashkimit të 70 shoqërive të kursimeve dhe kredive. FED Invest më parë njihej si Albanian Savings and Credit Union (ASCU), Bashkimi i Kursimeve dhe Kredive Shqiptare. Misioni i FED Invest është të sigurojë shërbime financiare për njerëzit në zonat rurale, të cilët janë përjashtuar nga sistemi bankar tradicional, me qëllim promovimin e aktiviteteve produktive, përmirësimin e standardeve të tyre të jetesës dhe zhvillimin rural.

FED Invest ka mbështetur disa fillestarë me grante të vogla (1-2K EUR), por pranon se kostoja, si dhe kapaciteti i saj për të vlerësuar dhe mbështetur bizneset e reja, është pengesa kryesore për të arritur më shumë. Sidoqoftë, ajo ishte e gatshme për rritje të shpejtë, për shkak të faktit se Lehtësimi i Zhvillimit i Fondit Europian për Europën Juglindore (EFSE DF) së bashku me Ministrinë e Punëve të Jashtme të Holandës dhe Shërbimet Këshilluese Ndërkombëtare Rabo (RIAS) kanë konfirmuar angazhimin e tyre për të lehtësuar transformimin e FED Invest në një institucion financiar kryesor për zonat dhe ndërmarrjet rurale.

Website: <https://www.fedinvest.al/>

5-UniFin



UNIFIN

Misioni i UniFin është të ofrojë shërbime të plota financiare për anëtarët e tij, me profesionalizëm dhe përkushtim për të gjithë, duke vepruar si një institucion jofitimprurës me një parim udhëheqës të bashkëpunimit dhe ndihmës reciproke. UniFin përcakton një fillestar si çdo biznes me më pak se 1 vit aktivitet. Ai nuk refuzon automatikisht aplikimet nga bizneset e reja, por kërkon një burim tjetër të ardhurash përveç të ardhurave të projektit për fillimin. Shumica e klientëve të saj fillestarë kërkojnë kredi për të mbuluar 90-100% të kostove të tyre të investimit, rrallë duke kërkuar kapital qarkullues. UniFin kishte menduar për ofrimin e trajnimeve, por aktualisht nuk ka një strategji për të mbuluar këtë kosto.

Website: <http://www.unifin.al/>

Slovenia: Sllovenia është shtëpia e më shumë se 2,000 kompanive inovative startup-e dhe të paktën 100 qendrave dinamike startup rajonale dhe lokale. Sipas renditjes globale të Bankës Botërore për Lehtësinë e të Bërit Biznes, Sllovenia është në vend të lartë sipas kushteve të saj për fillimin e një biznesi.

1-Start:Up Slovenia



Start:Up Slovenia është një platformë e pavarur e hapur e ekosistemit startup slloven që mbështet sipërmarrjen inovative në Slloveni. Është kontakti, koordinatori dhe promovuesi i rrjetit të palëve të interesuara të ekosistemit të startup-eve në Slloveni dhe jashtë saj. Kjo përfshin startup-et, investitorët, mjediset mbështetëse, ekspertët sipërmarrës dhe entuziastët, si individë ashtu edhe organizata, të cilët po ndryshojnë Slloveninë për mirë me aktivitetet e tyre në ekosistemin startup. Projekti Start:up Slovenia, i cili daton në 2004, menaxhohet nga Fabrika e Sipërmarrjes, me Fondin Slloven të Ndërmarrjeve dhe Ministrinë e Zhvillimit Ekonomik dhe Teknologjisë që kanë qenë partnerë për shumë vite.

Website: <https://www.startup.si/en-us/about-us>

2- Fondi Slloven i Ndërmarrjeve



Fondi Publik i Republikës së Sllovenisë për Sipërmarrjen ose shkurt Fondi Slloven i Ndërmarrjeve (Fondi ose SEF) është krijuar me qëllim përmirësimin e aksesit të burimet financiare për zhvillime të ndryshme-investime biznesi të ndërmarrjeve mikro, të vogla dhe të mesme (NVM) duke u përfshirë me burimet financiare për fillimin e NVM-ve dhe mikrofinancimin në Republikën e Sllovenisë. Ato mbështesin idetë e biznesit, fillestarët dhe bizneset në fazën e rritjes. Shërbimet që ato ofrojnë janë: rrjetëzimi dhe përputhja, burimet themeluese dhe qasja në tregje. Çdo vit

Fondi po ofron zgjidhje të duhura financiare për zhvillim - projekte biznesi në sektorin sipërmarrës slloven përmes inxhinierisë financiare, e cila kryesisht bazohet në instrumente financiare me mjete të rimbursueshme (hua, garanci për hua, norma interesi të subvencionuara, kapital sipërmarrës) i cili lejon kombinimin e burimeve financiare të institucioneve të ndryshme financiare (leva financiare), duke u globalizuar.

Website: <https://www.podjetniskisklad.si/en>

3-ABC First Growth



tuaj, farën dhe seritë e Serisë A.

Fondi i Parë i Rritjes ABC punon krah për krah me ABC Accelerator. Çdo kompani që përfundon programet e ABC Accelerator dhe plotëson kriteret e investimit mund të marrë një investim nga ABC First Growth në formën e një kartëmonedhe të konvertueshme prej 35.000 EUR në (39.000 \$ USD). Ata monitorojnë, mbështesin dhe financojnë kompanitë më të mira pas përfundimit të programit. Ata ju mbështesin me financime për engjëjt

Website: <http://abcfirstgrowth.com/>

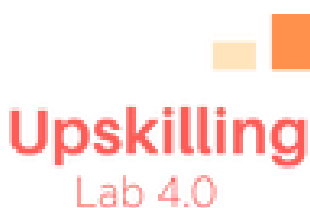
4-Silicon Gardens Fund



ofrojnë: investimi, mentorimi, lidhja, mbështetja e eko -sistemit dhe globalizimi. Fokusi i Fondit është të shtojë vlerë duke ofruar përvojë, stërvitje dhe lidhje biznesi për sipërmarrësit në startup-et teknologjike në faza të hershme. Në pesë vitet e ardhshme, Fondacioni do të investojë midis 50.000 € dhe 500.000 € në 10 deri 30 kompani të zgjedhura, të cilat ne do t'i ndihmojmë të rriten.

Website: <https://silicongardens.si/sgfi/>

5- UpSkilling Lab 4.0



Projekti fokusohet në bashkëpunimin B2B që synon menaxherët dhe punonjësit e nivelit të mesëm dhe të lartë në rolet e inovacionit dhe bashkëpunimit. Krijimi i një modeli dhe kushteve për bashkëpunim në kushtet e laboratorit për testimin dhe zhvillimin e novacioneve për bizneset e reja, në rritje dhe të krijuara-të mesme dhe të mëdha. Ofrimi i mundësive të përmirësimit të aftësive për stafin e kompanive (menaxherët dhe punonjësit) për të lidhur bizneset e reja ndërkombëtare, në shtrirje e sipër dhe kompanitë e themeluara që veprojnë në

vertikale të veçanta me fokus në teknologjitë moderne dhe inovacionin (Industria 4.0) përmes një modeli të fortë bashkëpunimi nën shembullin e inovacionit të hapur.

Website: <https://www.upskillinglab.eu/the-project.html>

Turqia: Ekosistemi sipërmarrës i Turqisë ka hasur nivele të pashembullta të aktivitetit të investimeve në vitin 2020, me një total prej 143 milionë dollarësh të mbledhura-një rritje prej 35% nga vitit 2019 - prej 155 biznesesh të reja nga engjëj të ndryshëm dhe QV. Kjo situatë u jep sipërmarrësve shpresën se ekosistemi po arrin një nivel të caktuar pjekurie, por mbetet për t'u parë nëse rritja do të vazhdojë në vitet e ardhshme.

1-Alacrity Turkey



Alacrity Turkey kombinon të gjitha këto pasuri për t'u siguruar firmave fillestare që punojnë me një shans shumë më të mirë se mesatarja për sukses lokal dhe ndërkombëtar. Ajo u formua përmes një partneriteti midis Wesley Clover International, Netas dhe ZMT. Modeli i provuar i fondit është krijuar në Kanada, Uells-MB, Lille-Francë, Pune-Indi, Mexico City-Mexico dhe Stamboll-Turqi. Po prezantohet gjithashtu në Singapor dhe Shanghai-Kinë. Fondet janë në faza të ndryshme të vendosjes dhe shtesa të mëtejshme në ekosistem po shqyrtohen ose planifikohen rregullisht.

Website: <https://www.alacrityturkey.com/program/>

2-Faster Capital



Faster Capital është një inkubator online i cili funksionon në Turqi. Ne mund të ndihmojmë në përsheptimin/inkubimin e startup-eve në Turqi. Ne zakonisht ndihmojmë duke siguruar punë për kapitalin. Puna mund të jetë zhvillim teknik për kapital ose zhvillim biznesi për kapital. Ne gjithashtu mund të ndihmojmë startup-et të rrisin kapitalin ose të gjejnë fonde për startup-et nga Turqia ose ndonjë shtet tjetër. Ne ndihmojmë startup-et dhe bizneset në ngritjen e kapitalit nga investitorët engjëj, duke u financuar nga kapitalet sipërmarrëse në Turqi, përsheptues/inkubatorë të tjerë (me të cilët kemi partneritete) duke marrë një kredi ose grante për biznesin e vogël, duke u financuar përmes fondacioneve online, aplikoni për fonde qeveritare ose burime të tjera fondesh.

Website: <https://fastercapital.com/countries/turkey.html>

3-EquityNet



EquityNet është një pionier dhe novator i njohur i financimit online dhe financimit të tregut, duke operuar një nga platformat më të mëdha të financimit të biznesit që nga viti 2005. Platforma EquityNet përmban mbi 10,000 kompani dhe ka ndihmuar në gjenerimin e mbi 500 milionë dollarëve në financimin e biznesit. EquityNet mban shumë patenta në hapësirë dhe u siguron sipërmarrësve dhe investitorëve teknologjinë më të përparuar për përgatitjen dhe kryerjen e fushatave për mbledhjen e fondeve.

Website: <https://www.equitynet.com/about.aspx>

Egjipti: Egjipti është një treg shumë tërheqës si për investitorët ashtu edhe për sipërmarrësit. Në vitin 2019, startup-et egjiptiane nënshkruan 142 marrëveshje me vlerë 95 milionë dollarë, që do të thotë se vendi u rendit i pari për nga numri i marrëveshjeve në rajonin MENA, duke tejkaluar Emiratet e Bashkuara Arabe për herë të parë. Me gati dy të tretat e këtyre marrëveshjeve të mbyllura nga investitorët e huaj, vendi po bëhet vetëm gjithnjë e më shumë emocionues si një vend për të bërë biznes.



1-EgyptInnovate

EgyptInnovate është qendra e inovacionit online për Egjiptin, ku inovatorët dhe sipërmarrësit frymëzohen, arsimohen dhe lidhen. Ata do t'ju çojnë në një udhëtim me përmbajtje frymëzuese dhe edukative, mjete dhe modele praktike, qasje në rrjete nga qendrat dhe hapësirat e inovacionit në të gjithë globin.

EgyptInnovate synon të ekspozojë novatorët e Egjiptit në nivel lokal dhe global, duke lidhur nje dhe duke ndërtuar komunitete bashkëpunuese të ekosistemit të inovacionit dhe sipërmarrjes në Egjipt. Përveç kësaj, ai synon edukimin e inovatorëve, startup-eve dhe bizneseve në lidhje me teknologjinë dhe menaxhimin e inovacionit.

Website: <https://egyptinnovate.com/en>

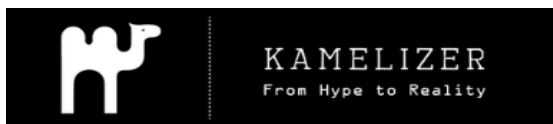


2-AfriLabs

AfriLabs u themelua në vitin 2011 për të ndërtuar një komunitet rreth hapësirave novatore të teknologjisë, të cilat po shfaqen me shpejtësi, dhe që shërbejnë si pika takimi dhe komunitete për zhvilluesit, sipërmarrësit dhe investitorët. Ato mbështesin zhvillimin e startup-eve si një mekanizëm që siguron rritje ekonomike dhe rrit punësimin. Shërbimet: ndarja e njohurive, ngritja e kapaciteteve, programet dhe eventet.

Website: <https://www.afrilabs.com/>

3-Kamelizer



Kamelizer është një studio startup engjell egjiptian që ofron Shërbime, ekspertizë dhe më shumë për startup-et e teknologjisë. Ata mbështesin themeluesit në formësimin e ideve të tyre për të transformuar

startup-in e tyre nga faza e farës në fazën e serisë A.

Website: <https://kamelizer.com/team>

4- Egypt Ventures



Egypt Ventures është mjet investimi me shumë faza i fokusuar në bërjen e një ndikimi të thellë në ekonominë dhe njerëzit egjiptianë duke ushqyer ekosistemin e sipërmarrjes egjiptiane, duke kontribuar në një ekonomi të ardhshme të dijes dhe duke krijuar mundësi punësimi, të gjitha duke minimizuar ndikimin mjedisor dhe duke ndihmuar në mbylljen e hendekut gjinor. Egypt Ventures udhëhiqet nga një ekip i fortë, profesional me kapital sipërmarrës dhe përvojë sipërmarrëse. Qasja dhe mbështetja praktike ndihmon në përsheptimin e rritjes së portofolit tonë dhe zbërthimin e potencialit të tyre për zgjerim në tregje të reja.

Website: <https://egyptventures.com/portfolio/>

5-MINT Incubator



Inkubatori MINT vjen tek ju në partneritet me Cairo Angels, një nga grupet kryesore të investimeve të startup-eve në Lindjen e Mesme dhe Afrikë. Inkubatori është projektuar për të mbështetur startup-et pa vargje të lidhura. Ne do të jemi të drejtë dhe nuk do të mbysim me borxhe startup-et të regjistruara në program. E vetmja gjë që presim nga startup-et është pasioni dhe angazhimi i tyre për të çuar biznesin e tyre në nivelin tjetër. Inkubatori MINT është një program intensiv 3 mujor që është krijuar për bizneset që tashmë kanë një produkt, jo vetëm një ide. Ne synojmë t'u ofrojmë startup-eve të përzgjedhura mundësinë për të ecur përpara, duke i përgatitur ata që të bëhen një mundësi investimi më tërheqëse për investitorët e këtyre startup-eve.

Website: <https://mint.eg-bank.com/Home/Incubator/About>

You can find additional resources at: <https://fi.co/insight/egypt-s-startup-resources-list-for-entrepreneurs-accelerators-incubators-investors>

Jordania: Bizneset e reja me bazë teknologjinë në Jordani kanë formuar ekosistemin e sipërmarrjes dhe kanë kontribuar në krijimin e vendeve të punës në të gjithë vendin. Skena e bizneseve fillestare jordaneze njihet në rajon dhe ndërkombëtarisht. Jordan është një nga lojtarët kryesorë në forumin e Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit të MENA -s (TIK). Sidoqoftë, vendi aktualisht është në vendin e 49-të në Indeksin e Sipërmarrjes Globale të kaluar nga Kuvajti dhe vendet e tjera në rajon.

1-Oasis500



Oasis500 është një organizatë financimi dhe ndërmarrje kapitaliste sipërmarrëse që kërkon të investojë në ide biznesi fitimprurëse në fazat e tyre të hershme nga Industritë Teknike dhe Krijuese. Deri më tani ata kanë nisur mbi 130 startup-e dhe kanë trajnuar 2,500 sipërmarrës me ndihmën e 8 milion dollarëve investime,

100 mentorë dhe 100 investitorë engjëj. Ata investojnë deri në \$ 50,000 USD së bashku me trajnimin dhe mentorimin. Procesi i Oasis500 është identifikimi i një ideje, financimi, përshpejtimi dhe më pas lidhja e tij me një rrjet biznesi. Ky proces i ka bërë ata kompaninë kryesore të investimeve të farës dhe përshpejtuesin e biznesit në Jordani.

Website: <https://oasis500.com/en/>

2-Dash Ventures



Dash Ventures është një organizatë kapitaliste sipërmarrëse që po kërkon biznese të ardhshme në rajonin MENA për të ofruar mbështetje. Ata janë një partneritet privat sipërmarrësish dhe ekspertësh të biznesit me vite përvojë. Dash integron startup-et në një rrjet global industrish të tilla si teknologjia, kujdesi shëndetësor, shërbimet financiare dhe qeveria. Ato fokusohen në bizneset që adresojnë teknologjinë e informacionit, efikasitetin e energjisë, markat e konsumatorit të jetesës dhe

industritë krijuese. Deri më tani ata kanë konsumuar 2091 filxhanë kafe të cilët i kanë ndihmuar ata të shfaqin 645 plane biznesi dhe të përsosin 8 kompani.

Website: <http://dashventures.com/>

3- Business Development Center Jordan



Qendra për Zhvillimin e Biznesit (BDC) në Jordani ka krijuar zgjidhje të gjera për nevojat e NVM-ve, grave, të rinjve, sipërmarrësve dhe zhvillimit ekonomik lokal të Jordanisë. Ata kanë qenë në vijën e parë të projekteve shumë milionë dollarëshe dhe punojnë me një ekosistem biznesi të ofruesve të shërbimeve, njësive qeveritare, universiteteve dhe partnerëve ndërkombëtarë. Edhe pse ata kanë arritur shumë gjatë vitit të kaluar, kjo nuk i ndalon ata të provojnë gjëra të reja për përmirësim në të ardhmen. Qëllimet e tyre të reja përfshijnë diversifikimin e burimeve të tyre të financimit, gjetjen e shërbimeve të reja të zhvillimit, përdorimin e suksesit të tyre të kaluar si një mjet për të tërhequr partnerë dhe donatorë të rinj.

Website: <http://www.bdc.org.jo/>

4- Startup Grind Amman



Një nga komunitetet më aktive të Startup Grind në nivel global, Startup Grind Amman është një komunitet online startup-esh, themeluesish, inovatorësh dhe krijuesish. Kapitulli jordanë sjell së bashku individë me mendje të njëjtë por prap të ndryshëm për t'u lidhur, mësuar, ndihmuar, ndërtuar dhe përkthyer përmes ngjarjeve tona lokale, konferencave kryesore, programit të startup, partneriteteve dhe mediave online + përmbajtjes - duke arritur së bashku mbi 3.5 milion individë në të gjithë botën.

Website: <https://www.startupgrind.com/amman/>

5-Luminus Shamal Start



Themeluar nga Luminus Education dhe financuar nga Bashkimi Evropian, Luminus Shamal Start filloi në 2016 për t'u ofruar krijuesve, inovatorëve dhe sipërmarrësve në Jordani - me fokus në rajonet veriore - një ekosistem gjithëpërfshirës që lehtëson transformimin e ideve progresive në projekte aktuale që mund t'i shërbejnë më së miri komuniteteve lokale. Luminus Shamal Start beson fort në idetë novatore dhe sipërmarrjen. Ndërsa jemi të vetëdijshëm për potencialin e të rinjve, ne e kuptojmë nevojën për ide dhe biznese në fushën e prodhimit dhe shërbimeve të lidhura me të. LuminusShamalStart është përshpejtuesi kryesor i startup-eve në Jordani.

Website: <https://www.shamalstart.com/>

FJALOR

Startup: Kompania e teknologjisë private e fokusuar në produkt me shumë gjëra të paqarta si modeli i të ardhurave, klienti dhe produkti. Ofruesit e zgjidhjeve të përshtatura nuk konsiderohen startup-e.

Sipërmarrja e Korporatës: Një filial i një kompanie të themeluar e krijuar për të hedhur një produkt ose shërbim të ri në treg

Fondet e Kapitalit Sipërmarrës (KS): Fondet KS janë struktura që investojnë në startupe dhe marrin aksione minoritare në këmbim. Periudhat e investimit janë të kufizuara dhe përgjithësisht 5-6 vjet. Kur fondi skadon, ai synon të shesë aksionet e tij me çmime shumë më të larta.

Kapitali Sipërmarrës i Korporatës (KSK): Fondet KSK janë të njëjta me strukturat KS, ndryshimi i vetëm është se ky fond financohet nga një kompani e vetme. (p.sh. Intel Capital)

Investitorë engjëj: Një investitor engjëll (i njohur gjithashtu si një investitor privat, investitor farë ose financues engjëll) është një individ me vlerë të lartë neto i cili siguron mbështetje financiare për fillestarët ose sipërmarrësit e vegjël, zakonisht në këmbim të kapitalit të pronësisë në kompani. Shpesh, investitorët engjëj gjenden në familjen dhe miqtë e një sipërmarrësi.

Investimi para farës: raundi fillestar i financimit i përdorur për të ndërtuar dhe demonstruar qëndrueshmërinë e një ideje produkti.

Investimi i farës: raundi i financimit i përdorur për të arritur përshtatjen e produktit/tregut. Startup-et në këtë fazë kanë një produkt pune dhe disa klientë që paguajnë me disa xhiro të hershme.

Seria A: raundi i financimit i përdorur për të rritur një startup. Startup-et në këtë fazë kanë arritur përshtatjen e produktit/tregut dhe kanë klientë të përsëritur. Zakonisht është raundi i parë i financimit që merr një startup nga një firmë e kapitalit të sipërmarrjes.

Seritë B, C, D, E.: Raundet e financimit të bëra nga KS-të me vlerësime më të larta në krahasim me raundin e mëparshëm.

3.3 Mjete praktike

Këto mjete praktike mund të jenë të dobishme për trajnerët dhe lehtësuesit për të inkurajuar edukimin dhe aftësimin sipërmarrës tek të rinjtë, gratë ose grupet e tjera me të cilët ata punojnë.

1- Kafeneja e Sipërmarrjes

Temat:	Kuptimi i përgjithshëm i konceptit të ndërmarrësisë dhe termave që lidhen me të
Madhësia e grupit	15–30
Koha:	60 minuta
Objektivat	Të rrisë ndërgjegjësimin dhe të kuptuarit e konceptit të sipërmarrjes dhe të sigurohet që të gjithë anëtarët e grupit të jenë në të njëjtin nivel
Materiale	Flipcharts, letra dhe tusha
Vështrim i përgjithshëm:	Qëllimi kryesor i aktivitetit është prezantimi i grupit në botën e sipërmarrjes. Përmes bisedave ndërvepruese pjesëmarrësit mund të mësojnë për tema të ndryshme si sipërmarrja sociale, engjëjt e biznesit, modelet e biznesit, etj. Niveli i kompleksitetit është fillestar/mesatar dhe ju mund ta përdorni këtë ushtrim për të hapur një kurs dhe për të siguruar të njëjtin kuptim të konceptit.
Përgatitja:	Vendoseni dhomën në disa qoshe diskutimi me tavolinë dhe karrige ose rreth trajnerëve. Çdo cep do të ketë një temë të ndryshme, në varësi të asaj që dëshironi t'i paraqisni grupit/për shembull sipërmarrja sociale, engjëlli i biznesit, ndryshimi midis biznesit dhe ndërmarrjes shoqërore, etj. Grupet e mëdha ndahen në ekipe më të vogla (4-6 persona maksimumi). Secili grup do të lëvizë nga tryeza në tryezë pas një kohe të caktuar. Në tavolina do të ketë karta të veçanta me fakte rreth konceptit që ata po diskutojnë. Si ekip, pjesëmarrësit do të duhet të diskutojnë se cilat janë të vërteta pa u lejuar të përdorin internetin në këtë pikë. Lehtësuesi do të japë shenjë çdo 8-10 minuta që grupet të kalojnë në cepin tjetër të diskutimit (ose tryezën). Në raundin e fundit secili grup do të ketë 20 minuta për të diskutuar më thellë temën konkrete, për të zgjedhur përsëri kartat e duhura dhe për të formuar kuptimin dhe përcaktimin e tyre. Më pas çdo grup do të duhet t'i paraqesë tjetrit atë që ka mësuar në lidhje me temën konkrete.
Këshilla për lehtësuesit:	Përziejini grupet nëse e dini që kanë përvojë të ndryshme, në mënyrë që të inkurajoni bashkëmoshatarët të mësojnë nga njëri - tjetri. Pas çdo prezantimi shtoni atë që nevojitet dhe hapni diskutimin me një përmbledhje.

2- PuzzlEntrepreneurship

Temat:	Kuptimi i përgjithshëm i sipërmarrjes
Madhësia e grupit	10–30
Koha:	45 minuta
Objektivat	Të rrisë ndërgjegjësimin për aspekte të ndryshme të sipërmarrjes dhe të sigurojë mirëkuptim të përbashkët të grupit
Materiale	Flipcharts, fleta A4, stilolapsa, shigjeta shumëngjyrëshe, përkufizimet dhe titujt e printuar
Vështrim i përgjithshëm:	Qëllimi kryesor i aktivitetit është të rrisë ndërgjegjësimin midis grupit për konceptin e përgjithshëm dhe të sigurojë kuptimin e përbashkët të sipërmarrjes. Para aktivitetit ju duhet të përgatitni dhomën, duke e ndarë atë në disa qoshe në varësi të grupeve që keni. Rekomandohet që secili grup të mos jetë më shumë se 5-6 persona. Përgatitni përkufizimet dhe termat që dëshironi të diskutoni, printojini për secilin ekip. Pastaj printoni titujt dhe shigjetat për secilin ekip.
Hap pas hapi:	Filloni aktivitetin, duke bërë disa pyetje të zakonshme: kush ka përvojë me sipërmarrjen, a e dinë se çfarë është, etj. Më pas krijoni grupet më të vogla dhe jepni secilit përkufizime të printuara të termave, titujve, shigjetave. Çdo ekip do të duhet të përputhë titujt me përkufizimet e printuara. Hapi tjetër - ata duhet të gjejnë lidhjet midis të gjitha termave dhe ta shpjegojnë atë më vonë në grupin më të madh.
Këshilla për lehtësuesit:	Ky aktivitet është më mirë të bëhet pasi të keni njohuri të caktuara në lidhje me përvojën në grup, të cilat do t'ju ndihmojnë të krijoni pyetje, kështu që aktiviteti dhe rezultati i mësimit të jenë më të larta.

3- Analiza PDMK



Qëllimi: Ideja pas këtij ushtrimi është që të mundësojë pjesëmarrësit të mendojnë në mënyrë kritike për pikat e forta, pikat e dobëta, mundësitë dhe kërcënimet që mund të ndodhin me idetë e tyre të biznesit.

Koha: 30 minuta

Këshilla për lehtësuesit: Shpërndani fletëpalosjet (Shtojca 11) tek pjesëmarrësit dhe lëroni atyre 20 minuta për të plotësuar të gjitha kutitë. Pastaj për 10 minuta diskutoni pikat që ata kanë shkruar dhe jepni sugjerime ose rekomandime.

4- Kavanozi Social

Temat:	Mendimi krijues, sipërmarrja sociale
Madhësia e grupit:	10–30
Koha:	60-90 minuta
Objektivat:	Për të rritur ndërgjegjësimin për sipërmarrjen tonë sociale, inkurajimi i të menduarit krijues
Materialet:	Letra dhe tusha sipas numrit të pjesëmarrësve, disa kavanoza të mëdhenj, revista/gazeta të vjetra, gërshtë, ngjitës
Vështrim i përgjithshëm:	Qëllimi kryesor i aktivitetit është të inkurajojë pjesëmarrësit të bëhen krijues, të inkurajojnë mënyrën e të menduarit sipërmarrës dhe të flasin për sipërmarrjen sociale.
Përgatitje:	Krijoni një mjedis të sigurt dhe komod dhe mos e përdorni këtë aktivitet në ditët e para-lërimi pjesëmarrësit të njihen me njëri-tjetrin më parë (është më mirë të përdoret sapo ekipi të krijohet dhe lidhet).
Hap pas hapi:	Krijoni grupe të vogla njerëzish të rastësishme. Lërimi ata të diskutojnë çështjet më të zakonshme me të cilat përballen në komunitet e tyre lokale ose një mundësi tjetër është t'u jepni atyre ide/temë konkrete ose çështje të tilla si për shembull riciklimi ose integrimi i migrantëve. Pasi të keni temat kryesore, krijoni kavanoza tuaja sociale-kavanoza të mëdha ku vendosni letra me çështjet konkrete që dolën nga diskutimet ose u krijuan paraprakisht nga ju. Hapi tjetër është formimi i grupeve të interesit rreth kavanozëve tuaj social. Secili grup mund të zgjedhë një sfidë sociale për të cilën dëshiron të punojë së bashku. Jepini secilit grup një paketë me gazeta dhe revista të vjetra, gërshtë, ngjitës dhe flipchart. Jepini secilit grup të paktën 30 minuta. Ata duhet të diskutojnë çështjen në një ekip të vogël dhe të krijojnë tabelën e tyre të ideve/ nga gazetatat dhe revistat/ ata duhet të paraqesin idenë e tyre për zgjidhjen e çështjes në një tabelë të madhe. Ata duhet të përqendrohen vetëm në vetë idenë - produktin, inovacionin ose zgjidhjen, pa gjëra praktike siç janë paraja, financat, menaxhimi i rrezikut, testimi, modelet e biznesit, etj.
Pyetje për rishikim:	1. Cila është pjesa më e rëndësishme e fillimit ose nisjes? 2. Sa e rëndësishme është të njihni çështjen para se të krijoni ide/inovacionin/produktin? 3. Cila është pjesa më e vështirë e gjetjes së zgjidhjes për sfidat sociale? 4. Sa i ndryshëm mendoni se është biznesi i rregullt nga start-upet sociale? 5. Cilët janë elementët më domethënës të ndërmarrjes shoqërore?
Këshilla për lehtësuesit:	Përziejini grupet nëse e dini që kanë përvoja të ndryshme, në mënyrë që t'i inkurajoni të mësojnë nga kolegët. Pas çdo prezantimi shtoni atë që është e nevojshme dhe hapni diskutimin me një përmbledhje.



Angazhimi socio-kulturor

4. Angazhimi socio-kulturor

Në çdo vend, disa grupe përballen me barriera që i pengojnë ata të marrin pjesë plotësisht në jetën politike, ekonomike dhe shoqërore. Këto grupe mund të përjashtohen jo vetëm përmes sistemeve ligjore, tokës dhe tregjeve të punës, por edhe qëndrimeve, besimeve ose perceptimeve diskriminuese ose stigmatizuese. Disavantazhi shpesh bazohet në identitetin shoqëror, i cili mund të jetë në të gjitha dimensionet e gjinisë, moshës, vendndodhjes, profesionit, racës, përkatësisë etnike, fesë, statusit të shtetësisë, paafësisë, orientimit seksual dhe identitetit gjinor, ndër faktorë të tjerë. Ky lloj përjashtimi social i privon individëve dinjitetin, sigurinë dhe mundësinë për të udhëhequr një jetë më të mirë. Një nga grupet më të pafavorizuara kur bëhet fjalë për pjesëmarrjen në jetën shoqërore janë gratë.

Duke marrë përkufizimin operacional nga manuali i statistikave kulturore të UNESCO -s (UNESCO 2012: 51), pjesëmarrja kulturore mund të përkufizohet si "pjesëmarrje në çdo aktivitet që, për individët, përfaqëson një mënyrë për të rritur kapacitetin dhe kapitalin e tyre kulturor dhe informativ, i cili ndihmon në përcaktimin e identitetit të tyre, dhe/ose lejon shprehjen personale". Aktivitete të tilla mund të marrin shumë forma - aktive, të tilla si krijimi i artit apo edhe vullnetarizmi për një organizatë kulturore, dhe pasive, siç është shikimi i një filmi - dhe mund të ndodhin përmes një sërë kanalesh zyrtare ose joformale, përfshirë internetin.

Përveç krijimit ose prodhimit të artit, qoftë në format tradicionale apo më bashkëkohore, njerëzit marrin pjesë në kulturë duke, për shembull, vullnetarisht si anëtarë bordi, si udhëzues ose në kapacitete të tjera për organizatat e angazhuara në aktivitete kulturore. Donacionet private për institucionet kulturore gjithashtu mund të konsiderohen si një formë pjesëmarrjeje, por të dhënat aktuale janë të vështira për t'u gjetur. Në përgjithësi, llojet dhe nivelet e një angazhimi të tillë duket se ndryshojnë përgjatë traditave kombëtare të përfshirjes private në ndërtimin dhe mirëmbajtjen e infrastrukturës kulturore. Shijimi (ose siç do të thoshin disa, konsumimi) i kulturës konsiderohet gjithashtu në përgjithësi si pjesëmarrje kulturore. Leximi i një libri, vizita e një muzeu, vendi të trashëgimisë ose biblioteka, pjesëmarrja në një koncert, shfaqje teatri ose vallëzimi, dhe madje edhe shikimi i një programi kulturor në televizion janë vetëm disa nga mënyrat se si njerëzit angazhohen me krijimet dhe institucionet kulturore.

Ashtu si pjesëmarrja aktive, format e pjesëmarrjes pasive gjithashtu mund të zhvillohen përmes kanaleve online dhe të përfshijnë leximin e artikujve të gazetave (përdorimi më i zakonshëm, sipas Eurobarometrit 2013), kërkimi i informacionit mbi ngjarjet ose produktet kulturore (përdorimi i dytë më i zakonshëm), vizitimi i faqeve të internetit të muzeut, leximi i blegeve kulturore, blerja e produkteve kulturore, lojërat dhe dëgjimi i muzikës.

Nga ana tjetër, pjesëmarrja sociale është një komponent vendimtar për të fuqizuar gratë dhe për t'i bërë ato aktore të ndryshimit në shoqëritë e tyre. Pjesëmarrja sociale në thelb do të thotë të marrësh pjesë në diçka, por edhe të luash një rol aktiv, në këtë kontekst duke ndikuar në vendimet publike që prekin komunitetin. Kur merret parasysh nga ky këndvështrim aktiv,

pjesëmarrja përfshin përcaktimin kolektiv të asaj që komuniteti kupton se duhet të jetë e mira e përbashkët. Përmes këtij vizioni konceptual të pjesëmarrjes, gratë dhe burrat si subjekte nuk luajnë më një rol pasiv në proceset e planifikimit dhe menaxhimit publik; në vend të kësaj, ata marrin një rol qendror si agentë socialë me rëndësinë e tyre, si anëtarë të rrjeteve sociale, si kolektivë ose palë individuale të interesit, me një mori të tërë mundësish për të marrë pjesë në vendimet publike që i prekin ata.

FJALOR:

KOMUNITETI: Shpesh një nënbashkësi gjeografike e shoqërisë në nivel lokal, një "komunitet" mund të përcaktohet nga të përbashkëta të tilla si, por pa u kufizuar në, normat, feja, interesat e përbashkëta, zakonet, vlerat dhe nevojat e civilëve. Një bashkësi nuk është statike ose e mbyllur, por vazhdimisht evoluon duke iu nënshtruar ndërtimit dhe rindërtimit të brendshëm dhe të jashtëm.

ANGAZHIMI I KOMUNITETIT: Një proces strategjik për të përfshirë drejtpërdrejt popullatat vendore në të gjitha aspektet e vendimmarrjes dhe zbatimit për të forcuar kapacitetet lokale, strukturat e komunitetit dhe pronësinë lokale, si dhe për të përmirësuar transparencën, llogaridhënien dhe shpërndarjen optimale të burimeve në mjedise të ndryshme. Në kontekstin e ndërtimit të paqes dhe ruajtjes së paqes, angazhimi i komunitetit në përgjithësi bëhet përmes partneriteteve me një gamë të gjerë aktorësh lokalë të shoqërisë civile si ndërmjetës që punojnë në sferën e ndërtimit të paqes.

SHOQËRIA CIVILE: Është një koncept i gjerë që përfshin çdo arenë qytetare kolektive të individëve, organizatave, lëvizjeve shoqërore, rrjeteve ose koalicioneve që veprojnë ose organizohen zyrtarisht ose joformalisht për të çuar përpara interesat, vlerat, objektivat ose qëllimet e përbashkëta të komuniteteve. Në kontekstin e angazhimit të OKB -së në ndërtimin e paqes dhe ruajtjen e paqes, fushëveprimi i shoqërisë civile mund të identifikohet si, por pa u kufizuar në: mbrojtësit e të drejtave të njeriut; media e pavarur (online, offline); organizatat dhe udhëheqësit e bazuar në besim; organizatat joqeveritare; grupet e bazuara në komunitet; grupe ose shoqata profesionale, përfshirë sindikatat; grupet e grave; grupet e të rinjve; organizata fetare, kulturore, fisnore ose organizata të tjera joformale dhe lëvizje qytetare që njihen si shoqëri civile; grupet që përfaqësojnë komunitetet e marginalizuara ose të nënpërfaqësuar; komunitetet e mediave sociale; dhe institucionet akademike (shkollat, universitetet, organet kërkimore). Për më tepër, shoqëria civile mund të përfshijë tubime joformale ose rrjete dhe koalicione me shumë aktorë. Është e rëndësishme të theksohet se identiteti i aktorëve lokalë brenda shoqërisë civile mund të jetë i rrjedhshëm dhe i varur nga konteksti në situatat e prekura nga konflikti.

4.1 Roli dhe rëndësia e angazhimit socio-kulturor të grave

Gratë kanë një rol vendimtar për të kontribuar në procesin e transformimit socio-ekonomik veçanërisht në vendet në zhvillim. Rritja e qëndrueshme është e pamundur të zbatohet së bashku me programe efektive për zhvillimin ekonomik dhe social pa pjesëmarrjen e plotë të grave si aktore vitale ekonomike. Zhvillimi i qëndrueshëm është ideja se shoqëritë njerëzore duhet të jetojnë dhe të plotësojnë nevojat e tyre pa kompromentuar aftësinë e brezave të ardhshëm për të përmbushur nevojat e tyre.

Aspekti Social dhe Kulturor janë dy nga shtyllat kryesore të zhvillimit të qëndrueshëm. Në këtë drejtim, këto dy aspekte mund të përcaktohen si më poshtë:

Aspekti Social - një mjedis social demokratik dhe gjithëpërfshirës, i cili garanton paqen dhe përmbushjen e nevojave themelore njerëzore.

Aspekti Kulturor - mbrojtja e diversitetit kulturor dhe aksesit në kulturën universale me arritjet e saj në art, shkencë dhe teknologji, është thelbësore.

Me rritjen e thellimit dhe zgjerimit të angazhimit publik në nivel global, rëndësia e angazhimit të grave në komunitete është bërë thelbësore që demokracitë e shekullit të njëzet e një të funksionojnë mirë. Marrëdhëniet konstruktive midis komuniteteve dhe institucioneve të qeverisë e bëjnë angazhimin e komunitetit jo vetëm të dëshirueshëm, por të nevojshëm dhe të zbatueshëm pasi ka të ngjarë të çojë në vendime publike më të barabarta, të qëndrueshme dhe të përmirësojë jetesën e komuniteteve lokale. Kjo është arsyeja pse angazhimi i komunitetit është i rëndësishëm për individët, organizatat publike dhe qeveritë njësoj.

Aty ku qasjet tradicionale, të drejtuara nga ekzekutiv janë joefektive, angazhimi i grave në komunitet është i rëndësishëm në qasjen e tij bashkëpunuese për hartimin dhe/ose ofrimin e shërbimeve. Për kompleksitetin e çështjeve në çdo komunitet të caktuar - ku qasjet tradicionale kanë qenë joefektive nëse nuk kanë qenë gjithëpërfshirëse në ekstrem - angazhimi i komunitetit mundëson kuptimin më të mirë të nevojave dhe aspiratave të komuniteteve.

- **Angazhimi i grave në komunitet ndërton dhe mbështet komunitete kohezive**

Angazhimi i komunitetit është i rëndësishëm sepse është kryesisht, pjesë e një dialogu ku organizatat dhe komunitetet mund të marrin vendime për krijimin e kapitalit social.

Historitë bindëse të rëndësisë së angazhimit të grave në komunitet variojnë nga krijimi (ose vërtet parandalimi) i ndryshimeve në komunitetet lokale dhe politikat e qeverisë dhe dispozitat e shërbimeve që jo vetëm pasurojnë jetën e përditshme dhe jetesën e komuniteteve, por ndihmojnë në formimin dhe përfytyrimin e së ardhmes së një komuniteti, duke sjellë me vete jo vetëm ndryshimet më të gjera shoqërore, por edhe impaktet globale.

- **Angazhimi i grave në komunitet çon në rezultate të përmirësuar**

Angazhimi i komunitetit është i rëndësishëm dhe mund të çojë në rezultate të përmirësuar për komunitetet kur organizatat qeveritare dhe entitetet vendimmarrëse publike kërkojnë aspiratat, shqetësimet dhe vlerat e komuniteteve, të cilët, nga ana tjetër, ndajnë aspiratat, shqetësimet dhe vlerat e tyre me njësitë qeverisëse. Të inkorporuar në proceset vendimmarrëse, vendimmarrësit publikë janë më të informuar dhe më të aftë për të përmbushur nevojat e komunitetit. Për ta bërë këtë proces më gjithëpërfshirës dhe për të pasur rezultate më të mira, angazhimi i grave është një domosdoshmëri. Krijimi i partneriteteve gjithëpërfshirëse, të qëndrueshme dhe efektive midis organizatave qeveritare dhe komuniteteve, gjithashtu rezultojnë në një ndjenjë më të madhe të pronësisë së komunitetit dhe një përmirësim të marrjes së shërbimeve pasi ato janë përshtatur me aspiratat unike të komunitetit.

- **Angazhimi i grave në komunitete siguron aksesin dhe fuqizimin e komunitetit**

Angazhimi kuptimplotë, gjithëpërfshirës i komunitetit është i rëndësishëm, madje kritik, për mirëqenien e komunitetit.

Të kuptuar përmes vlerave të aksesit dhe gjithëpërfshirjes, kur anëtarët e komunitetit janë të informuar dhe edukuar për çështjet në fjalë, gratë dhe qytetarët janë në gjendje të kontribuojnë në mënyrë domethënëse në angazhim dhe të kenë kapacitetin për t'i formuluar ato aktivitete. Duke u bazuar në idetë e fuqizimit dhe pjesëmarrjes, mirëqenia e njerëzve përfshin *pjesëmarrjen kuptimplotë në të gjitha aspektet e jetës së dikujt*. Angazhimi në komunitet, pra, siguron që anëtarët e komunitetit të kenë akses në mjediset dhe aktivitetet e vlefshme shoqërore, të ndiejnë se janë në gjendje të kontribuojnë në mënyrë domethënëse në ato aktivitete dhe të zhvillojnë aftësi funksionale që u mundësojnë atyre të marrin pjesë plotësisht. Duke përfshirë zëra të ndryshëm, zakonisht zërat e marginalizuar ose të neglizhuar fuqizohen në mënyrë aktive brenda komunitetit të tyre për të marrë pjesë në vendimmarrje që ndikon në jetën e tyre të përditshme.

- **Angazhimi i grave në komunitet i ndihmon qeveritë lokale për të promovuar vendime të qëndrueshme**

Angazhimi i komunitetit i ndihmon qeveritë të përmirësojnë efikasitetin, legjitimitetin dhe transparencën e vendimmarrjes së tyre. Duke përqaftuar dhe inkurajuar pjesëmarrjen e grave, u mundëson politikëbërësve të marrin vendime më të informuara duke u angazhuar dhe hartuar me kujdes nevojat, opinionet dhe vizionet e tyre për çështjet që kanë rëndësi për to. Ai promovon vendime të qëndrueshme duke njohur dhe komunikuar nevojat dhe interesat e të gjithë pjesëmarrësve - përfshirë vendimmarrësit.

- **Angazhimi i grave në komunitet nxit transformimin shoqëror**

Me theks në bashkëpunimin dhe premtimin e ndikimit në vendimmarrje, rëndësia e përfshirjes së grave në komunitete është e qartë pasi nxit transformimin shoqëror. Ai promovon advokimin që jo vetëm punon për të rritur ndërgjegjësimin, por edhe rrit zërat e tyre në mënyrë që të dëgjohen.

4.2 Mundësitë e angazhimeve socio-kulturore të grave

Pjesëmarrja në kulturë dhe përballjet me artet dhe trashëgiminë i sjellin individët në kontakt me një larmi idesh dhe perspektivash mbi botën përreth tyre. Një ekspozim i tillë ndaj kulturës thuhet se u ofron njerëzve "një larmi më të madhe opsionesh për veprime dhe marrëdhënie shoqërore" dhe stimulon të menduarit në mënyra të reja. Për më tepër, përballjet me artet dhe trashëgiminë janë "ngjarje thelbësore shoqërore" që i sjellin njerëzit në kontakt, si me ata që ndajnë interesa dhe vlera të ngjashme, ashtu edhe me ato që janë të ndryshëm.

Krijimi i artit përmes kompozimit, shkrimit, këndimit, vallëzimit dhe aktiviteteve të tjera lejon shprehjen e ndjenjave, perspektivave dhe identiteteve të dikujt. Krijimi artistik ofron mundësi për të eksploruar dhe formuar identitetin tuaj dhe për të ndërtuar vetëvlerësimin dhe besimin. Ata që janë më të sigurt në identitetin e tyre mund të kenë më pak ndjenja pasigurie dhe frike nga "tjetri", dhe kështu mund të jenë më tolerantë, respektues dhe të hapur (por jo gjithmonë). Pjesëmarrja në aktivitetet kulturore gjithashtu mund të çojë në krijimin e narrativave të përbashkëta dhe vlerave të përbashkëta.

Format e Angazhimit në Komunitet:

Shërbimi i drejtpërdrejtë: Dhënia e kohës dhe energjisë personale për të adresuar nevojat e menjëhershme të komunitetit. Shembujt përfshijnë mësimin, shërbimin e ushqimit në një strehë, ndërtimin ose riparimin e shtëpive dhe pastrimin e parkut të lagjes.

Studimet e Komunitetit: Eksplorimi i një komuniteti për të mësuar në lidhje me pasuritë e tij dhe si po ndikohet nga problemet aktuale sociale. Kjo formë e angazhimit të komunitetit siguron njohuri mbi të cilat mund të mbështeten përpjekjet e tjera.

Avokimi dhe Edukimi: Përdorimi i mënyrave të ndryshme të bindjes (p.sh., peticione, marshime, shkrim letrash për të bindur vendimmarrësit e qeverisë ose korporatave për të bërë zgjedhje nga të cilat do të përfitojë komuniteti. Rritja e ndërgjegjësimit publik për çështjet sociale duke mbajtur fjalime në grupet e komunitetit, duke shpërndarë materiale të shkruara tek

Ndërtim i kapaciteteve: Puna me rrethanat e uni komunitetit dhe ndërtimi mbi asete ekzistuese për zgjidhjen e problemeve dhe për ta bërë një vend më të mirë. Krijimi i një hapësire që të gjithë në një komunitet të mund të kenë një ndikim në atë që komuniteti duhet të jetë dhe si të arrijmë atje.

Përfshirja Politike: Pjesëmarrja në proceset e qeveritare si fushatat dhe votimi. Kjo përfshin të qëndrosh i informuar mbi për çështjet në komunitetet lokale, kombëtare dhe globale, në mënyrë që të votojmë me përgjegjësi dhe përfshirje në biseda dhe debate rreth problemeve aktuale sociale.

Përgjegjësia shoqërore

Sjellja personale dhe profesionale: Ruajtja e ndjenjës së përgjegjësisë për mirëqenien e të tjerëve kur marrim vendime personale ose profesionale. Përdorimi i karrierës ose i një trajnimi profesional për përfitimin e komunitetit. Kjo kategori përshkruan stilin e jetesës personale që reflekton një përkushtim në vlerat personale të dikujt: riciklimi, ngasja e një makine hibride, ose të marrësh biçikletën për në punë; blerja ose mosblerja e produkteve të caktuara për shkak të politikave të padrejta të kompanisë ose zgjedhja për të punuar për kompani me prioritet të drejta shoqërore.

Dhënia Filantropike: Dhurimi i fondeve ose i artikujve të nevojshëm; organizimi ose pjesëmarrja në evente për mbledhjen e fondeve.

Pjesëmarrja në Shoqata: Pjesëmarrja në organizatat komunitare që zhvillojnë rrjetin shoqëror që sigurojnë themele për ndërtimin e komunitetit, duke përfshirë shoqatat qytetare, ligat sportive, koralet e kishave dhe bordet shkollë.



4.3 Mjete praktike

Ushtrim prezantues	
Temat	Ushtrim prezantues (Ice Breaker)
Madhësia e grupit	Çdo madhësi
Koha	30 minuta
Objektivat	Ky ice-breaker do t'i lejojë pjesëmarrësit të njohin më mirë njëri-tjetrin. Facilitatori mund t'i përshtasë lehtësisht pyetjet në mënyrë që pjesëmarrësit të fillojnë të diskutojnë mbi një temë specifike që do të trajtohet më pas. Pjesëmarrësit gjithashtu do të jenë në gjendje të ndajnë ndjenjat dhe pritshmëritë e tyre në lidhje me sesionin.
Materialet	Çdo pajisje në gjendje të prodhojë muzikë
Përmbledhje:	Pjesëmarrësit qëndrojnë në anë të ndryshme rreth një hapësire boshe. Teksa muzika fillon, ata fillojnë të lëvizin rastësisht. Kur muzika ndalon, ata zgjedhin një partner. Dyshëve u kërkohet të diskutojnë temën që instruktori shpall kur ndalon muzikën. Ndërsa muzika fillon përsëri, ata fillojnë të lëvizin përsëri dhe zgjedhin një partner tjetër dhe diskutojnë për një temë tjetër.
Përgatitja:	Nuk ka nevojë për përgatitje të mëparshme. Thjesht vendosni muzikën!
Këshilla për lehtësuesit:	Tema që mund të merren parasysh: Çfarë bëra dje mbrëmë? Çfarë do të bëj këtë fundjavë? Çfarë lloj shtëpie kam? Çfarë lloj familje kam? Çfarë është e rëndësishme për mua në jetën time? Cilat janë hobit tua? Çfarë bën në kohën tënde të lirë?

Rrota e Identitetit Social dhe Personal	
Temat	Rrota e Identitetit Social dhe Personal
Madhësia e grupit	10-30
Koha	30 minuta
Objektivat	• Për të inkurajuar pjesëmarrësit që të reflektojnë thellë dhe të marrin në konsideratë identitetet e tyre, dhe se si i shprehim identitetet tona ndryshe, në varësi të konteksteve të dryshme shoqërore. Një identitet mund të shprehet pak a shumë. • Shpjegoni se si funksionon privilegji për të normalizuar disa identitete mbi të tjerët. • Të sensibilizojmë pjesëmarrësit për identitetet e tyre të përbashkëta me të tjerët, si dhe diversitetin e identiteteve në shtëpi, punë, komunitet dhe inkurajimin e empatisë.
Materialet	Kopje individuale për pjesëmarrësit të Rrota të Identitetit Social dhe Personal (Shtojca 12 dhe 13)
Përmbledhje:	Fleta e punës Rrota e Identitetit Social është një aktivitet që inkurajon pjesëmarrësit të identifikojnë dhe të reflektojnë mbi mënyrat e ndryshme që ata identifikohen nga ana shoqërore, se si ato identitete bëhen të dukshme ose ndjehen më fort në periudha të ndryshme dhe se si ato identitete ndikojnë në mënyrat se si i perceptojnë ose i trajtojnë të tjerët. Fleta e punës i nxit pjesëmarrësit të plotësojnë identitete të ndryshme shoqërore (të tilla si raca, gjinia, gjinia, aftësia e kufizuar, orientimi seksual, etj.) dhe të kategorizojnë më tej ato identitete bazuar në ato që kanë më shumë rëndësi në perceptimin e tyre për veten dhe që kanë më shumë rëndësi në të tjerët perceptimi i tyre. Rrota e Identitetit Social mund të përdoret së bashku me Rrota të Identitetit Personal për të inkurajuar pjesëmarrësit të reflektojnë mbi marrëdhëniet dhe disonancat midis identiteteve të tyre personale dhe shoqërore
Përgatitja:	Jepni Rrotën e identitetit personal dhe kërkonin nga pjesëmarrësit që ta plotësojnë këtë individualisht. Kërkonin që vullnetarët të ndajnë me grupin më të madh. Jepni Rrotën e Identitetit Social dhe kërkonin nga pjesëmarrësit që të reflektojnë dhe më pas ta ndajnë në grupin më të madh. Pyetni pjesëmarrësit se çfarë gjetën të ndryshme në dy rrota; Rrota e Identitetit Personal do të jetë më e lehtë për tu mbushur, Rrota e Identitetit Social do të bëjë disa të pakëndshme. Pyesni pse, shpjegoni ndryshimin dhe thurni bisedën për identitete të ndryshme.
Këshilla për lehtësuesit:	Pyetje që duhen marrë parasysh Cilat aspekte të identitetit tuaj shoqëror ndjehen veçanërisht domethënëse për ju dhe pse? Cilat aspekte të identitetit tuaj shoqëror nuk ndjehen aq kuptimplotë për ju dhe pse? A ka ndonjë që nuk e kishit menduar më parë sot, dhe nëse po, pse mendoni se është? Çfarë përvojash keni pasur që i bëjnë identitetet në rrethin tuaj të brendshëm më të shquar për ju? Pse mendoni më shumë për disa nga identitetet tuaja sesa për të tjerët? Si ndikojnë identitetet tuaja në ndjenjën tuaj të përkatësisë në këtë grup dhe grupet e tjera në të cilat jeni pjesë?

Humbur në një ishull të braktisur	
Temat	Aktiviteti i Ndërtimit të Ekipit
Madhësia e grupit	5-15
Koha	40 minuta
Objektivat	• Për të inkurajuar pjesëmarrësit që të reflektojnë thellë dhe të marrin në konsideratë identitetet e tyre, dhe se si i shprehim identitetet tona ndryshe, në varësi të konteksteve të dryshme shoqërore. Një identitet mund të shprehet pak a shumë. • Shpjegoni se si funksionon privilegji për të normalizuar disa identitete mbi të tjerët. • Të sensibilizojmë pjesëmarrësit për identitetet e tyre të përbashkëta me të tjerët, si dhe diversitetin e identiteteve në shtëpi, punë, komunitet dhe inkurajimin e empatisë.
Materialet	Kopje individuale për pjesëmarrësit të Rrota të Identitetit Social dhe Personal (Shtojca 12 dhe 13)
Përmbledhje:	Ky është një aktivitet i ndërtimit të ekipit që gjithashtu i ndihmon njerëzit të ndajnë pak për veten e tyre. Duke pasur parasysh skenarin që të gjithë janë të humbur dhe të bllokuar në një ishull të shkretë, secili person përshkruan një objekt që do të sillnin dhe pse.
Përgatitja:	Situata është e tmerrshme - pas një mbytje të anijes, të gjithë kanë mbetur të bllokuar në një ishull të shkretë! Çdo personi i lejohej të sjellë një objekt në ishull - në mënyrë ideale diçka që i përfaqëson ata ose diçka që ai gëzon. Pjesa e parë e këtij icebreaker është e thjeshtë: secilit person i kërkohet të përshkruajë se çfarë objekti do të sillnin dhe pse. Nuk duhet të jetë realiste; nëse dikush e do muzikën, ai ose ajo mund të zgjedhë të sjellë një kitarë, ose një person që dashuron kafshët mund të zgjedhë të sjellë një qen, një person që dashuron ushqimin mund të zgjedhë të sjellë biftekë fileto, etj. Inkurajoni njerëzit të jenë krijues. Pasi të gjithë kanë prezantuar objektin e tyre dhe pse e kanë zgjedhur atë objekt, vijon ndërtimi i ekipit. Ndani në grupe më të vogla dhe kërkoni nga të gjithë të punojnë së bashku për të përmirësuar shanset e tyre për të mbijetuar duke kombinuar objektet e ndryshme që ata prezantuan. Nëse është e nevojshme, mund të shtoni më shumë objekte, por sigurohuni që të përdorni të gjitha objektet që të gjithë përmenden.
Këshilla për lehtësuesit:	Nëse dëshironi, mund të shpërbleni grupin më kreativ me një çmim.



Njohuritë digjitale

5. Njohuritë digjitale

Çfarë është njohuria digjitale?

Njohuria digjitale i referohet aftësisë së një individi për të gjetur, vlerësuar dhe komunikuar qartë informacionin përmes shtypjes dhe mediave të tjera në platforma të ndryshme digjitale. Vlerësohet nga gramatika, përbërja, aftësitë e shkrimit dhe aftësia e një individi për të prodhuar tekst, imazhe, audio dhe dizajne duke përdorur teknologjinë.

Në përgjithësi, njohuria digjitale ndan shumë parime përcaktuese me fushat e tjera që përdorin modifikues para shkrim-leximit për të përcaktuar mënyrat e të qenit dhe njohuri ose kompetencë specifike për fushën. Termi është rritur në popullaritet në arsimin dhe mjediset e arsimit të lartë dhe përdoret në standardet ndërkombëtare dhe kombëtare.

Njohuria digjitale përfshin aftësitë njohëse, sociologjike dhe emocionale të kërkuara që përdoruesit të punojnë në mënyrë efektive në mjedisin dixhital. Është e rëndësishme të jeni një shkrimtar i mirë dixhital në mënyrë që të kuptoni botën digjitale, të përfitoni nga mundësitë e saj, të përdorni teknologjinë në mënyrë efektive dhe efikase, të jeni të vetëdijshëm për rreziqet e saj dhe të mbroheni nga kërcënimet dhe rreziqet.

Ka shumë informacion në internet. Besueshmëria e këtij informacioni është shumë e rëndësishme. Çdo person mund të gjenerojë informacion në mjedisin e internetit. I dituri dixhital kërkon saktësinë e informacionit dhe përdor të dhënat në mjedisin e biznesit.

Zhvillimet në teknologjitë e informacionit dhe komunikimit; Ai jo vetëm që kontribuon pozitivisht në jetën, ndarjen, zhvillimin, kulturën, sjelljen e biznesit, modelet e fitimit, strategjitë e shitjes dhe marketingut, edukimin e shoqërive, por gjithashtu sjell negativitete me vete.

Njohuria digjitale është e nevojshme për përdorimin e saktë të platformave të ndryshme digjitale. Njohuria dixhital mund të parandalojë njerëzit që të mos shfrytëzohen në internet, pasi manipulimi i fotografive, mashtrimet me postë elektronike dhe phishing shpesh mund të mashtrojnë analfabetët dixhitalë, duke i kushtuar para viktimave dhe duke i bërë ata të prekshëm ndaj vjedhjes së identitetit. Megjithatë, ata që përdorin teknologjinë dhe internetin për të kryer këto manipulime dhe akte mashtruese posedojnë aftësitë dhe njohuritë digjitale për të mashtruar viktimat duke kuptuar trendet dhe konsistencat teknike; bëhet e rëndësishme të jesh i shkolluar në hapësirat digjitale për të menduar gjithmonë një hap përpara kur përdor botën digjitale.

Njohja digjitale është një temë e rëndësishme sepse teknologjia po ndryshon më shpejt se sa shoqëria. Të njëjtat përparime që rrisin kohën e lirë dhe e bëjnë punën tonë më të lehtë, ato që na bëjnë të mundur të kërkojmë bazat e të dhënave në internet, të komunikojmë me miqtë, dhe të shohim mediat gjithashtu paraqesin sfida urgjente ndaj normave shoqërore, modeleve të tregut dhe politikave ligjore që strukturojnë shoqërinë tonë. Një person që është i ditur në aspektet digjitale e kupton marrëdhënien midis teknologjisë, mësimi gjatë gjithë jetës, privatësisë personale dhe administrimit të informacionit. Megjithë konceptin tradicional mbi qytetarinë, me zhvillimin e teknologjisë ne shohim një koncept të ri që lind, atë të qytetarisë digjitale.

9 elementet e qytetarisë digjitale:

- **Aksesi Dixhital:** pjesëmarrja e plotë elektronike në shoqëri.
- **Tregti Digjitale:** blerje dhe shitje elektronike e mallrave.
- **Komunikimi Dixhital:** shkëmbim elektronik i informacionit.
- **Njohuria Digjitale:** procesi i mësimdhënies dhe të mësuarit rreth teknologjisë dhe përdorimit të teknologjisë.
- **Etika Digjitale:** standardet elektronike të sjelljes ose procedurës.
- **Ligji Dixhital:** përgjegjësi elektronike për veprimet dhe veprat
- **Të Drejtat & Përgjegjësitë Digjitale:** ato liri të shtrira për këdo në një botë digjitale.
- **Shëndeti dhe Mirëqenia Digjitale:** mirëqenia fizike dhe psikologjike në një botë të teknologjisë digjitale.
- **Siguria digjitale (vetëmbrojtja):** masa paraprake elektronike për të garantuar sigurinë.

5.1 Transformimi teknologjik vs Fuqizimi Ekonomik i Grave

Teknologjitë digjitale kanë një potencial të madh për të përmirësuar shumë aspekte të punës dhe jetës së njerëzve. Sot, gati gjysma e popullsisë së botës është e lidhur me rrjete. TIK-u mundëson shfaqjen e bizneseve të reja dhe modelin e biznesit, dhe ndihmojnë në përmirësimin e performancës së firmës, duke siguruar komunikim më të mirë dhe rrjedha informacioni (OECD, 2017). Sidoqoftë, kjo rritje e paparë në ndërlidhje nuk është gëzuar nga të gjithë njësoj. Dallimet në burime dhe në aftësinë për të hyrë dhe përdorur në mënyrë efektive TIK brenda dhe midis shteteve, rajoneve, sektorëve dhe grupeve socio-ekonomike kanë çuar në një ndarje digjitale gjinore, e cila i sheh veçanërisht gratë në mbarë botën në disavantazh (UN Women, 2015).

Sot, globalisht, ka rreth 250 milionë më pak gra në internet sesa burra (ITU, 2016). Kjo është veçanërisht shqetësuese pasi hendeuku gjinor përsa i përket depërtimit në internet është rritur që nga viti 2013. Për më tepër, sot 200 milionë më pak gra se burra zotërojnë një celular dhe madje edhe ato që kanë një prirje ta përdorin atë për detyra më pak të komplikuar sesa burrat (GSMA, 2015). Ndërsa shumica e grave që nuk kanë qasje në teknologjitë digjitale janë në vendet në zhvillim - domethënë hendeuku gjinor në aksesin me brez të gjerë celular është 45% në Afrikën Sub-Sahariane dhe deri në 50% në disa pjesë të Azisë rurale - boshllëqet në përdorim, për shembull, vërehen gjithashtu në vendet e OECD: Përdorimi i internetit mes grave është nën atë të burrave në vende të tilla si Turqia (-16%), Italia (-6%) dhe Gjermania (-3%). Dallimet gjinore në kuptimin e internetit janë më të theksuara për brezat e vjetër, një ngushtim i mëtejshëm i hendeikut gjinor mund të pritët në të ardhmen, pasi teknologjia vazhdon të zvogëlojë koston e aksesit në internet dhe "vendastit dixhitalë" të sotëm bëhen të rritur (OECD, 2017).

Sidoqoftë, për të qenë në gjendje të kuptoni zhvillimet e sotme të teknologjisë, është e nevojshme të shikoni historinë dhe të kuptoni se si evoluoi. Situata e sotme njihet si Revolucioni Industrial 4.0, që shënon periudhën e një zone të re digjitale. Në fakt, Revolucioni i Parë

Industrial u shënua nga një kalim nga metodat e prodhimit të dorës në makina përmes përdorimit të energjisë me avull dhe fuqisë së ujit. Zbatimi i teknologjive të reja zgjati shumë, kështu që periudha të cilës i referohet është midis 1760 dhe 1820, ose 1840 në Evropë dhe Shtetet e Bashkuara. Efektet e tij kishin pasoja në prodhimin e tekstilit, i cili ishte i pari që miratoi ndryshime të tilla, si dhe industrinë e hekurit, bujqësinë dhe minierat edhe pse kishte gjithashtu efekte shoqërore me një klasë të mesme gjithënjë më të fortë. Ajo gjithashtu kishte një efekt në industrinë britanike të kohës.

Revolucioni i Dytë Industrial, i njohur gjithashtu si Revolucioni Teknologjik, është periudha midis 1871 dhe 1914 që rezultoi nga instalimet e rrjeteve të gjera hekurudhore dhe telegrafike, të cilat lejuan transferim më të shpejtë të njerëzve dhe ideve, si dhe energji elektrike. Rritja e elektrifikimit lejoi që fabrikat të zhvillojnë linjën moderne të prodhimit. Ishte një periudhë e rritjes së madhe ekonomike, me një rritje të produktivitetit, e cila gjithashtu shkaktoi një rritje të papunësisë pasi shumë punëtorë të fabrikës u zëvendësuan me makineri.

Revolucioni i Tretë Industrial, i njohur edhe si Revolucioni Dixhital, ndodhi në fund të shekullit të 20-të, pas përfundimit të dy luftërave botërore, që rezultoi nga një ngadalësim i industrializimit dhe përparimit teknologjik në krahasim me periudhat e mëparshme. Prodhimi i kompjuterit Z1, i cili përdorte numra binarë të pikave lundruese dhe logjikë Boolean, një dekadë më vonë, ishte fillimi i zhvillimeve më të avancuara digjitale. Zhvillimi tjetër i rëndësishëm në teknologjitë e komunikimit ishte superkompjuteri, me përdorim të gjerë të teknologjive kompjuterike dhe të komunikimit në procesin e prodhimit; makineritë filluan të abrogojnë nevojën për fuqi njerëzore.

Termi "Industria 4.0" u prezantua publikisht në të njëjtin vit në Panairin e Hannoverit. Në Tetor 2012, Grupi i Punës për Industrinë 4.0 paraqiti një sërë rekomandimesh të zbatimit të Industrisë 4.0 për qeverinë federale gjermane. Diskutimi se si kalimi në Industrinë 4.0, veçanërisht digjitalizimi, do të ndikojë në tregun e punës po diskutohet në Gjermani nën temën e Punës 4.0.

Karakteristikat e strategjisë Industry 4.0 të qeverisë gjermane përfshijnë përshtatjen e fortë të produkteve në kushtet e prodhimit shumë fleksibël (në masë). Teknologjia e kërkuar e automatizimit përmirësohet me futjen e metodave të vetë-optimizimit, vetë-konfigurimit, vetë-diagnostikimit, njohjes dhe mbështetjes inteligjente të punëtorëve në punën e tyre gjithnjë e më komplekse.

Teknologjia dhe ndikimi i saj në fuqizimin e grave

Digjitalizimi ofron një sërë mundësish për fuqizimin e grave dhe për një pjesëmarrje më të barabartë të grave në tregjet e punës, tregjet financiare dhe sipërmarrjen. Aktualisht, dixhitalizimi duket se favorizon fuqinë punëtore të grave që përballet me rrezik më të ulët për t'u zëvendësuar me makina, në krahasim me fuqinë punëtore të meshkujve. Aftësitë shoqërore shpesh superiore të grave përfaqësojnë një avantazh krahasues në epokën digjitale, dhe kjo është

veçanërisht e vërtetë kur aftësitë shoqërore plotësohen me arsim të lartë dhe njohuri digjitale të avancuar.

Sot, në të gjithë botën, rreth 250 milionë më pak gra se burra janë online. Në vendet në zhvillim, aksesit i kufizuar shpesh ka të bëjë me gratë që jetojnë në Afrikën Sub-Sahariane dhe në pjesët rurale të Azisë. Në vendet e zhvilluara gratë përballen me një aspekt të ndarjes digjitale gjinore: nën-përfaqësimin sistematik në punët e teknologjisë së informacionit dhe komunikimit (TIK), menaxhimin e lartë dhe karrierën akademike. Për shembull, gratë në mbarë botën kanë 20% më pak të ngjarë të mbajnë një pozicion drejtues të lartë në industrinë e komunikimit celular, ato përbëjnë vetëm 8% të partnerëve investues në 100 firmat kryesore të kapitalit të sipërmarrjes (VC) dhe vetëm 17% e shkencëtarëve që fitojnë më shumë se 105 000 USD (në 2015).

Hendeku gjinor në fushat e shkencës, teknologjisë, inxhinierisë dhe matematikës (STEM) rritet me moshën. Vajzat 15 vjeçare kanë dy herë më pak të ngjarë të aspirojnë për një karrierë si inxhinierë, shkencëtare ose arkitekte dhe tre herë më të ngjarë se djemtë që të bëhen profesionistë të shëndetit. Rrjedhimisht, nuk është për t'u habitur nëse gratë përbëjnë sot vetëm 20% të të diplomuarve të nivelit të lartë në fushat e TIK. Dhe edhe kur studiojnë STEM ata përballen me një "tavan qelqi" që i pengon ata të mbajnë poste të larta: gratë përbëjnë vetëm 20% të shkencëtarëve të cilët identifikohen si "autorë përkatës" (një përfaqësues për udhëheqjen në botën e kërkimit) dhe kanë pak gjasa të jenë kolegë vlerësues ose anëtarë të bordit redaktues të revistave shkencore.

Zhvillimi i softuerit ende duket të jetë (kryesisht) një klub i dominuar nga meshkujt. Gjatë pesë viteve të fundit, pothuajse 90% e shkarkimeve të paketave të një prej paketave softuerike me burime të hapura më të përdorura, "burime të mëdha", janë shkruar nga burra. Kjo është veçanërisht shqetësuese, duke pasur parasysh rëndësinë në rritje të analizave të "të dhënave të mëdha" për ekonominë digjitale, dhe pasojat e mundshme të një paragjykimi të padëshiruar që zvarritet për shkak të këtij roli marginal të grave.

Sidoqoftë, krijimtaria e grave më në fund ka filluar të shfaqet, duke mbajtur premtimin për të ngushtuar një hendek historik. Ndërsa pothuajse 80% e të gjitha patentave të regjistruara në zyrat kryesore të pronësisë intelektuale në të gjithë botën ende vijnë nga ekipe vetëm burrash, gjatë dy dekadave të fundit numri i patentave që përfshijnë të paktën një grua në ekipin e shpikësve është rritur më shpejt se mesatarja e të gjitha patentave. Kjo është veçanërisht e vërtetë për patentat që lidhen me TIK-un, duke sugjeruar që gratë po fitojnë gjithnjë e më shumë merita për krijimtarinë dhe kreativitetin e tyre.

Start-up-et dhe investimet në kapitalin sipërmarrës tregojnë paragjykimet gjinore socio-kulturore në financimin e kapitalit neto: sot, 90% e start-up-eve inovative që kërkojnë investime në kapitalin sipërmarrës janë themeluar nga burra. Start-up-et në pronësi të grave marrin 23% më pak financim dhe kanë 30% më pak të ngjarë të kenë një dalje positive - domethënë të fitohen ose të lëshojnë një ofertë publike fillestare - në krahasim me bizneset në pronësi të burrave. Sidoqoftë, përparimi është i mundur: firmat e QV-ve me të paktën një partnere femër kanë më shumë se dy herë më shumë gjasa të investojnë në një kompani me një grua në ekipin drejtues, dhe tre herë më shumë të ngjarë të investojnë në drejtueset ekzekutive (CEO) femra.

Gratë në punë sot: aftësitë digjitale urdhërojnë kthime më të larta të tregut të punës. Ndërsa gratë duken më pak të pajisura me disa nga aftësitë e nevojshme për të lulëzuar në epokën digjitale - të tilla si numërimi dhe aftësitë sasiore STEM - një dritare mundësish po shfaqet: ato gra që kryejnë më shumë detyra intensive të TIK-ut në punën e tyre marrin një rritje pagash 12% më të lartë sesa burrat.

Mjetet digjitale mund të jenë pjesë e zgjidhjes dhe mund të ofrojnë mundësi “kërcimi përpara” për fuqizimin ekonomik të grave. Përdorimi i platformave digjitale po u siguron grave qasje më të madhe në tregje, njohuri dhe angazhime më fleksibile të punës. Këto mund të rezultojnë në norma më të larta të punësimit të grave në platforma sesa në industritë tradicionale: në Shtetet e Bashkuara, përqindja e shoferëve femra është më e lartë për Uber (14%) sesa për taksitë tradicionale (8%). Për më tepër, paratë e lëvizshme - një mënyrë për të bërë transaksione financiare nga karta SIM në kartën SIM duke përdorur celularë dhe pa pasur nevojë për një llogari bankare zyrtare - po provon një burim të fuqishëm përfshirjeje për 2 miliardë individë pa një llogari financiare zyrtare.

Mbyllja e hendekut dixhital gjinor nuk është jashtë mundësive, por ne duhet të përshpejtojmë përparimin. Angazhimi i ministrave të G20 përgjegjës për Ekonominë Digjitale vitin e kaluar në Düsseldorf për të nxitur përfshirjen digjitale gjinore dhe gamën e masave të marra për të adresuar shkaqet rrënjësore të kësaj ndarjeje janë hapa të rëndësishëm në drejtimin e duhur.

5.2 Si mund të ndihmojë teknologjia?

Dixhitalizimi i industrive prodhuese ka mundësuar procese të reja prodhimi dhe shumë nga fenomenet e njohura sot si Interneti i Gjërave, Interneti Industrial, Industria 4.0, komunikimi nga makineria në makineri, inteligjenca artificiale dhe vizioni i makinerisë. Dixhitalizimi i biznesit dhe organizatave ka nxitur modele të reja biznesi (të tilla si freemium), shërbime të reja eGovernment, pagesa elektronike, automatizimi i zyrave dhe procese zyre pa letra, duke përdorur teknologji të tilla si telefonat inteligjentë, aplikacionet në internet, shërbimet cloud, identifikimin elektronik, blockchain, kontratat e zgjuara dhe kriptovalutat, si dhe inteligjenca e biznesit duke përdorur Big Data. Dixhitalizimi i arsimit ka nxitur mësimin elektronik. Revolucioni dixhital, i karakterizuar nga inteligjenca artificiale, të dhëna të mëdha, cloud computing dhe robotika celulare mund të përmirësojë pjesëmarrjen e grave në jetën ekonomike.

Së pari, teknologjitë mobile dhe digjitale u ofrojnë grave potencialin për të anashkaluar disa nga barrierat tradicionale kulturore dhe të lëvizshmërisë, veçanërisht në vendet në zhvillim dhe ato në zhvillim. Teknologjitë digjitale mund t'i ndihmojnë gratë të kenë qasje në tregje të reja, të punojnë në mënyrë fleksibile dhe në distancë, të fitojnë dhe të ndërveprojnë me klientët, të marrin trajnime dhe të ofrojnë mentorim, të përmirësojnë autonominë financiare dhe të kenë akses në financa për sipërmarrjet e tyre.

Së dyti, gratë shpesh posedojnë aftësi superiore sociale, të cilat mund të presin shpërblime në rritje në tregjet e punës në epokën digjitale. Aftësitë e tilla sociale janë shpesh një tipar i punëve të dominuara nga gratë dhe ato përfshijnë, për shembull, një ndjenjë të rritur të përgjegjësisë ndaj komunitetit më të gjerë, ndjeshmëri më të madhe, komunikim më efektiv dhe një gatishmëri më të

madhe për t'u përshtatur me rrethanat në ndryshim. Ato duhet t'i ndihmojnë gratë të shmangin humbjet e mëdha të punësimit nga automatizimi, i cili, në vendet e zhvilluara, parashikohet të përbëjë deri në 60 përqind të të gjitha punëve gjatë dy dekadave të ardhshme. Vlen të përmendet se pak dihet për efektet e dixhitalizimit në tregjet e punës në vendet në zhvillim.

Së treti, përparësia e aftësive shoqërore të grave mund të zhvillohet edhe më tej nëse plotësohet me kompetenca në aftësitë abstrakte (ose njohëse) dhe njohuritë digjitale të avancuara, të cilat bëhen një kërkesë thelbësore në epokën digjitale. Plotësimet e aftësive të tilla pritet të rriten dhe ato mund të hapin rrugën për gratë në punë më të mira menaxheriale dhe punë udhëheqëse.

Së katërti, dixhitalizimi ka të ngjarë të krijojë një larmi të madhe mundësish të reja edhe për sipërmarrjen. Disbalancat aktuale gjinore si boshllëqet në aftësitë sipërmarrëse, mungesa e rrjeteve sociale të zhvilluara për themeluesit e bizneseve femra, numri i pamjaftueshëm i modeleve të grave për sipërmarrje dhe mbizotërimi i kufizimeve financiare mund t'i pengojnë gratë nga njohja dhe ndjekja e atyre mundësive sipërmarrëse. Shumë nga këto çekuilibra gjinorë mund të adresohen në mënyrë efektive duke përdorur teknologji të reja digjitale.

Përveç kësaj, dixhitalizimi ka të ngjarë të promovojë punë që do të mbështeten fuqimisht në komplementaritetin midis inteligjencës sociale dhe emocionale dhe aftësive abstrakte (ose kognitive) që mund të fitohen përmes arsimit të lartë, siç është krijimtaria dhe të menduarit kritik. Për më tepër, aftësia e lartë në aftësitë digjitale do të bëhet një kërkesë thelbësore në epokën digjitale. Meqenëse shumë gra posedojnë aftësi më të forta shoqërore sesa bashkëmoshataret e tyre meshkuj, ato mund të përfitojnë nga shfrytëzimi i këtyre komplementaritetëve.

Për më tepër teknologjia krijon një mundësi për një larmi pune pasi është bërë pjesë e rëndësishme e çdo sektori të ekonomisë. Në biznes për shembull, interneti nuk është vetëm thelbësor për proceset e përditshme të biznesit, por gjithashtu mund të ndihmojë kompanitë të arrijnë rritje dhe sukses kur përdoren në mënyrë efektive. Bizneset e suksesshme nuk e shohin teknologjinë thjesht si një mënyrë për të automatizuar proceset, por në vend të kësaj e përdorin atë për të hapur mënyra të reja të të bërit biznes.

Bizneset tani po veprojnë në një epokë ku të kesh një prani të fortë digjitale është thelbësore, jo vetëm për sukses, por shpesh thjesht edhe për mbijetesë. Mungesa e një pranie të fortë digjitale mendohet të jetë një faktor kontribues në dështimin e shumë NVM -ve, gjysma e të cilave po dështojnë në pesë vitet e para të ekzistencës së tyre. Me buxhetet e kufizuara të marketingut, NVM -të duhet të jenë të mençura se si i përdorin teknologjitë digjitale për impaktin maksimal. Kryesore është të zhvillojë një strategji të marketingut dixhital të përcaktuar qartë, duke përfshirë qëllimet tuaja, taktikat tuaja dhe mënyrën se si do të matni performancën. Kjo situatë ka krijuar shumë vende të reja pune si: menaxheri i mediave digjitale, marketingu dixhital, shitjet e telekomunikacionit, SEO, inxhinierë softuerësh, dizajner, kujdesi dixhital ndaj klientit, konsulencë financiare në distancë, krijues video etj, duke krijuar kështu më shumë hapësirë për gratë që të përfshihen dhe japin kontributin e tyre.

Mjetet e reja digjitale po fuqizojnë dhe katalizojnë përgjigjet ndaj sfidave komplekse globale dhe mund të shërbejnë për të mbështetur një burim të ri të rritjes përfshirëse ekonomike globale. Për të shfrytëzuar këtë mundësi është thelbësore që askush, dhe veçanërisht asnjë grua, të mos frenohet në përpjekjen për të arritur aspiratat e tyre. Se çfarë do të ketë e ardhmja për gratë varet nga ajo që bën politika sot.

5.3 Mjete dhe aplikacione të dobishme

1. LinkedIn



A e dini se 77 përqind e rekrutuesve mbështeten në LinkedIn për të gjetur kandidatë të ardhshëm për punë? LinkedIn është një aplikacion solid për kërkimin e punës gjithëpërfshirës, i përsosur për krijimin e rrjeteve, ndarjen e lajmeve profesionale, bashkëveprimin me kolegët dhe kërkimin e punës.

Së pari, vendosni profilin tuaj "të hapur për mundësi pune" (i dukshëm vetëm për rekrutuesit) për të marrë mundësi direkt në kutinë tuaj InMail. Pastaj, vendosni njoftime për kërkimin e punës për të marrë njoftime për postimet më të fundit, përkatëse. Nëse doni edhe më shumë inteligjencë për kërkimin e punës, si njohuritë mbi pagën dhe mënyrën se si krahasoheni me aplikantët e tjerë, regjistrohuni për Premium, i cili është falas për muajin e parë.

Faqja e internetit: <https://www.linkedin.com/signup>

2. Upwork



Upwork e tregon veten si tregu më i madh i talenteve të pavarur në botë. Punonjësit e pavarur në Upwork krijojnë profile që përshkruajnë aftësitë dhe përvojat e tyre, së bashku me historitë dhe portofolet e tyre të punës. Klientët postojnë listime pune që detajojnë projektet e tyre dhe atë që ata kërkojnë në një profesionist të pavarur.

Nga atje, profesionistët e pavarur paraqesin propozime për projektet që ata janë të interesuar të bëjnë. Klientët mund të rishikojnë propozimet, profilet dhe portofolet e profesionistëve të pavarur, të zgjedhin atë që i përshtatet më së miri nevojave të tyre dhe të vendosin financimin e projektit në ruajtje. Profesionistët e pavarur dhe klientët pastaj bashkëpunojnë përmes një stacioni pune online, zakonisht pa komunikim jashtë platformës.

Faqja e internetit: <https://www.upwork.com/>

3. JobAware



Nëse keni probleme me organizimin e procesit tuaj të kërkimit të punës, atëherë JobAware mund të jetë aplikacioni që keni kërkuar. JobAware grumbullon listat e punës përmes Indeed, kështu që ju mund të kërkonit për punë sipas fjalës kyçe dhe vendndodhjes. Pastaj - dhe kjo është ajo ku JobAware është unike - ju mund t'i kategorizoni punët sipas përparësisë: punët e ëndrrave, punët e zgjedhjes së

dytë dhe punët e zgjedhjes së tretë. Ju gjithashtu mund të paraqisni punë në fazat e ndryshme të procesit të kërkimit të punës (mendon: konsiderimi, aplikimi, intervistë, ofertë).

Faqja e internetit: <https://www.jobaware.com/>

4- Fiverr



Fiverr është i përsosur për ata që sapo kanë filluar dhe kërkojnë të ndërtojnë një portofol shpejt. Fiverr përqendrohet në punë të vogla, si shkrimi ose redaktimi i artikujve të shkurtër ose personalizimi i pjesëve të kodit WordPress.

Faqja e internetit: <https://www.fiverr.com/>

5-Toptal



Toptal, shkurt për “top talent”, është një treg i drejtuar drejt profesionistëve elitë, me përvojë, me shumicën e profesionistëve të pavarur që paguhet midis 50 dhe 250 dollarë në orë. Procesi i verifikimit është më i përfshirë, duke kërkuar kontrolle të përvojës dhe një intervistë. Punët e postuara në Toptal zakonisht janë të drejtuara drejt financave dhe zhvillimit të softuerit.

Faqja e internetit: <https://www.toptal.com/>

Disa punë që mund të bëni në internet dhe të rrisni mundësitë e punës

1. Krijuesi (duke shitur artin tuaj online)

Nëse jeni të talentuar në ndonjë zanat apo dizajn, patjetër që ka një treg për artin tuaj. Shitja e artit tuaj në internet ndoshta do të jetë më fitimprurëse dhe madje mund të kthehet në punë online me kohë të plotë. Sidomos nëse një pjesë e artit tuaj është dixhital. Disa platforma të shkëlqyera për shitjen e punës tuaj në internet:

- **Facebook** është vendi më i dukshëm për të filluar. Krijoni një faqe për produktin ose markën tuaj, ftoni të gjithë kontaktet tuaja të bashkohen dhe të dalin me një konkurs me dhurata falas. Në këtë mënyrë ju do të përhapni fjalën për produktin tuaj dhe do të merrni bazën tuaj të parë të tifozëve. Ju gjithashtu mund të shtoni një dyqan në faqen tuaj në Facebook ose të bashkoheni në Facebook Marketplace që mundëson blerjen dhe shitjen pikërisht në aplikacion.
- **Etsy** është platforma më e famshme për shfaqjen e artikujve të punuar me dorë. Por edhe nëse vepra juaj e artit është digjitale, mund ta shisni këtu. Disa shembuj janë modelet e ftesave të dasmës, posterat dixhital, blloqet, planifikuesit e qëllimeve dhe listat për të bërë, harta dizenjimi, etj.

- Shitni bluza, postera, filxhanë, kapele, apo edhe çanta me modelin tuaj ose shprehje të bukura. Shërbimet e postës si Printful merren me printimin, paketimin, marketimin dhe madje edhe dërgimet në vendin tuaj. Thjesht duhet të ngarkoni dizeno, të tërheqni blerës dhe pastaj të merrni fitimin tuaj.

2-Mësues i kurseve online

Mësimi online është një treg në lulëzim i parashikuar të arrijë në 240 miliardë dollarë deri në vitin 2023, kështu që ka shumë para për të fituar për këdo që ka aftësi për të ndarë. Nëse keni njohuri në dizajn, fotografi, shëndet dhe palestër, biznes, zhvillim personal, muzikë, modë, teknologji, shkrim ose temë tjetër, mijëra studentë mund të presin, të etur për të mësuar nga kursi juaj. Ju mund të filloni duke aplikuar si një mësues në platformat e njohura të kurseve në internet si Skillshare dhe Udemy. Gjithashtu, sigurohuni që të krijoni një profil të besueshëm LinkedIn dhe të ofroni një video prezantuese falas për kursin tuaj.

3-Komentim produkteve në YouTube

Shumica prej nesh kanë kontrolluar një koment produkti në YouTube para se të bëni një blerje. Pse të mos provoni të jeni në anën tjetër të ekranit dhe të ofroni video të komentit të produktit tuaj? Lajmi i mirë është se ju mund të komentoni produktet në zonën tuaj të preferuar - qoftë teknologji, bukuri, dekor në shtëpi, palestër apo ndonjë tjetër.

Këtu janë disa mënyra për të fituar duke vendosur komente produkteve në YouTube:

- **Reklamat në YouTube** - nëse merrni shumë shikime, reklamat mund të jenë një burim i mirë i të ardhurave.
- **Marketingu i filialeve** - vendosni një link shoqërues në përshkrimin e videos dhe merrni një përqindje të shitjes.
- **Paguhuni për të prodhuar komente të sponsorizuara** - punësohuni nga markat për të bërë komente të veçanta të produkteve. Faqet e internetit si Famebit dhe Grapevine janë një vend i mirë për të kërkuar sponsorizime të paguara.

4-Rishitës

Rishitja do të thotë të gresh artikuj me kosto të ulët që mund t'i shesësh për më shumë. Kjo mund të jetë një punë e realizueshme në internet nëse keni aftësi ose njohuri të veçanta që ju lejojnë të gjeni produkte që janë më pak të arritshme për njerëzit e tjerë. Kështu ata do të ishin të lumtur të paguajnë më shumë që ju t'i sillni këto produkte tek ata.

Për shembull, ju mund të jeni një as në gjetjen e artikujve specialë, shitjeve të mëdha të garazhit ose antikave. Ose, mund të jeni një ndërmjetës midis shteteve ose vendeve - duke gjetur diçka të lirë në një vend dhe duke e shitur atë tek një audiencë tjetër. Ju madje mund të filloni duke shitur artikujt që keni në shtëpi dhe nuk i dëshironi më. Për rishitje, ose mund të krijoni dyqanin tuaj online ose të shisni artikujt në faqe si eBay.

5-Shkrues i publiciteteve, përkthyes ose korrigjues

Nëse shkrimi është forca juaj, ju lehtësisht mund ta ktheni atë në një burim të ardhurash. Ju mund të jeni duke e marrë shkrimin e mirë si të mirëqenë - të gjithë mund të shkruajnë, apo jo? Në fakt,

shumë njerëz nuk janë të aftë në krijimin e mesazheve të shitjeve, përshkrimeve gjithëpërfshirëse apo edhe postimeve në mediat sociale. Ka një audiencë të madhe të lumtur të transferojë detyra të tilla. Në mënyrë të ngjashme, shumë sipërmarrës shkruajnë tekste të tyre në internet ose artikuj në blog që kanë nevojë vetëm për redaktim dhe korrigjim, ose përkthim për tregjet e tjera. E tëra çfarë ju duhet të bëni për të kapur atë klientelë është t'u ofroni atyre aftësitë dhe përvojën tuaj.

6- Voiceover

Shumë biznese janë në kërkim të zërave meshkuj ose femra për të rrëfyer videot e tyre të marketingut ose shpjeguese. Për më tepër, librat audio, hyrjet e podcasteve, reklamat në TV/Radio, videot udhëzuese madje edhe posta zanore të gjitha kërkojnë transmetime profesionale të zërit.

Nëse keni aftësi të shkëlqyera vokale në gjuhën tuaj amtare, ekziston një mundësi e madhe për ju që të fitoni para me to. Pjesa më e mirë - kjo punë është e lehtë për tu bërë pasi gjithçka që ju nevojitet është një kompjuter, një mikrofoni i mirë dhe një dhomë me akustikë të mirë

7-Testues websitesh

Shumë faqe në internet humbasin para për shkak të një ndërveprimi të dobët me përdoruesit, navigimit të keq, kopjes së paqartë ose dizajnit të keq. Prandaj, kompanitë kërkojnë njerëz për të testuar dhe rishikuar faqen e tyre para se ta nisin atë.

Në shumicën e rasteve, do t'ju duhet të shprehni mendimet tuaja me zë të lartë dhe të regjistroni veprimet e ekranit tuaj ndërsa shfletoni faqen e internetit. Zakonisht, testet zgjasin nga 5-25 minuta për të përfunduar, dhe pagesa është mesatarisht 10 dollarë për test.

8-Dizenjues uebi ose grafik

Në epokën tonë digjitale, punimet e dizajnit grafik janë më të kërkuara se kurrë. Nëse keni disa aftësi dhe përvojë në dizajn, këto janë disa lloje të punës në internet që mund të bëni:

- Dizajni i faqes në internet
- Dizajni i logos
- Dizajni i aplikacionit celular
- Kartat e biznesit dhe suvenire korporate
- Reklama, banderola dhe materiale marketingu
- Fletëpalosje, broshura, libra elektronikë
- Dizajni i paketimit
- Dizajni i prezantimit
- Ilustrime të ndryshme

Përveç platformave të pavarura, ka mënyra të tjera të besueshme për të fituar para shtesë me punën tuaj të dizenjimit. Për shembull, provoni të shtoni modelet tuaja në bazat e të dhënave të ilustrimit, platformën 99Designs ose Creative Market ku dizenjuesit vendosin çmimin e tyre për veprat e tyre të artit.

6. Referencat

Ali, S. (n.d.). *Gender Equality and Social Inclusion Toolkit*. Fiji: Fiji Women's Fund.

BRADFORD, L. (2021, March 25). *The balance careers*. Retrieved from The balance careers:

<https://www.thebalancecareers.com/find-freelance-work-online-2072051>

Briere, Q. W. (2018, May 30). *Unrealized Potential: The High Cost of Gender Inequality in Earnings*.

Retrieved from The World Bank:

<https://www.worldbank.org/en/topic/gender/publication/unrealized-potential-the-high-cost-of-gender-inequality-in-earnings>

Cherry, K. (2020). *Verywell Mind*. Retrieved from Verywell Mind:

<https://www.verywellmind.com/personality-development-2795425>

Civiscus. (n.d.). *The Gender and Social Inclusion Toolkit*.

CIVISCUS. (n.d.). *The Gender and Social Inclusion Toolkit*.

(n.d.). *Entrepreneurship+*.

Foundation for Strengthening Human Skills. (n.d.). *Training Module on Soft Skills*. Sri Lanka.

Frota, L. (2017). *Addressing the multi-dimensional factors of social exclusion*.

International Development Research Center. (n.d.). *Empowering Women through*. Canada.

Kolev, G. F. (2016). *The economic cost of gender-based*. OECD Development Centre.

Learning for Justice. (2018). *Digital Literacy Toolkit*. Retrieved from Learning for Justice:

<https://www.learningforjustice.org/magazine/summer-2018/digital-literacy-toolkit>

Lie, M. M. (2019). *Training methodology for youth workers about self-awareness and entrepreneurship for youth in risk*. Sofia: SENTRY Consortium.

Maldonado, V. (2019). *Social and Cultural Entrepreneurship Toolkit*.

Orfano, I. (2019). *We Go: Toolkit to Promote Women's Economic Empowerment for Anti-Violence Centres' Operators*.

PWC. (2021). *PWC*. Retrieved from <https://www.pwc.co.uk/services/economics/insights/women-in-work-index.html>

Roser, H. R. (2019, June). *Our World in Data*. Retrieved from Our World in Data:
<https://ourworldindata.org/gender-ratio>

Schmitz, P. (2017). *Community Engagement Toolkit*.

Sobieski, E. (n.d.). *JOB SEARCH SKILLS*. UCSD Economics Leadership Council.

UN. (2018, July). *United Nations*. Retrieved from United Nations: <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>

UN. (2020, April 6). *The Social Impact of COVID-19*. Retrieved from United Nations:
<https://www.un.org/development/desa/dspd/2020/04/social-impact-of-covid-19/>

Victorian Women's Trust. (n.d.). Retrieved from Victorian Women's Trust:
<https://www.vwt.org.au/podcast/money-power-freedom-toolkit/>

World Bank. (2021, April 5). *World Bank*. Retrieved from World Bank:
<https://www.worldbank.org/en/topic/skillsdevelopment>

World Health Organization (WHO). (2020, October 13). *Impact of COVID-19 on people's livelihoods, their health and our food systems*. Retrieved from World Health Organization:
<https://www.who.int/news/item/13-10-2020-impact-of-covid-19-on-people's-livelihoods-their-health-and-our-food-systems>

7. Shtojca

Shtojca I: Fletpalosja Të flasim për mua

FLETPALOSJA: Të Flasim Për Mua
Unë dua...
Nuk mundem...
Une pelqej ...
Jam mirë ...
Uroj...
Pamja ime...
Është argëtuese...
E kam të lehtë...
Të tjerët mendojnë se...
Jam e shqetësuar...
Unë shpesh merrem me...
Une urrej ...
Gjithmonë ndodh që...
Të tjerët thonë për mua...
E kam të vështirë...
Uroj...
Shpesh kam frikë...
Ndonjëherë ndjem...
Nëse do të mundja do të...

Shtojca 2: Kutia e Besimit

1. Listoni bindjet që keni për veten dhe potencialin tuaj. Listoni 3 bindje pozitive dhe 3 negative.

Bindjet Positive

1. _____

2. _____

3. _____

Bindjet Negative

1. _____

2. _____

3. _____

2. Zgjidhni bindjet tuaja negative për të ndryshuar. Me çfarë bindjeje të re mund ta zëvendësoni? Shkruajeni më poshtë. Bëjeni një fjali.

Shembull:

Bindja e vjetër që dua të ndryshoj: Unë nuk jam i mirë në intervistat e punës. Nuk më vjen në mendje asgjë që mund të them. Bindja e re: Jam i sigurt dhe komod kur flas për veten në intervistat e punës.

Bindjet e vjetra

1. _____

2. _____

3. _____

Bindjet e reja

1. _____

2. _____

3. _____

Shtojca 3: Kutia e Vlerësimit të Aftësive dhe Cilësive

	Shkëlqyeshëm	Mirë	Jo keq	Ka nevojë për shumë punë
I Besueshëm (Vlerësim)				
I Durueshëm				
I Ndershëm				
I Përgjegjshëm				
I Përpiktë				
Ambicioz (I Vendosur)				
Besnik				
I Sjellshëm				
I Aftë Për Të Punuar Në Ekipe				
Në Gjendje Të Udhëheqë Të Tjerët				
Nismëtar				
Të Jetë Në Gjendje të Punojë Pa Mbikëqyrje				
Fleksibël				
Kreativ				
Me Vetëbesim				
Fizikisht i Fortë				
I Organizuar				
Optimist (Shpresëdhënës)				
Mësoj Shpejt				
Punoj Me Duar				
Riparoj Gjërat				
Menaxhoj Paratë				
Këshilloj Njerëzit (Jap Këshilla)				
Flas Qartë				
Dëgjoj				
Marr Vendime				
Negocioj (Bie Dakort)				
Shkruaj				
Mbikëqyr				
Zgjidh Probleme				

Shtojca 4: Vetë-analiza

Eksperienca Ime	<i>Unë nuk e bëj këtë (1)</i>	<i>Unë e bëj këtë pak (2)</i>	<i>Unë e bëj këtë ndonjëherë (3)</i>	<i>Unë e bëj këtë shumë (4)</i>	<i>Unë gjithmonë e bëj këtë. (5)</i>
Njohuri, Aftësi, Vlera dhe Mundësi					
Unë kam një vizion personal për të ardhmen dhe qëllimet për jetën time.					
Unë e di se cilat janë vlerat e mia personale.					
Unë mund të përshkruaj punën time ideale.					
Unë mund të rendis aftësitë e mia në lidhje me punën.					
Unë e di se si të gjej informacion në lidhje me mundësitë e punës.					
Unë di si të vishem siç duhet për një intervistë pune.					
Unë di të vishem siç duhet për punën që kërkoj.					
Unë mund të përgatis një rezymë të shkruar/CV.					
Unë e di se si të plotësoj një aplikim për punë.					
Unë di të intervistoj për një punë.					
Unë mund tu flas me besim një grupi njerëzish për veten time.					
Unë di të dëgjoj.					
Unë e di se si t'i jap dikujt feedback.					
Unë e di se si të kërkoj feedback.					
Unë jam në gjendje të punoj mirë me persona të tjerë.					
Unë di t'i komunikoj idetë dhe opinionet e mia.					
Unë di të mos bie dakort me edukatë.					

Shtojca 5: Pyetjet e Zbulimit

Instruksione:

Ky aktivitet do t'ju ndihmojë të kuptoni veten. Duke iu përgjigjur pyetjeve do të mësoni më shumë për atë që është më e rëndësishme për ju.

Dhurata nga Familja. Cilat janë gjërat më të rëndësishme që ju ka mësuar familja juaj?

Imagjinoni të Ardhmen. Imagjinoni 10 vjet nga tani. Mendoni për familjen, bashkëpunëtorët dhe komunitetin tuaj 10 vjet nga tani. Kush janë ata dhe çfarë po bëni me ta?

Pëlqej të Bëj. Listoni të paktën 5 gjëra që ju pëlqen të bëni. Mund të jetë këndimi, dalja me miqtë, leximi, vizatimi, dërgimi i mesazheve, kompjuterët, etj. - gjithçka që ju pëlqen absolutisht të bëni absolutisht!

Pesë Vite nga Tani. Pas pesë vitesh, stacioni juaj televiziv lokal bën një histori për ju. Ata intervistojnë një prind, një mik dhe një mbikëqyrës të punës. Çfarë doni që ata të thonë për ju?

Talentet. Të gjithë lindin me talente. Për çfarë je i zoti?

Rrjeti i Mbështetjes Personale. Të gjithë kanë nevojë për njerëz që i inkurajojnë dhe i ndihmojnë të arrijnë qëllimet dhe ëndrrat e tyre. Kush ju mbështet? Renditni emrat e tyre dhe si ju mbështetin.

Shtojca 6: Bota ime e Ëndrrave

Vizatoni ëndrrën tuaj në kutinë më poshtë.

Kur të përfundoni, vendosini një titull vizatimit. Titulli:

Bota ime e Ëndrrave

Ideja e vogël krijon një ide të madhe ose filloni të punoni drejt ëndrrës tuaj ose filloni të lidheni me ëndrrën tuaj në mënyrë që ta bëni atë realitet gradualisht dhe një dritë për familjen tuaj.

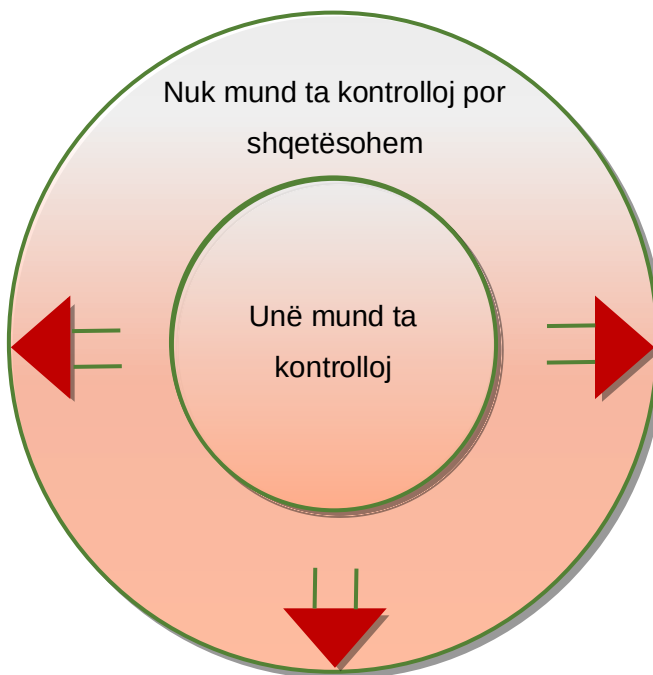
Shtojca 7: Qëllimet afatshkurtra dhe afatgjata

Qëllimi Afatgjatë: Punësim me pagë		
Në dy vjet dua të punësohem me pagesë në qeveri, OJQ ose vende pune të sektorit privat		
Qëllimi afatshkurtër 1:		
Plotësoj CV-në time ose zhvilloj një ilustrim verbal të qartë të aftësive dhe pritshmëritë e mia		
Hapat: Që kur: Burimet e nevojshme:		
1		
2		
3		
Qëllimi afatshkurtër 2:		
Plotësoni pesë ditë përvojë të bazuar në vendin e punës në një vend pune lokal dhe bëni një raport		
Hapat: Që kur: Burimet e nevojshme:		
1		
2		
3		
Qëllimi afatshkurtër 3:		
Kërkoni poste të lira që janë të përshtatshme për ta		
Hapat: Që kur: Burimet e nevojshme:		
1		
2		
3		

Shtojca 8: Rrethi i Kontrollit

Instruksione

Në rrethin më të madh më poshtë, shkruani gjëra që ju shqetësojnë, por nuk mund t'i kontrolloni. Pse ju shqetësojnë këto gjëra? Në rrethin më të vogël, shkruani gjëra mbi të cilat mund të ndikoni. Merrni parasysh gjërat që mund të ndryshoni pak dhe gjërat që i kontrolloni.



Çfarë do të bëni për të rritur Rrethin tuaj të Kontrollit?

1. _____
2. _____

Shtojca 9: Kush jam unë?

Aftësitë e Mia / Për çfarë jam i zoti/e zonja (listoni më poshtë)			Interesat e mia / Çfarë më pëlqen të bëj (listoni më poshtë)
Puna pa pagesë ose Aktivitete vullnetare Unë e kam bërë		Vizatoni me laps një vizatim të Vetes	Veprimtaritë e punës me pagesë Unë e kam bërë
Në shtëpi			Në shtëpi
Në Komunitet			Në Komunitet

Shtojca 10: Plani i biznesit me një faqe

Plani i biznesit me një faqe

Emri: _____ Pronar: _____

Pse?

Si?

Çfarë?

Pse bëni atë që bëni?

Si e bëni atë që bëni?

Çfare bëni?

Problemi i Klientit

Zgjidhja e ofruar

Tregu i synuar

Pozicioni ose Përqendrimi

Avantazhi Konkurrues

Rrjedhat e të Ardhurave

Strategjia e Çmimeve

Tre konkurrentët kryesorë

- 1.
- 2.
- 3.

Shënime:

Shtojca 11: Shablloni i Analizës PDMK

Pikat e Forta	Dobësitë
Mundësitë	Kërcënimet

Shtojca 12: Rrota e Identitetit Personal

Rrota e Identitetit Personal

Përshtatur nga "Voices of Discovery", Qendra e Marrëdhënieve Ndër Grupe,
Universiteti Shtetëror i Arizonës

Një Aftësi për të Cilën Je Krenar

Filmi i Preferuar

Libri i Preferuar

Ushqimi i Preferuar

Hobby i Preferuar

Ngjyra e Preferuar

Numri i Vëllezërve dhe Motrave

Muzika e Preferuar

Tri fjalë për të përshkruar veten:

1.

2.

3.

Emri

Shtojca 13: Social Identity Wheel

Rrota e Identitetit Social

Përshtatur nga "Zërat e Zbulimit", Qendra e Marrëdhënieve Ndër Grupe,
Universiteti Shtetëror i Arizonës





MIDDLE EAST AND
NORTH AFRICA

