



GREEN UP YOURSELF МОДУЛ ЗА ОБУКА

МОДУЛ ЗА ОБУКА ЗА ПРОМОЦИЈА НА
ВРАБОТЛИВОСТА И ЗЕЛЕНОТО
ПРЕТПРИЕМНИШТВО КАЈ МЛАДИТЕ
ЛУЃЕ ВО РУРАЛНИТЕ СРЕДИНИ ВО
ЕУ



Co-funded by
the European Union

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската Национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да да биде направена од информациите содржани во неа.

GREEN UP YOURSELF

Еразмус+ Проект 2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446



Координатор:

- FUNDACION SANTA MARIA LA REAL (Шпанија)



Партнери:

- CARDET (Кипар)
- CIAPE (Италија)
- STEP (Словенија)
- IED (Грција)
- LAG AgroLider (Република Северна Македонија)



This work © 2024 by GREEN UP YOURSELF Project (2022-2-ES02-KA220-YOU-000096446) is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

INDEX



Вовед.....4

МОДУЛ 1. Вовед во одржливост на животната средина.....7

- Глава1: Што е еколошка одржливост? Зошто е значајна
- Глава 2: Еколошки предизвици
- Глава 3: Патеки до зелена транзиција
- Глава 4: Циркуларна економија
- Глава 5: Поттикнување на свест за животната средина

МОДУЛ 2. Зеленото вработување како алтернатива.....59

- Глава1: Што се зелени работни места?
- Глава 2: Зелени вештини: GreenComp
- Глава 3: Нови можности во зелениот сектор.
- Глава 4: Сет за зелено претприемништво

МОДУЛ 3. Што е зелено претприемништво?.....116

- Глава 1: Што е претприемништво и претприемништво со влијание
- Глава 2: Рурално претприемништво и примери на проекти за рурално претприемништво.
- Глава 3: Цели за одржлив развој и претприемништво
- Глава 4: Претприемачки компетенции

МОДУЛ 4. Ресурси за започнување на мојот зелен бизнис во ЕУ.

Дел 1: мојата бизнис идеја160

- Глава 1: Што е бизнис идеја
- Глава 2: Мега трендови
- Глава 3: Претворање на идеја во бизнис, со користење на пристапот на дизајн размислување
- Глава 4: Анализа на корисници
- Глава 5: Развој на идеја
- Глава 6: Прототипирање и претставување

INDEX



МОДУЛ 5. . Ресурси за започнување на мојот зелен бизнис во ЕУ. . Дел 2: Насоки за развој на мојот бизнис план.....204

- Глава1: Што е бизнис модел?
- Глава2: Клучни модели за развој на бизнис план
 - Business Model Canvas
 - Lean Canvas
 - Social Lean Canvas
- Глава3: Како да го развијам мојот зелен бизнис модел? Social Lean Canvas
- Глава4: Презентација на мојор предлог:
 - Elevator pitch
 - Pitch Deck

MODULE 6 Дигитални вештини и алатки за претприемништво250

- Глава1: Дигитални вештини
- Глава2: Дигитални алатки
- Глава3: Онлајн алатки за соработка за далечинско работење : Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana
- Глава4: Алатки за комуникација Skype, Google Meet, Zoom
- Глава5: Дизајн апликации: WordPress, Wix, Canva
- Глава6: Социјални мрежи: WhatsApp Business, LinkedIn

Вовед



Co-funded by
the European Union

Целта беше да се развие модул за обука наменет за младите луѓе кои живеат во руралните области, за промоција на нивната вработливост и зеленото претприемништво во ЕУ. Овој Модул е корисен и за професионалци кои работат на обучување на млади луѓе во овие области.

Модулот е развиен земајќи ги предвид потребите за обука на младите, земајќи ги предвид компетенциите дефинирани во GreenComp и EntreComp, идентификацијата на потенцијалните зелени ниши за вработување, сплотувањето на понудата за обука и добрите практики кои веќе постојат на ова поле во ЕУ.

За таа цел, спроведено е истражување во секоја од земјите учеснички, преку собирање секундарни извори и добри практики за зелено претприемништво во ЕУ, анкети и полуструктурирани интервјуа упатени до млади луѓе и млади професионалци, како и претставници на компании, јавна администрација и трет сектор.

Овој Модул за градење капацитети е заснован на резултатите од истражувањето и ги вклучува потребните содржини за младите од руралните средини, како и за професионалците кои работат со млади луѓе, да ги стекнат потребните знаења, компетенции и вештини за промовирање на нивната вработливост, како и како да го поттикнат нивното претприемништво во зелените сектори.

Структура на модулот за обука



Овој модул за обука за зелено претпримеништво е структуриран во 6 модули:

1. Вовед во оджливост на животната средина
2. Зелено вработување како алтернатива
3. Што е зелено претпримеништво?
4. Ресурси за да го започнам мојот зелен бизнис во ЕУ .
Дел 1: Мојата бизнис идеја
5. Ресурси за да го започнам мојот зелен бизнис во ЕУ .
Дел 2: Насоки за развој на мојот бизнис план
6. Дигитални вештини и алатки за претприемништво





МОДУЛ 1

ВОВЕД ВО ОДРЖЛИВОСТ НА ЖИВОТНАТА СРЕДИНА



Co-funded by
the European Union



Содржина:



- Глава 1: Што е еколошка одржливост? Зошто е значајна
- Глава 2: Еколошки предизвици
- Глава 3: Патеки до зелена транзиција
- Глава 4: Циркуларна економија
- Глава 5: Поттикнување на свест за животната средина

Глава 1

Што е еколошка одржливост? Зошто е значајна



Co-funded by
the European Union

Цели за учење на модулот

По завршувањето на модулот, учениците треба:

- Да го дефинираат концептот на еколошка одржливост и објаснат неговото значење во справувањето со глобалните предизвици.
- Да ги идентификуваат и опишуваат главните еколошки предизвици со кои се соочува светот денес, како што се климатските промени, уништувањето на шумите и загадувањето.
- Да го разбираат концептот на зелена транзиција и неговата важност во постигнувањето на еколошка одржливост.
- Да го дефинираат концептот на кружна економија и неговите предности во однос на линеарната економија.
- Да ја препознаат важноста на индивидуалната и колективната еколошка свест во поттикнувањето одржливо однесување.



Одржливост на животната средина

- Одржливоста на животната средина е балансирана интеракција помеѓу човековите активности и екосистемите на Земјата за да се одржи долгорочно еколошко здравје.
- Таа ја нагласува одговорната употреба на природните ресурси за зачувување на функциите на екосистемот и биодиверзитетот за идните генерации. Методите на проценка вклучуваат еколошки отпечаток, јаглероден отпечаток и индекси на биолошка разновидност.



- Рани корени: Одржливоста на животната средина потекнува од движењата за нејзино зачувување на почетокот на 20 век.
- Пресвртници од 1970тите: Концептот доби глобална важност во 1970-тите преку настани како што се првиот Ден на планетата Земја и Конференцијата на Обединетите Нации за човековата средина.
- Извештај Брунтланд: Објавен во 1987та година, овој извештај го воведе терминот „одржлив развој“ и ја поврза одржливоста на животната средина со економската и социјалната благосостојба.
- Меѓународни договори: Од извештајот Брунтланд, неколку глобални договори, како што се Протоколот од Кјото и Парискиот договор, имаат за цел да ја спроведат еколошката одржливост на глобално ниво.



Рамка за одржливост: Три столба



Економска одржливост

Цел: Градење на отпорна и правиќна економија

Клучни точки: Минимизирање на влијанието врз животната средина и исцрпувањето на ресурсите во производството и потрошувачката

Социјална одржливост

Цел: Воспоставување праведно општество со социјална еднаквост и вклученост

Метрика: GINI коефициент, Human Development Index (HDI), Социјален капитал

Одржливост на животната средина

Цел: Зачувување и управување со природните ресурси на Земјата

Добри практики: Циркуларна економија, обновлива енергија, одржливо земјоделство

Итност за одржливост на животната средина



Антропоценска епоха

Влијание: Човечки активности кои предизвикуваат забрзани климатски промени, масовни истребувања, деградација на екосистемот

Последици

Биодиверзитет: Закана за различни видови

Човечки општества: Влијание врз јавното здравје, економската стабилност

Императив за акција

Етичка обврска: Одговорност кон планетата и идните генерации

Прагматична неопходност: Намалете ги ризиците за долгорочна одржливост на цивилизацијата и Земјата

Видео:

Што е одржливост на животната средина?

 Кликнете на видеото за да го погледнете



Глава 2

Еколошки предизвици: Преглед



Co-funded by
the European Union

Еколошки предизвици

- **Антропогени фактори:** Човечки активности кои водат кон деградација на животната средина.
- **Климатски пормени:** Научни докази, глобално влијание, и митигациски стратегии.
- **Недостиг на ресурси:** Фокус на необновливите ресурси како што се фосилните горива и елементите на ретки земји.
- **Нарушување на екосистемот:** загуба на живеалишта, инвазивни видови и нивните каскадни ефекти.
- **Општествени импликации:** Како еколошките предизвици влијаат врз човечките општества, вклучително и здравјето и миграцијата.



Човечките активности и деградацијата на животната средина.



Клучни двигатели

- **Индустрijализација:** значаен придонесувач за загадувањето
- **Уништување на шумите:** Влијае на екосистемите и биодиверзитетот
- **Урбано ширење:** доведува до загадување на почвата, воздухот и водата.

Последици

- **Типови на загадување:** Воздух, вода, почва
- **Влијание на екосистемот:** Загуба на биодиверзитет

Планетарни граници

- **Концепт:** Ги квантификува безбедните оперативни граници за човечките активности
- **Цел:** Одржување на здравјето и стабилноста на екосистемот

Климатски промени: IPCC и Глобално влијание

IPCC наоди

- **Научни докази:** Човечките активности се примарен двигател
- **Глобално влијание:** Зголемување на нивото на морето, екстремни временски услови, ацидификација на океаните

Митигациски стратегии

- **Обновлива енергија:** Транзиција од фосилни горива
- **Одржливо земјоделство:** Прифаќање на еколошки практики

Меѓународна соработка

- **Клучна спогодба:** Париски договор
- **Цел:** Поттикнување на глобална посветеност за ублажување на климатските промени



Недостиг на ресурси: Еколошки и технолошки предизвици

Прекумерна екстракција и потрошувачка

- **Необновливи ресурси:** фосилни горива, елементи од ретки земји, минерали
- **Исход:** Недостиг на ресурси

Економски импликации

- **Цена на стоки:** Зголемување на трошоците
- **Трговски баланси:** Негативно влијание на економската стабилност

Технолошки предизвици

- **Одржлив напредок:** Спречен од недостаток

Концепти кои се појавуваат

- **Peak Oil:** Точка на максимална екстракција
- **Национализам на ресурси:** Национална контрола врз ресурсите за да се обезбеди снабдување



Нарушување на екосистемот: причини и последици

Загуба на живеалишта

Извори: Урбанизација, земјоделство, уништување на шумите

Исход: Нарушување на екосистемот

Инвазивни видови

Влијание: Дополнително ги нарушуваат природните екосистеми

Каскадни ефекти

Мрежи за храна: нарушувањето води до исчезнување на автохтоните видови

Екосистемски услуги: Се менува прочистувањето на водата, регулирањето на климата

Итност за акција

Цел: Ублажување на загубата на живеалишта и управување со инвазивните видови за да се зачува рамнотежата и услугите на екосистемот



Предизвици на животната средина: социјални импликации

Јавно здравје

- Видови на загадување: воздух и вода
- Влијание врз здравјето: Болести како астма, болести од вода

Миграција и социјални немири

- Предизвикувачи: недостаток на ресурси, промени предизвикани од климата
- Последици: Социјален немир, конфликт

Еколошка правда

- Концепт: Адресира нееднакво влијание врз маргинализираните заедници
- Цел: Правична распределба на еколошките придобивки и оптоварувања



Клучни заклучоци

Еколошките предизвици опфаќаат климатски промени, недостиг на ресурси и нарушување на екосистемот. Општествените влијанија вклучуваат јавно здравје, миграција и социјална еднаквост, што ја прави одржливоста и етичка обврска и прагматична неопходност.

Видео:

Како климатската анксиозност да се претвори во акција

 **Кликнете на видеото за да го погледнете**



Етичка
обврска и
прагматична
неопходност.

Глава 3

Патеки до зелена транзиција



Co-funded by
the European Union

Концептуална рамка: Разбирање на зелената транзиција

Дефиниција

- **Зелена транзиција:** Системска промена кон еко-пријателски, одржливи практики низ економските сектори

Основи

- **Одржлив развој:** Балансиран економски раст, социјална еднаквост, заштита на животната средина

Водечка структура

- **Целите за одржлив развој (SDGs) на ООН:** Служат како патоказ за транзиција



Енергетска транзиција: Од императив до можност

Цели на транзиција

- **Од:** Системи засновани на фосилни горива
- **До:** Обновливи извори (сонце, ветер, хидро)

Економска можност

- **Иновации:** паметни мрежи, складирање енергија, децентрализирани системи

Еднаков пристап

- **Енергетска демократија:** Застапување за еднаков пристап до чиста енергија



Одржливо земјоделство: Иновации за долгорочна продуктивност

Надвор од традицијата

- **Напредни техники:** Инкорпорирање на технологијата во земјоделството

Техники и технологии

- **Прецизно земјоделство:** ИТ сензори за оптимално користење на ресурсите
- **Агрошумарство:** Комбинирање на дрјва со култури
- **Вертикално земјоделство:** го максимизира приносот по квадратен метар



Цели

- **Долгорочна продуктивност:** Без загрозување на здравјето на животната средина и биодиверзитетот

Политика и владеење: повеќеслојни улоги во зелената транзиција

Меѓународни тела

- Обединети Нации, Светска Банка:
Обезбедуваат рамки и финансирање

Национални влади

- **Политики:** цени на јаглерод, обврски за обновлива енергија, сертификати за одржливост

Локални заедници

- **Партиципативно владеење:** обезбедува инклузивна и правична транзиција

Видео:

*Слепите точки на
транзицијата на зелената
енергија | Оливија Лазард |
ТЕД*

 **Кликнете на видеото за да го погледнете**



Политика и владеење: повеќеслојни улоги во зелената транзиција

Меѓународни стратегии

- **Глобални Договори:** Париски договор, SDGs
- **Механизми за финансирање:** Зелени обврзници, климатски фондови

Национални пристапи

- **Законодавство:** Акти за заштита на животната средина
- **Стимулации:** Даночни олеснувања за одржливи практики

Ангажирање на заедницата

- **Локални иницијативи:** Сончеви проекти на заедницата, програми за управување со отпад
- **Јавна свест:** Едукативни кампањи, јавни консултации



Глава 4

Кружна економија: одржлива алтернатива на линеарни модели кои ги истражуваат дефинициите, споредбите, придобивките и стратегиите за имплементација



Co-funded by
the European Union

Дефиниција: Разбирање на циркуларната економија

Алтернативен модел

- **Цел:** Одвојување на економскиот раст од потрошувачката на ресурси и деградацијата на животната средина

Основен фокус

- **Дизајн принципи:** Елиминирање на отпадот преку дизајн на производи и системи
- **Управување со ресурси:** Континуирана реупотреба и рециклирање

Систем на затворена јамка

- Создавање на **самоодржлив циклус** на користење на ресурси



Дефиниција: Споредба со линеарна економија - Традиционалниот модел

Линеарна економија

Модел: 'Земи, направи, фрли'

Карактеристики:

- Неодржливост
- Постојана екстракција на расположливи ресурси

Последици:

- Последици врз животната средина
- Генерирање отпад



Придобивки од кружната економија - Еколошки предности

Придобивки за животната средина

- **Намалување на отпад:** Се минимизира создавањето на отпад
- **Пониски емисии:** Се намалува емисијата на стакленички гасови
- **Зачувување на ресурси:** Се зачувуваат природните ресурси



Придобивки од кружната економија - Економски предности

Економски придобивки

- **Заштеда на трошоци:** Ефикасно искористување на ресурсите
- **Иновации:** Стимулира одржливи технологии
- **Создавање на работни места:** Нови пазари за рециклирање и реновирање



Имплементација на кружна економија

- Улоги на засегнатите страни

Повеќе заинтересирани страни

- **Бизниси:** редизајн на производи, take-back шеми (повратни земи-врати шеми)
- **Влади:** Донесување политики, даночни поттикнувања
- **Граѓанско општество:** Јавна свест, грасрут иницијативи



Имплементација на кружна економија - Бизнис стратегии

Деловни практики

- Трајност и рециклирање:
редизајнирање на производи
- Земи-врати шеми: Поттикнување на
враќање на потрошувачите
- Одржливи синџири на снабдување:
Оптимизација за влијанието врз
животната средина



Имплементација на кружна економија

- Политики и глобални рамки

Владата и глобалните иницијативи

- **Политики:** Проширена одговорност на производителот, даночни олеснувања
- **Јавна свест:** Кампањи предводени од владата
- **Глобална рамка:** Целите за одржлив развој (SDGs) на Обединетите нации како водечка структура



Глава 5

Поттикнување на свеста за животната средина: Јавна перцепција,
Едукација и Одговорност



Co-funded by
the European Union

Перцепција на јавноста за проблемите со животната средина - фактори кои влијаат на перцепцијата

Фактори кои влијаат

- **Образование:** Ниво на знаење за еколошки прашања
- **Култура:** Етичките и општествените верувања кои влијаат на перцепцијата
- **Медиумско влијание:** Улогата на вестите и социјалните медиуми во обликувањето на мислењата



Јавната перцепција за еколошките прашања - двојната природа на свеста

Спектар на свесност

- **Растење** на глобалната свесност: Зголемување на грижата за климатските промени, загубата на биолошката разновидност и исцрпувањето на ресурсите
- **Заблуди и апатија**: Области каде што свеста е ниска или неточна



Перцепција на јавноста за еколошките прашања - влијание врз општеството

Општествено влијание

- **Одлуки за политики:** Јавното мислење ги обликува политиките за животна средина
- **Однесување на потрошувачите:** Влијание врз одржливите избори за купување
- **Корпоративни иницијативи:** Ги поттикнуваат напорите за одржливост на бизнисот



Образование и достапност - Столбовите на свеста

Основи на свеста

- **Формално образование:**
Интеграција на студиите за животна средина во наставните програми
- **Неформално образование:**
работилници во заедницата, вебинари, истражувачки проекти на граѓаните



Образование и достапност - Улогата на организациите

Организациите како катализатори

- **Невладини организации (НВО):** Клучни во поттикнувањето на иницијативите за теренски активности
- **Организации во заедницата:** Локално влијание, глобална промена
- **Научни заедници:** Дисеминација на наодите од истражувањата до јавноста



Улогата на медиумите

Меч со две острици

Традиционални наспроти Нови медиуми

- Традиционални медиуми:
весници, телевизија за длабока
анализа и експертски мислења
- Социјални медиуми: ги
демократизираат информациите,
но ризикуваат дезинформации



Улогата на медиумите

-Предизвиците на демократизацијата

Ризици и награди

- **Дезинформации /“Лажни вести”:**
Демократијата на информациите има своја цена
- **Поларизација:** Медиумските канали можат да ги засилат постоечките верувања, поделувајќи го јавното мислење



Улогата на медиумите

Важноста на медиумската писменост

Потребата од расудување

- **Медиумска писменост:** Критичност во оценувањето на кредибилитетот на информациите
- **Проверка на факти:** Неопходно е за проверка на информации пред споделување
- **Јавна одговорност:** Колективна будност против дезинформации



Лична одговорност

Надвор од едноставните постапки

Разбирање на еколошкиот отпечаток

- Рециклирање и енергетска ефикасност: Влезни точки во одржливоста
- Еколошки отпечаток: Холистичка мерка на индивидуалното влијание



Лична одговорност

Избори и активности лична одговорност

Од диета до вклучување во заедницата

- Растителна исхрана: Избор со значителни еколошки придобивки
- Проекти во заедницата: Локално ангажирање за пошироко влијание
- Одржливо патување: Одлучување за јавен превоз или електрични возила



Лична одговорност

Моќта на јавната свест

Кампањи и платформи на заедницата

- **Ден на планетата Земја:** Годишен настан фокусиран на глобалната еколошка свест
- **Јули без пластика:** Кампања за намалување на пластичниот отпад
- **Personal Empowerment:** Платформи за инспирирање индивидуална и колективна акција

Video:

*His Holiness Pope Francis |
Our moral imperative to act on
climate change*



Click on the video icon to watch it





Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Интернет пристап
- Претходно развиен онлајн калкулатор за јаглероден отпечаток
- Софтвер за табеларни пресметки(Excel или Google Sheets)

Време: 20 минути.

Опис на вежбата.

Име: Калкулатор за јаглероден отпечаток Разбирање и намалување на вашиот јаглероден отпечаток

Цели на учење: Продлабочување на разбирањето на климатските промени и нивните антропогени фактори.

Компетенции: Аналитично размислување, Дигитална писменост, Индивидуална одговорност

Процес

- Вовед: Важноста на јаглеродниот отпечаток.
- Калкулатор за пристап: Користете сигурна онлајн алатка.
- Внесување податоци: Пополнете лични податоци.
- Анализа: Забележете ги резултатите.
- Дискусија: Споделете ги наодите.
- Рефлексija: Внесување резултати во споделена табела.

Учениците ќе ги разберат нивните индивидуални јаглеродни отпечатоци и ќе идентификуваат начини за нивно намалување.

Следни чекори/следни активности:

Охрабрете ги учесниците да ги имплементираат идентификуваните стратегии за намалување на јаглеродниот отпечаток и периодично да го преценуваат нивниот јаглероден отпечаток.



Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Интернет пристап
- Виртуелна платформа за состаноци со функционалност за поделба во соба
- Подготвен материјал или информативни листови за обновливите извори на енергија (сонце, ветер, вода, итн.)

Време: 30 минути.

Опис на вежбата.

Име: Дебата за обновливи извори на енергија.

Цел на учењето: Едуцирајте ги учесниците за предностите и недостатоците на различните обновливи извори на енергија и поттикнете ги вештините за критичко размислување и јавно говорење преку структурирана дебата.

Компетенции: Критичко размислување, Јавно говорење, Научна писменост



Процес

1. **Вовед (3 минути):** Накратко воведете го концептот на обновлива енергија, опишувајќи ја нејзината важност во транзицијата кон одржливи практики.
2. **Откривање ресурси (3 минути):** Учесниците треба да ги идентификуваат ресурсите за обновливи извори на енергија преку пребарување на интернет
3. **Формирање група и доделување задача на тема (4 минути):** Поделете ги учесниците во мали групи и на секоја од нив доделете обновлив извор на енергија за која ќе се залагаат. Ставете групи во виртуелни соби.
4. **Истражување и дискусија (7 минути):** Групите ги користат листовите со факти и секое дополнително истражување на интернет за да ги разберат добрите и лошите страни на нивниот доделен извор на енергија.
5. **Подготовка за дебата (3 минути):** Секоја група подготвува кратка презентација во која се залага за нивниот обновлив извор на енергија, фокусирајќи се на придобивките и решавање на недостатоците.
6. **Дебата (7 минути):** Повторно собирање на учесниците во главната онлајн соба. Секоја група има 1-2 минути да ги презентира своите аргументи.
7. **Сесија со прашања и одговори (2 минути):** Отворање на можност за прашања од другите учесници за секоја група која презентира.
8. **Завршни зборови (1 минута):** Резимирајте ги точките покренати за време на дебатата и нагласете ја важноста на разновидните извори на енергија за одржлива иднина.

Библиографија

- Intergovernmental Panel on Climate Change. (n.d.). PCC — Intergovernmental Panel on Climate Change. Retrieved from <https://www.ipcc.ch/>
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (n.d.). Methodology Report on Short-lived Climate Forcers. Retrieved from <https://www.ipcc.ch/>
- Intergovernmental Panel on Climate Change. (n.d.). Global Warming of 1.5 °C. Retrieved from <https://www.ipcc.ch/>
- International Institute for Sustainable Development. (n.d.). Sustainable Development. Retrieved from <https://www.iisd.org/>
- United States Environmental Protection Agency. (n.d.). Learn About Sustainability. Retrieved from <https://www.epa.gov/>
- United Nations. (n.d.). THE 17 GOALS | Sustainable Development. Retrieved from <https://www.un.org/>
- International Energy Agency. (n.d.). The Oil and Gas Industry in Energy Transitions – Analysis. Retrieved from <https://www.iea.org/>
- World Economic Forum. (n.d.). IEA report shares three hidden energy transition challenges. Retrieved from <https://www.weforum.org/>

ПОНАТАМОШНИ ЧИТАЊА

- International Energy Agency. (n.d.). IEA – International Energy Agency. Retrieved from <https://www.iea.org/>
- International Energy Agency. (n.d.). The Oil and Gas Industry in Energy Transitions – Analysis. Retrieved from <https://www.iea.org/>
- World Economic Forum. (n.d.). IEA report shares three hidden energy transition challenges. Retrieved from <https://www.weforum.org/>
- International Energy Agency. (n.d.). IEA – International Energy Agency. Retrieved from <https://www.iea.org/>
- Ellen MacArthur Foundation. (n.d.). What is a circular economy? Retrieved from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>
- World Economic Forum. (n.d.). What is the circular economy - and why is the world less circular? Retrieved from <https://www.weforum.org/>
- McKinsey & Company. (n.d.). The circular economy: Moving from theory to practice. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/>
- The Nature Conservancy. (n.d.). Youth Engagement. Retrieved from <https://www.nature.org/>
- United Nations Environment Programme. (n.d.). Youth, education & environment. Retrieved from <https://www.unep.org/>



Модул 2

Зелено вработување како опција



Co-funded by
the European Union



- Глава 1: Што се зелени работни места?
- Глава 2: Зелени вештини: GreenComp
- Глава 3: Можности во зелениот сектор.
- Глава 4: Моите зелени вештини, Избор на зелен работен контекст, брендирање, клиенти и ниши на пазарот, пристап кон мојата зелена бизнис идеја.

Цели на модулот

- Да се разбере концептот на зелено вработување
- Да се дефинираат зелените работни места
- Да се подобрат знаењата, вештините и мислењата поврзани со Европската рамка на компетенции за одржливост, GreenComp
- Да се подобри знаењето за влијанието на трансформацијата во позелена економија
- Да се идентификуваат можностите кои се појавуваат во зелениот сектор
- Да се научи чекор-по-чекор рамката за трансформирање на зелена бизнис идеја во остварлив бизнис план



Глава 1

Што се зелени работни места?



Co-funded by
the European Union



Зелените работни места ги адресираат и се справуваат со двата предизвици на 21 век

- Спречување на климатските промени и уништување на животната средина
- Потребата да се обезбеди социјален развој и заштита, и пристојна работа за сите



Предизвици во однос на животната средина и социјални предизвици



Предизвици за животната средина

Тие имаат импликации во однос на егзистенцијата и динамиката на пазарот на труд

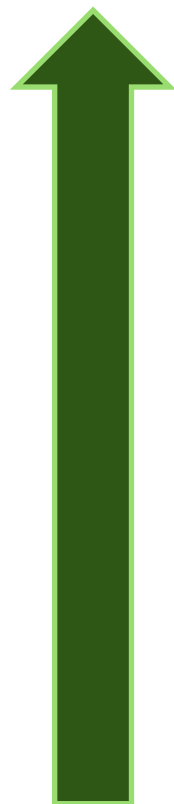
- **Климатски промени** (покачување на нивото на морето, зголемување на екстремните временски промени- бури, поплави, суши, итн.)
- **Растот на светското население::** 1 милијарда 1900 до 9 милијарди 2050 година
- **Немање пристап до вода за пиење:** речиси 900 милиони луѓе
- **Немање пристап до сигурна енергија:** 3 милијарди домаќинства

Речиси $\frac{3}{4}$ од најсиромашните во светот зависат од животната средина како значаен дел од нивната секојдневна егзистенција

Социјални предизвици

- **Невработеност:** 205 милиони на глобално ниво. Од нив, речиси 40 проценти се на возраст од 15 до 24 години. Секој петти работник е во екстремна сиромаштија. Само еден од петмина од работоспособно население има пристап до сеопфатни системи за социјална заштита





Еколошки одржливо

X Пристојно

Еколошки одржливо

Пристојно

X Еколошки одржливо

X Пристојно

X Еколошки одржливо

X Пристојно



Green
Jobs



Климатски промени/уништување на животната средина

- Мерки за адаптација кон климатските промени
- Политики за ублажување на климатските промени
- Заштита на ресурсите на животната средина



Вработување и социјални предизвици

- Промена на потребите за вработување
- Намалување на сиромаштијата и уништувањето на животната средина
- Зголемување на употребата на обновлива енергија
- транзиција

Може да се дефинираат од две перспективи

- поврзани со аутпутот (производи и услуги)
- како и со процесот (или производството) на економска активност

ВРАБОТЕНИТЕ ВО ЗЕЛЕНИОТ СЕКТОР може да влезат во отворено „зелен“ бизнис сектор, обезбедувајќи зелени и еколошки производи и услуги (на пр. управување со отпад)

ЗЕЛЕНИТЕ РАБОТИ ги земаат предвид двата аспекта во нивните бизнис модели, создавајќи пристојно вработување преку употреба на процеси поприфатливи за животната средина, истовремено намалувајќи го целокупното влијание врз животната средина како резултат на луѓето или компаниите кои го користат финалниот производ или услуга.

Трансформација



Одговорот на овие предизвици бара трансформација на начинот на кој произведуваме, трошиме и заработуваме за живот.

Клучниот елемент на оваа промена кон одржлива економија со низок јаглерод се

ЗЕЛЕНИ РАБОТНИ МЕСТА

Животна
средина



Социјално
влијание

Економија



Што е значењето на „Зелените работни места“?

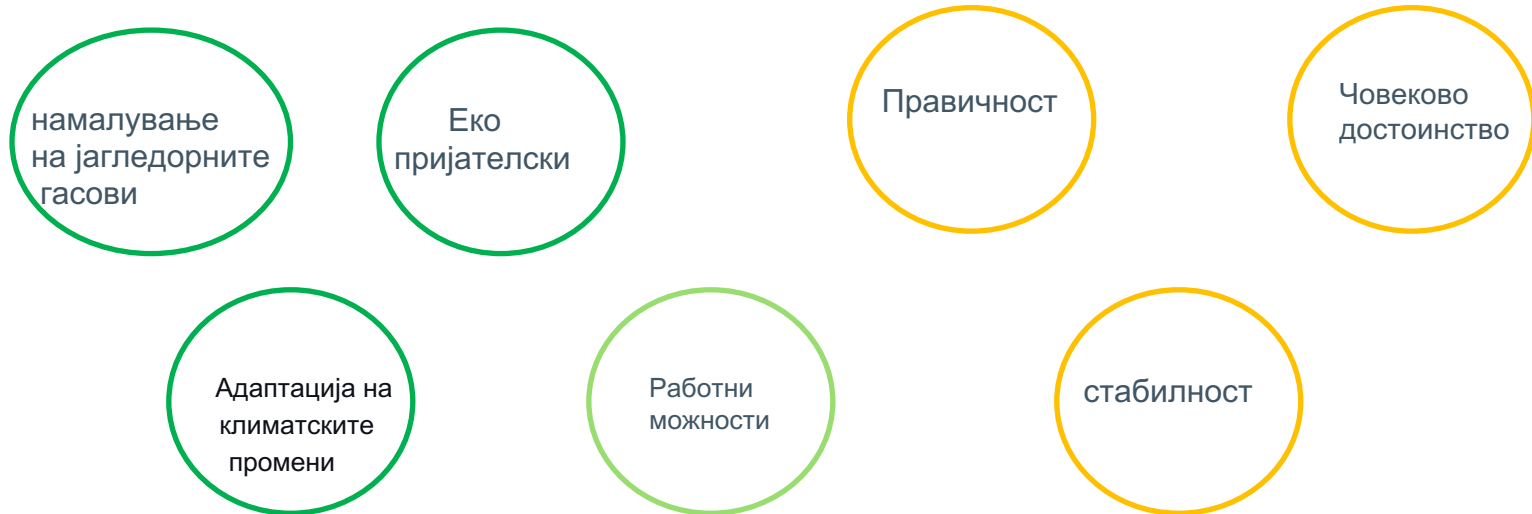
- Зелените работни места се позитивни за природата и за Земјата.
- Зелените работни места се можности за вработување кои имаат позитивно влијание врз животната средина и имаат за цел да ја намалат потрошувачката на ресурси, да го намалат загадувањето и да придонесат кон одржливост
- Зелените работни места може да опфаќаат различни сектори, почнувајќи од обновливи извори на енергија до одржлив транспорт и еко-земјоделство



Зелените работни места се дефинирани од МОТ/УНЕП како:

создадени вработувања во економските сектори и активности што го намалуваат нивното влијание врз животната средина и на крајот го сведуваат на одржливи нивоа

Зелени работни места = еколошки одржливи + пристојни



Зелените РАБОТНИ МЕСТА може да бидат составен дел од борбата против невработеноста кај младите поради малата побарувачка за влез на младите во многу сектори и нивниот генерално голем интерес за зелени бизнис решенија и размислувања за одржливост.



Кои се придобивките од зелени работни места

- Тие придонесуваат кон зачувување на животната средина и се борат против климатските промени
- Државите можат да станат економски поконкурентни (ја зајакнува економијата)
- Можност за отворање нови работни места, за преквалификација на невработените, во време на економска криза
- Промовирање на употребата на домашните обновливи извори на енергија и напредна технологија

Пошироки димензии на енергетската и ефикасноста на ресурсите, искоренување на сиромаштијата, социјална еднаквост и човечка благосостојба.

Зелени работни места во економскиот сектор



експанзија

Рециклирање,
органско
земјоделство,
еко-туризам...

еволуираат

Градежништвото,
производство,
сточарството и
семејство...

опаѓаат

Фосилни
горива...

Факти што треба да се земат во предвид

- ❓ Зеленото вработување е неопходно за создавање вработувања и раст на БДП
- ❓ МСП се многу меѓусебно поврзани во синџирите на вредност, создавајќи значајни дополнителни ефекти
- ❓ Зеленото вработување најдобро може да се поддржи преку интервенции на различни нивоа, користејќи широк избор на стратегии
- ❓ Младите можат да бидат добро насочени, бидејќи побарувачката за вештини е мала, а подготвеноста за заштита на животната средина е висока

Примери за зелени работни места

- Инсталатери на соларни панели
- Еко-Градежништво и производство
- инженер за животна средина
- Кариери во земјоделскиот сектор
- Зелен транспорт
- Производители на “штедливи” автомобили
- Одржливо земјоделство
- Агрошумарство
- Собирач на е-отпад
- Архитекти и инженери (одржливи дизајни)
- обновливите технологии и енергија
- производи за ефикасност



Глава 2

Зелени вештини: GreenComp



Co-funded by
the European Union

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да биде направена од информациите содржани во неа.

Што е GreenComp?

GreenComp опишува збир на **компетенции за одржливост** кои можат да им помогнат на учениците да размислуваат, планираат и дејствуваат со емпатија, одговорност и грижа за планетата



Цели за одржлив развој



Што е GreenComp и неговата цел

УЧИМЕ ЗА ЗЕЛЕНАТА ТРАНЗИЦИЈА

- **GreenComp** е одговор на се поголемата потреба луѓето да ги подобрат и развијат знаењата, вештините и ставовите за живеење, работа и дејствување на одржлив начин.
- **Целта на GreenComp** е да поттикне размислување за одржливост преку помагање на корисниците да развијат знаење, вештини кон оваа тема, планирање и дејствување со емпатија, одговорност и грижа за нашата планета.
- Европската рамка за компетентност и одржливост GreenComp опишува знаења, вештини и ставови кои промовираат насоки како да се размислува, планира и дејствува со емпатија, одговорност и грижа за нашата планета. GreenComp е со широк опсег и сеопфатна презентација на вештини изградени преку претходни истражувања и дискутиран меѓу релевантни експерти и засегнати страни.

Вештини за одржливост

Вештините за одржливост им даваат овластување на учениците да ги оформат вредностите за одржливост и да ги прифатат сложените системи, со цел да се земе или побара акција која го обновува и одржува здравјето на екосистемот и ја подобрува правичноста, давајќи визија за одржлива иднина.

Учење за еколошка одржливост

има за цел да го негува начинот на размислување за одржливост од детството до зрелоста со разбирање дека луѓето се дел од природата и зависат од неа.

Учениците се спремни со знаења, вештини и ставови кои им помагаат да станат двигатели на промени и да придонесат индивидуално и колективно во обликувањето на иднината.

Вештини за одржливост

Области на вештини

Вештини

Оформувањена вредности за одржливост

Вреднување на одржливоста

Поддршка на правичноста

Промовирање на природата

Прифаќање на сложеноста цо одржливоста

Системско размислување

Критично размислување

Проблем со вградување

Замислувајќи одржлива иднина

Идна писменост на темата

Прилагодливост

Истражувачко размислување

Дејствување за одржливост

Политичо дејствување

Колективна акција

Индивидуална иницијатива

Визуелно објаснато



<https://mappa.fi/sv/greencomp-roadmap/>

Формирање на вредности за одржливост

се залагаат за правичност и правда за сегашните и идните генерации, истовремено поддржувајќи го ставот дека луѓето се дел од природата

Вреднување на одржливоста - Да се размислува за личните вредности;
идентификувајте и објаснете како вредностите варираат меѓу луѓето и со текот на времето, притоа критички оценувајќи како тие се усогласуваат со вредностите за одржливост

Поддршка на правичноста - Да се поддржи еднаквоста и правдата за сегашните и идните генерации и да се учи од претходните генерации за одржливост

Промовирање на природата - Да се признае дека луѓето се дел од природата; и да ги почитуваат потребите и правата на другите видови како и на самата природа со цел да се обноват и регенерираат здрави екосистеми

Прифаќање на сложеноста во одржливоста

Системско размислување - *Да се пристапи кон проблемот на одржливост од сите страни; да се разгледа времето, просторот и контекстот со цел да се разбере како елементите комуницираат во и помеѓу системите*

Критичко размислување - *Да се проценат информациите и аргументите, да се идентификуваат претпоставките, да се оспои статус кво и размислете за тоа како личното, социјалното и културното потекло влијаат на размислувањето и носењето заклучоци*

Врамување на проблемите - *Да се формулираат тековните или потенцијалните предизвици како проблем за одржливоста во однос на тежината, вклучените луѓе, времето и географскиот опсег, со цел да се идентификуваат соодветните пристапи за предвидување и спречување проблеми, како и за ублажување и прилагодување на веќе постоечки проблеми*

Замислување одржлива иднина

Писменоста во иднина - Да се замисли алтернативна одржлива иднина преку замислување и развој алтернативни сценарија и идентификување на чекорите потребни за да се постигне посакуваната одржлива иднина

Прилагодливост - Да управува со транзициите и предизвиците во сложени ситуации за одржливост и да се носат одлуки поврзани со иднината во услови на неизвесност и ризик

Истражувачко размислување – Да се усвои начин на размислување со истражување и поврзување на различни дисциплини, користејќи креативност и експериментирање со нови идеи или методи

Дејствување за одржливост

Политичко лобирање- да се придвижува политичкиот систем, да се идентификува политичката одговорност и отчетноста за неодржливото однесување и да се бараат ефективни политики за одржливост

Колективна акција - Да се дејствува за промена во соработка со другите

Индивидуална иницијатива - Да се идентификува сопствениот потенцијал за одржливост и активно да се придонесе кон подобрување на изгледите за заедницата и планетата



Глава 3

Нови можности во зелениот сектор



Co-funded by
the European Union

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да биде направен од информациите содржани во него.

Зелен сектор

Зелен сектор - Отворање нови работни места преку стимулирање на зголемување на побарувачката за зелени добра, услуги и технологии.

„Зелениот сектор нуди огромен потенцијал за создавање работни места и ние мораме да се погрижиме Европа да ги искористи своите придобивки во целост“.

Кони Хедегард, поранешен европски комесар за климатски активности



**BIODIVERSITY:**

Actions addressing biodiversity loss and assessing the value of ecosystem services

**FORESTRY:**

Actions promoting sustainable forestry management and preventing deforestation

**AGRICULTURE:**

Actions contributing to preserve the natural capital, e.g. avoiding deforestation and addressing/preventing land degradation

**WATER:**

Actions promoting improved water efficiency

switch2green

**PRIVATE SECTOR DEVELOPMENT:**

Actions promoting sustainable consumption and production practices by the private sector

**CLIMATE CHANGE:**

Actions promoting the development of low carbon policies

**ENERGY:**

Actions supporting the energy transition and promoting improved energy efficiency

**INFRASTRUCTURES:**

Actions improving waste prevention and management (collection, recycling, etc.), sustainable transport systems

**EMPLOYMENT:**

Actions promoting green job creation



European
Commission

© EC

според **Програмата за животна средина на Обединетите нации**, е работа во земјоделски, производствени, истражување и развој (R&D), административни и услужни активности кои значително придонесуваат за зачувување или враќање на квалитетот на животната средина.

Конкретно, но не исклучиво, ова вклучува работни места кои помагаат во заштитата на екосистемите и биолошката разновидност; намалување на потрошувачката на енергија, материјални добра и вода преку ефикасни стратегии; де-карбонизирање на економијата; и да се минимизира или целосно да се избегне создавањето на сите форми на отпад и загадување. ”



Приоретизирање
на доброто на
планетата



Фокусирање на
технолошки
иновации



Зајакнување
на
сиромашните

Управување со отпад

Потенцијал за промоција на
пристојна работа и развој на
зелен бизнис низ хиерархијата
на отпадот, со фокус на
собирање, селектирање и
рециклирање на отпадот



КРУЖНА ЕКОНОМИЈА

ја обликува транзицијата кон позелена, побогата со работни места и социјално праведна економија.

Циркуларната економија им овозможува на луѓето да ги искористат новите можности поврзани со неа и да го подобрат нивниот професионален профил со стекнување нови вештини преку зголемена побарувачка во иднина.



Одржливо земјоделство

Една од можностите кои се појавуваат во зелениот сектор е одржливото земјоделство. Побарувачката е во пораст и кај органското и кај вертикалното земјоделство.

Постои одржливо производство и дистрибуција на храна и можностите стануваат сè попосакуван избор на јавноста.



Обновлива енергија

Сончевите, ветерните и одржливите енергетски ресурси генерално се на голема побарувачка, така што растат и работните места во истражување, развој и одржување во оваа област.



Дизајн

Европските политики бараат сè повисоки стапки на рециклирање и воспоставуваат сè построги критериуми за екодизајн.

Екодизајн — од пакување до покриви на згради и разни производи



Зелена архитектура

Зелената архитектура користи технолошки иновации за да ги минимизира негативните ефекти од дизајнирањето, изградбата и работењето на зградите врз природната средина и заедницата, обезбедувајќи подобар квалитет на живот.



Ајде да размислиме....

Системи за обновлива енергија

Зелена зграда

Земјоделство

Мода

Транспортен систем

Јавен сектор

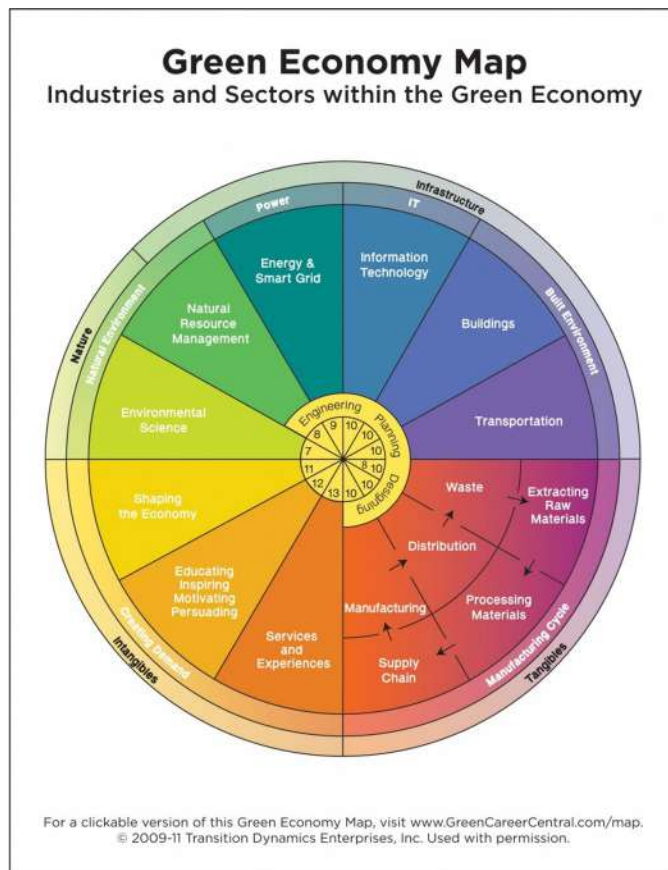
Адаптација на климатските промени

Намалување и управување со отпад

Образование

Советодавни услуги и истражување

Невладин сектор



Тема 4

Зелен комплет за претприемништво: моите зелени вештини, избор на зелен работен контекст, брендирање, клиенти и ниши на пазарот на труд, пристап кон мојата зелена бизнис идеја.



Co-funded by
the European Union

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да биде направен од информациите содржани во него.

*Дали ја барате работата од
соништата во одржливост, климатски
промени и зелена економија, но тешко
е да се знае од каде да се започне.*

Ајде да пробаме!!!

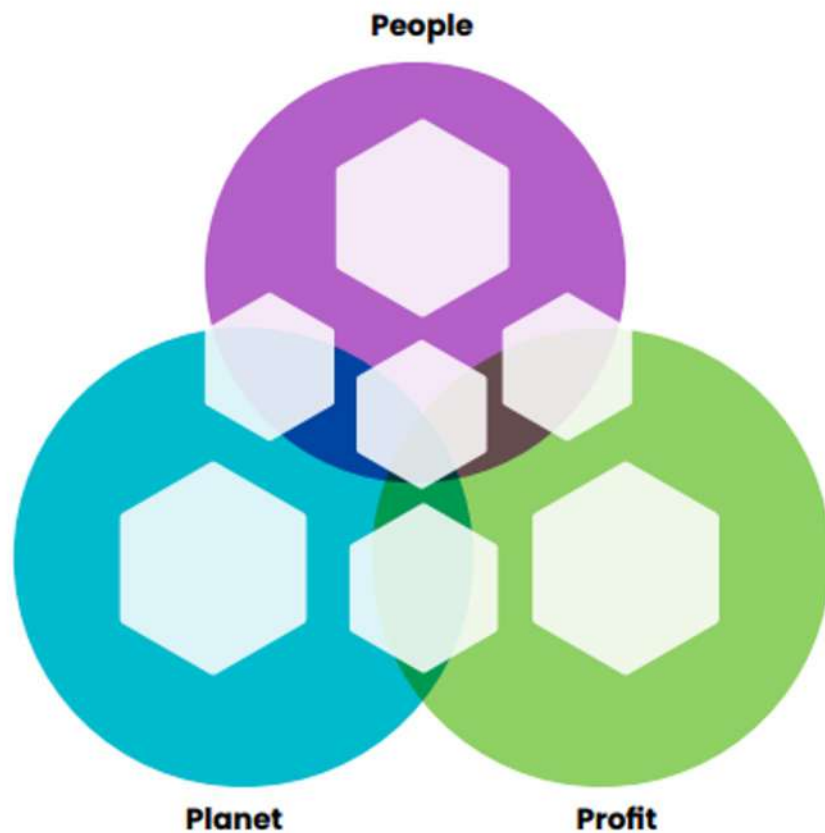
Моите зелени компетенции

Транзицијата кон зелено претприемништво бара проникливо планирање и стратегија.

Она што треба да се направи е:

- Проценка на вештини, знаење и страст за одржливост.
- Идентификување на областите на знаење во кои може да се направи разлика во зелениот сектор .





Брендирање

Еко-пријателски бизнис – треба да ја пренесе пораката дека е вашиот бизнис

ДОБРА ЗА ОКОЛИНАТА,
ДОБАР ЗА ПЛАНЕТАТА.

Треба да ги потсетите потенцијалните
клиенти

„Зошто“: зошто го правиш тоа што го правиш?



Клиенти и пазарна ниша

- Дефинирајте ја вашата целна публика и нивните преференции за одржливост.
- Идентификувајте пазар на можности (ниша на пазарот) што се усогласува со вашата деловна идеја.



-
- A hand holding a glowing lightbulb with a brain inside, surrounded by colorful doodles representing various creative ideas like a camera, lightbulbs, gears, and the word 'IDEA'.

Практични вежби



**Co-funded by
the European Union**

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да да биде направен од информациите содржани во него.



Материјални ресурси:

- Интернет пристап
- Виртуелна платформа за состаноци со функционалност за поделба во соба

Време: 30 минути.

Опис на вежбата.

Име: Четири зборови

Цел на учењето: Поттикнување на размислување за карактеристиките на зелените работни места. Ги симулира предизвиците и можностите за учење и споделување со други луѓе. Користејќи го пристапот на размислување, во парови, споделување, учесниците размислуваат сами за четирите главни карактеристики на зелените работни места пред да се вклучат во дијалог за да се договорат четирите збора како цела група.

Компетенции: Критичко размислување, комуникација, преговарање, тимска работа и работа во пар

Процес



1. Кажете ѝ на групата дека ќе ги истражиме клучните карактеристики на зелените работни места. Тоа ќе не предизвика како поединци и како група. Ќе размислиме за овие предизвици по вежбата.
2. Побарајте од учесниците сами да смислат четири зборови кои се „четирите најважни карактеристики на зелените работни места“. Многу е важно групата да не користи реченици или фрази.
3. Откако групата ќе има по четири збора, поделете ја групата во парови и побарајте од секој пар да се согласи на само четири зборови за „Зелените работни места се...“
4. Откако паровите ќе го направат тоа, замолете ги да најдат друг пар за да формираат група од четири; повторно мора да се договорат само за четири зборови меѓу нив.
5. Повторете го овој процес додека во виртуелната соба не останат само две големи групи и секоја има само по четири зборови.
6. Потоа дадете им на двете групи десет минути да се договорат за последните четири зборови кои ќе ја претставуваат проценката на целата група за клучните карактеристики на зелените работни места

Практични вежби



**Co-funded by
the European Union**

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да да биде направен од информациите содржани во него.



Материјални ресурси:

- Интернет пристап
- Виртуелна платформа за состаноци со функционалност за поделба во соба
- Материјал-GreenComp

Време: 30 минути.

Опис на вежбата.

Име: Компетенции за одржливост

Цел на учењето: Зајакнување на вештините на учесниците да ги идентификуваат 12-те компетенции за одржливост во пракса поврзани со GreenComp. Разбирање на концептот на компетенции за одржливост и способноста да се идентификуваат клучните компетенции за одржливост

Компетенции: Критичко размислување, комуникација

Процес



1- Вовед (3 минути): Накратко направете вовед во вежбата. Објаснете ѝ на групата дека ќе учествуваат во натпревар помеѓу два тима, Поделете ја групата на два тима и дајте им го текстот да го прочитаат.

- Дајте му на секој тим 15 минути да го прочита текстот и да ги идентификува компетенциите за одржливост во текстот

- Побарајте од секој тим да си даде име, а потоа напишете ги имињата на двата тима на врвот на виртуелниот прозорец со линија до средината за да ги поделите. Ова е за да може да се запишат резултатите

- Лице од едниот тим ќе го прочита текстот и ќе ги нагласи идентификуваните компетенции за одржливост, а членовите на другиот тим потврдуваат да се или не се согласуваат

Истото со втората група – едно лице го чита текстот и ги нагласува идентификуваните компетенции за одржливост, а членовите на другиот тим потврдуваат или не се согласуваат

Поенот се доделува доколку идентификуваната компетентност за одржливост е точна

Победник е тимот со повеќе доделени поени

Практични вежби



**Co-funded by
the European Union**

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да да биде направен од информациите содржани во него.



Материјални ресурси:

- Интернет пристап
- Виртуелна платформа за состаноци со функционалност за поделба во соба
- Материјал – слика од дрво

Време: 50 минути.

Опис на вежбата.

Име: Зелено дрво на проблеми

Цел на учењето: Поттикнување на размислување за проблемите кои би можеле да се решат преку нивните зелени бизниси

Идентификување и мапирање на причините за проблемот пред конечно да се замислат причините како цели за зелена акција

Компетенции: Критичко размислување, комуникација, преговарање, тимска работа и работа во пар, Вештини за деловно планирање и управување – идентификување и анализа на проблемот. идентификување на целите, јавно говорење

Процес



Споделете со групата: сега ќе размислуваме за еколошките проблеми што ги идентификувавме. Прикажи слика на проблематично дрво. (5 минути)

Споделете со групата: проблематичните дрва се едноставен начин за прикажување на причините и ефектите што создаваат конкретен проблем. Пишувањето дрво на проблеми го разложува проблемот на подлабоки делови. Тоа ви помага да ги идентификувате можните области за акција.

Проблематичните дрвја често сугерираат дека постојат линеарни причинско-последични врски кои водат до проблемот, додека во повеќето случаи реалноста е посложена.

Споделете со групата: Првиот чекор е да се договорите за широкиот проблем или прашање што треба да се анализира. Побарајте од секоја група да договори широка дефиниција на проблемот. (10 минути)

Побарајте од секоја група да го напише проблемот што го идентификувале во центарот на дрвото (виртуелна табла).

Секоја група треба да разговара и да ги идентификува причините за проблемот на одделни виртуелни картичка или лепливи белешки и да ги постави околу или под проблемот. Споделете со групата дека како што се појавуваат идеи за причините, тие може да се препишат и преуредат. Споделете со групата дека за ова ќе бидат потребни вештини за дискусија и тимска работа, особено затоа што реалноста е посложена - нема точен одговор. (30 минути)

Потсетете ја групата да размисли како проблемот што сакаат да го решат може различно да го доживеат жените и мажите, девојчињата и момчињата и другите социјални групи во заедницата.

Поканете ја секоја група да даде кратка презентација на нивното дрво на проблеми и прашајте за повратна информација од групата за тоа дали мислат дека ова е точна претстава и во областите што би можеле да ги променат.

Вежба 3: Зелено дрво на проблеми

Приод

- Побарајте од секоја група да го напише проблемот што го идентификувале во центарот на дрвото (виртуелна табла).
- Секоја група треба да разговара и да ги идентификува причините за проблемот на одделни виртуелни картичка или лепливи белешки и да ги постави околу или под проблемот. Споделете со групата дека како што се појавуваат идеи за причините, тие може да се препишат и преуредат. Споделете со групата дека за ова ќе бидат потребни вештини за дискусија и тимска работа, особено затоа што реалноста е посложена - нема точен одговор. (30 минути)
- Потсетете ја групата да размисли како проблемот што сакаат да го решат може различно да го доживеат жените и мажите, девојчињата и момчињата и другите социјални групи во заедницата.
- Поканете ја секоја група да даде кратка презентација на нивното дрво на проблеми и прашајте за повратна информација од групата за тоа дали мислат дека ова е точна претстава и во областите што би можеле да ги променат.

АНЕКСИ

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА



**Co-funded by
the European Union**

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да да биде направен од информациите содржани во него.

Green Up Yourself

Работејќи кон одржлив развој, Можности за пристојна работа и социјално вклучување во зелената економија
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_181836.pdf

Зелени работни места: Кон пристојна работа во одржлив свет со низок јаглерод, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_098504.pdf

УСПЕСИ И МОЖНОСТИ ЗА ЗЕЛЕНИ РАБОТИ ЗА ЕВРОПА,
https://www.greensefa.eu/legacy/fileadmin/dam/Documents/Publications/GND/Green_jobs_EN_01.pdf

Модел за проценка на зелени работни места (GJAM)
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/genericdocument/wcms_678011.pdf

Агендата за 2030 година за одржлив развој 17 цели за одржлив развој (SDGs) <https://sdgs.un.org/sites/default/files/2020-09/SDG%20Resource%20Document%20Targets%20Overview.pdf>

[illegible]

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА



Зелена економија, резултати и индикатори за развој https://www.switchtogreen.eu/wp-content/uploads/2020/09/Results_Chain-Green-Economy_AUG21.pdf

Зеленото вработување и трансформација на вештини Увиди од сценариото за прогноза на вештините за европски зелен договор, <file:///C:/Users/user/Downloads/the%20green%20employment%20and%20skills%20transformation-TI0121539ENN.pdf>

Понуда и побарувачка за идни вештини во Европа: прогноза 2012 година. Истражувачки труд на Cedefop, бр. 26. <https://www.cedefop.europa.eu/fr/publications-and-resources/publications/5526>

Разбирање на технолошките промени и потребите за вештини: анкети за вештини и предвидување на вештини. Практичен водич на Cedefop https://www.cedefop.europa.eu/files/4197_en.pdf

Дигитален, позелен и поотпорен: увид од прогнозата за европските вештини на Cedefop <http://data.europa.eu/doi/10.2801/154094>

ПРИСТАП НА ТРАНЗИЦИЈА НА ЗЕЛЕНА ЕКОНОМИЈА 2021-2025, <file:///C:/Users/user/Downloads/GET%202021%20-%202025%20Document.pdf>

Глобален извештај за зелени вештини за 2022 година, <https://economicgraph.linkedin.com/content/dam/me/economicgraph/en-us/global-green-skills-report/global-green-skills-report-pdf/li-green-економија-извештај-2022.pdf>

Зелен пакет алатки за стартување http://www.greenstartups.ait.ac.th/assets/downloads/Green_Startup_Toolkit.pdf



Модул 3

Што е зелено претприемништво?



Co-funded by
the European Union



Добредојдовте во Модул 3: Зелено претприемништво!



Примарната цел на овој модул е да ги воведе учениците во возбудливиот свет на зеленото претприемништво. Тој има за цел да им помогне да ја разберат важноста на одржливоста на животната средина и како таа може да отвори нови патишта за вработување и деловни можности во зелениот сектор.

Во текот на ова патување, ќе бидат истражени различни аспекти, почнувајќи со широко разбирање на самото претприемништво. Ова има за цел да ги опреми учениците со знаења и вештини потребни за да се идентификуваат зелените можности за работа и иновативните бизнис идеи.

- [Глава 1:](#) Што е претприемништво и претприемништво со влијание
- [Глава 2:](#) Рурално претприемништво и примери на проекти за рурално претприемништво.
- [Глава 3:](#) Цели за одржлив развој и претприемништво.
- [Глава 4:](#) Претприемнички компетенции (Entrecomp).

Глава 1

Што е претприемништво и претприемништво со влијание



Co-funded by
the European Union

Што е претприемништво?



- **Создавање нешто ново и корисно**

Станува збор за правење работи кои се свежи и корисни..

- **Преземање ризици и напорно работење**

Претприемачите трошат време и труд за да ги остварат своите идеи. Тие преземаат шанси, како да садат нова култура..

- **Донесување финансиска и лична слобода**

Тоа може да доведе до заработка и поголема контрола врз вашиот живот

- **Иновации, преземање ризик и создавање вредност**

Тоа е исто како да измислувате, да се осмелувате да пробате нови работи и да правите нешто што е вредно за другите или за вашата заедница.

Зошто е важно претприемништвото?

- Иниции
- Креирање на работни места
- Економски просперитет
- Позитивно социјално влијание
- Поттикнување
индивидуалниот талент

на



Видови на претприемништво



Социјално претприемништво

- Социјалните претприемачи започнуваат бизниси со мисија да се справат со социјалните прашања, како што се сиромаштијата или образованието.
- Тие имаат за цел да направат позитивно влијание врз општеството, истовремено одржувајќи ги нивните потфати.

Зелено претприемништво

- Зелените претприемачи се за одржливост и заштита на животната средина.
- Тие градат бизниси кои ја минимизираат штетата на планетата, па дури и работат на нејзино обновување.

Претприемништво со влијание

- Претприемачите водени од влијанието ги комбинираат социјалните и еколошките цели со бизнисот.
- Нивниот фокус е на создавање позитивни промени додека водат успешно претпријатие.

Претприемништво со влијание...



Претприемништвото водено од влијание дава приоритет и на профитот и на позитивните општествени и еколошки влијанија.

Овие претприемачи основаат бизниси со мисија да ги решаваат клучните социјални или еколошки прашања, користејќи ја својата експертиза и ресурси за да поттикнат позитивни промени.



Дефинирање на Зелено Претприемништво

- Зеленото претприемништво е повеќе од само имање на еколошки свесни вработени. Тоа е широк поим кој опфаќа различни активности во бизнисот.
- Во суштина, зеленото претприемништво значи создавање и водење бизниси кои не само што се профитабилни, туку имаат и позитивно влијание врз животната средина и општеството.
- Овие бизниси го надминуваат тоа што првенствено се еколошки; тие се длабоко посветени на изнаоѓање иновативни начини да ја заштитат планетата и да го направат светот подобро место преку нивните операции.

Патувањето на зелениот претприемач Ноур Кајс, основач на НК од НорКајс

Видео:

*Патувањето на зелениот
претприемач Ноур Кајс, основач на
НК од НорКајс - Либан.*

Кликнете на видео иконата за да погледнете 🖱️



Глава 2

Рурално претприемништво и примери на проекти за рурално претприемништво.



Co-funded by
the European Union

Дефинирање на Рурално претприемништво



- Руралното претприемништво се однесува на практиката на основање и управување со бизниси во рурални или неурбани области.
- Тоа опфаќа широк опсег на економски активности, од земјоделство и агробизнис до производство, услуги и технолошки потфати.

Цели на руралното претприемништво

- Примарната цел на руралното претприемништво е да го стимулира економскиот раст и развој во руралните заедници.
- Тоа се стреми да го подобри квалитетот на живот за жителите во руралните средини преку создавање можности за вработување, зголемување на нивото на приход и намалување на сиромаштијата.

Дефинирање на Рурално претприемништво



Клучни карактеристики

- Претприемачките потфати во руралните области често се фокусираат на искористување на локалните ресурси и традиционалното знаење.
- Овие бизниси може да одговорат на единствените потреби на руралните средини, како што се безбедноста на храната, руралната здравствена заштита или развојот на инфраструктурата.

Разновидност на руралните претпријатија

- Руралното претприемништво не е ограничено само на земјоделството; тоа опфаќа широк спектар на потфати, вклучувајќи мало производство, занаетчиство, туризам и услужно ориентирани бизниси.

Влијанија врз егзистенцијата:

- Тоа помага да се задржат квалификуваните поединци и таленти во нивните рурални заедници, спречувајќи ја миграцијата на луѓето во градовите во потрага по подобри можности за работа.
- Приходот генериран од локалните бизниси ги прави руралните области помалку економски ранливи, подобрувајќи ја севкупната отпорност на економските предизвици.
- Руралното претприемништво често вклучува бизниси кои ги прифаќаат локалните традиции и култури, зачувувајќи го уникатниот идентитет на руралните заедници.
- Преку намалувањето на потребата за миграција од село во град, руралното претприемништво придонесува за одржливост и виталност на руралните заедници.

Зошто е важно руралното претприемништво



- Борба против сиромаштијата и невработеноста
- Зајакнување на надворешната трговија
- Задржување на луѓето во руралните области
- Борба со социјалните проблеми
- Паметно користење на локалнит ресурси



Предизвици на руралното претприемништво

- Ограничен пристап до капитал
- Недоволна инфраструктура
- Ограничени можности на пазарот
- Сезонски предизвици и предизвици поврзани со временските услови



Глава 3

Цели за одржлив развој и претприемништво.



Co-funded by
the European Union

Кон Агендата 2030 за одржлив развој

- Агендата 2030 за одржлив развој предвидува 17 цели за одржлив развој (ЦОР) и 169 таргети што треба да се постигнат до 2030 година
- Целите за одржлив развој, кои официјално стапија на сила на 1 јануари 2016 година, се универзален повик за акција за ставање крај на сиромаштијата, заштита на планетата и подобрување на животот и перспективите на сите
- Тие опфаќаат пет широки области: луѓе, просперитет, планета, мир и партнерства („5Ps“).
- Сите 17 цели се меѓусебно поврзани, а за да не оставиме никој зад себе, важно е сите да ги постигнеме до 2030 година.
- Тие се необврзувачки по природа, но симболизираат невидена можност да се постави светот на одржлив курс и да се обезбеди достоинствен живот за сите.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Дознајте
повеќе за
SDGs овде!



- Целите за одржлив развој (ЦОР) се збир од 17 глобални цели усвоени од сите земји-членки на Обединетите нации за справување со итните глобални предизвици, вклучувајќи ги сиромаштијата, нееднаквоста, климатските промени, деградацијата на животната средина, мирот и правдата.
- Претприемништвото игра клучна улога во постигнувањето на овие цели.
- Усогласувањето меѓу претприемништвото и ЦОР не е случајно, туку стратешко партнерство.
- Разбирањето на оваа усогласеност е од клучно значење за претприемачите, инвеститорите, креаторите на политиките и општеството во целина. Тоа охрабрува одржливи деловни практики, поттикнува иновации и го забрзува напредокот кон поправеден и поотпорен свет.

- Намалена потрошувачка на енергија
- Намалување на отпадот
- Користење на одржливи материјали
- Поддршка на локални добавувачи
- Урбана мобилност – транспорт



Придобивки од одржливи бизниси

- **Сопственици:** Заштеда на трошоци, зголемена репутација, подобар пристап до инвестициите, усогласеност
- **Вработени:** Задоволство од работата, професионален раст, побезбедни работни места
- **Клиенти:** Пристап до еколошки производи, општествено одговорни избори
- **Животна средина:** Помал јаглероден отпечаток, зачувување на ресурсите, ублажување на климатските промени



Извори на финансирање за одржливи бизниси

- Многу **грантови и награди** од владини агенции, непрофитни организации и фондации нудат почетна финансиска поддршка за започнување на проекти за одржливост
- **За да обезбедите грантови и награди**
Проценете ги критериумите за подобност и процесот на аплицирање за секој за да се осигурате дека вашиот бизнис се квалификува. Потоа, направете силна апликација која го истакнува вашиот одржлив бизнис



Извори на финансирање за одржливи бизниси



- **Инвеститор со влијание** може да биде поединец или организација со цел да има позитивно влијание врз општеството и животната средина, а истовремено да оствари финансиски поврат на своите инвестиции.
- **За да привлечете инвестиции со влијание, започнете со јасно дефинирање на вашата мисија и целите на влијанието.** Ова помага да се идентификуваат инвеститорите кои се усогласуваат со вашите вредности и бизнис модел. Влијателните инвеститори често бараат бизниси предводени од посветени тимови со експертиза за одржливост

Извори на финансирање за одржливи бизниси

- Платформите за групно финансирање (Crowdfunding) се веб-локации каде што луѓето, бизнисите или групите можат да соберат пари за одреден проект од многу поединци, често давајќи мали донации. Некои платформи за групно финансирање се концентрираат на еколошки или социјални причини, како Kickstarter, Indiegogo или GoFundMe.
- За да успеете во групното финансирање, следете ги овие чекори: објаснете ја целта на проектот, целта на финансирањето и временската рамка на вашиот проект, истакнувајќи ги неговите аспекти за одржливост.



Глава 4

Претприемачки компетенции(entrecomp)



Co-funded by
the European Union

Европска рамка на компетенции за претприемништво

Видео:

Европска рамка за компетенции за претприемништво

Кликнете на видео иконата за да погледнете 🖱️



Основни претприемачки компетенции



- Препознавање на можности и иновации

Претприемачите имаат посебна вештина да забележуваат можности каде што другите не би можеле.

Тие доаѓаат до свежи, нови идеи кои можат да ги задоволат потребите на луѓето или да решат проблеми.

Бидејќи се иновативни, тие размислуваат креативно да ги претворат овие идеи во нешто реално и вредно. real and

- Креативност и решавање проблеми

Креативното размислување е клучна сила на успешните претприемачи.

Тие ги гледаат предизвиците како можности и можат да најдат единствени решенија.

Кога ќе се појават проблеми, претприемачите ја користат својата креативност за да ги надминат.



- Преземање ризик и донесување одлуки

Претприемачите не се плашат да преземат пресметани ризици за да ги постигнат своите цели.

Тие внимателно ги проценуваат добрите и лошите страни пред да донесат одлуки.

Дури и кога се соочени со неизвесност, тие прават избори што ги движат нивните бизниси напред.

- Иницијатива и само-мотивација

Претприемачите се само-стартери; тие преземаат иницијатива да се случат работите.

Тие поставуваат цели, остануваат фокусирани и неуморно работат кон нивно постигнување.

Самомотивацијата ги одржува да движат напред, особено во тешки времиња.

Лични квалитети за претприемништво

- Самодоверба и издржливост

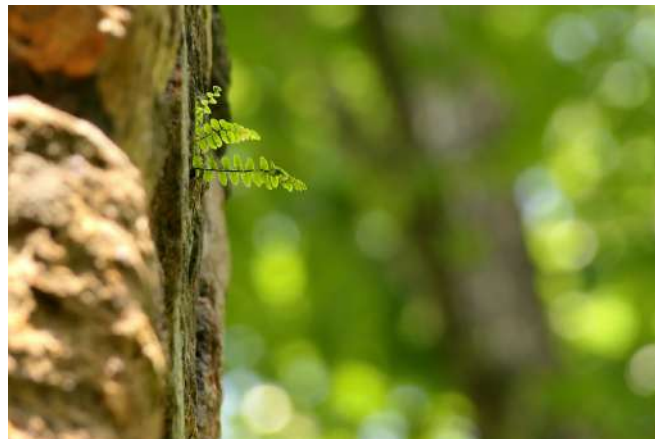
Претприемачите веруваат во себе и во своите идеи

Издржливите поединци се враќаат од неуспеси и учат од неуспесите

- Прилагодливост и флексибилност

Претприемачите се прилагодуваат на промените на пазарот, технологијата или потребите на клиентите.

Отвореноста за различни пристапи им овозможува на претприемачите да се променат кога е потребно, што го олеснува искористувањето на новите можности.



Интерперсонални вештини за ефективно претприемништво



- **Комуникација и вмрежување**

Претприемачите мора јасно да ги пренесат своите идеи на членовите на тимот, инвеститорите и клиентите. Ефективната комуникација поттикнува разбирање и усогласување.

- **Тимска работа и соработка**

Успешните претприемачи ја знаат важноста на тимската работа и соработката. Тие составуваат талентиран и разновиден тим, поттикнувајќи атмосфера на соработка каде што се вреднува сечиј придонес.

- **Лидерство и менаџмент**

Претприемачите мора да водат со пример и да ги инспирираат своите тимови. Силното лидерство ги мотивира вработените и помага да се насочи бизнисот кон успех.

- Доживотно учење во претприемништвото

Во постојано развивање на пејзажот на претприемништвото, континуираното учење не е само корисно - тоа е императив..

- Отвореност кон нови идеи и повратни информации

Претприемачите напредуваат кога остануваат отворени за нови идеи и повратни информации..

- Барање знаење и подобрување на вештините

Успешните претприемачи се страствени баратели на знаење..

- Прилагодување на променливите бизнис средини

Прилагодливоста е белег на претприемачкиот успех.



Развивање на вашите претприемачки компетенции



- Онлајн курсеви и работилници:

Платформи како Coursera, edX, и LinkedIn Learning нудат широк спектар на курсеви, од бизнис стратегија до креативност и иновација. **Ресурси:**

- „Специјализација за претприемништво“ на Coursera
- Работилница_форма
- Entrecomp рамка
- Можности за менторство и вмрежување::

Побарајте насоки од искусни ментори и проширете ја вашата мрежа во рамките на претприемничката заедница. Менторството дава непроценливи увиди, додека вмрежувањето ги отвора вратите за соработки и партнерства. **Ресурс:** [LinkedIn](#)



Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Дигитални уреди за учесниците да ги снимат нивните одговори

Време: 30 minutes.

Опис на вежбата.

Име: Дали си подготвен да бидеш претприемач?

Цел на учењето: Оценете ги личните квалитети/способности неопходни за да станете претприемач, Идентификувајте ги најважните способности што луѓето треба да ги развијат за да бидат претприемачи

Компетенции: Подобрo разбирање како луѓето развиваат специфични ставови, знаења и вештини неопходни за претприемништво.

Процес

- Вовед (5 минути): Започнете со воведување на концептот на претприемништво и неговото значење, особено во руралните области. Објаснете дека активнoста има за цел да им помогне на учесниците да го проценат нивниот претприемачки потенцијал и да ги идентификуваат областите за развој.
- Истражување на компетенции (10 минути): Обезбедете листа на претприемачки компетенции и квалитети, слични на областите за тестирање на EQ (на пр., препознавање можности, преземање ризик, креативност, лидерство, приспособливост, решавање проблеми). Накратко објаснете ја секоја компетентност.
- Самооценување (10 минути): Обезбедете серија прашања или сценарија поврзани со секоја компетентност. На пример:
 - „Размислете за момент кога идентификувавте проблем или можност во вашата заедница. Како реагиравте и какви активности презедовте?”
 - „Опишете ситуација кога требаше да ризикувате или да донесете значајна одлука. Колку ви беше удобно со тоа?”
 - „Размислете за вашата способност да работите во тим. Дали можете да дадете пример за успешен проект за соработка? ”



Материјални ресурси:

- Дигитални уреди
за учесниците да
ги снимат
нивните одговори

Време: 30 minutes.

Процес (продолжение)



- Учесниците треба да ги запишат своите одговори за секое прашање или сценарио.
- Дискусија (5 минути): Охрабрете ги учесниците да ги споделат своите одговори во мали групи или парови. Дискутирајте за компетенциите или квалитетите во кои веруваат дека се истакнуваат и областите во кои можеби сакаат да се подобрат. Олеснете групна дискусија за важноста на овие компетенции во претприемништвото.
- Личен акционен план (5 минути): Побарајте од учесниците да размислат за она што го научиле за нивниот претприемачки потенцијал. Нека напишат еден или два акциони чекори што можат да ги преземат за понатамошно развивање на нивните претприемачки компетенции.
- Завршување (5 минути): Завршете ја активноста со сумирање на клучните работи и охрабрувајќи ги учесниците да продолжат да го истражуваат и развиваат својот претприемачки потенцијал.



Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Слајдови за презентација
- Чет или дискусија,
- <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
- <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Време: 30 минути.

Опис на вежбата.

Име: Градење на етички и одговорен бизнис

Цел на учењето: Оваа активност ќе им помогне на учесниците подобро да ги разберат етичките и одговорни пристапи и принципи што треба да ги следи една компанија / еден претприемач. Учесниците во оваа активност ќе градат свои имагинарни компании со нивните политики и одговорности кон сите релевантни актери во локалната заедница и ќе ја споредат со Десетте принципи на Глобалниот договор на Обединетите нации.

Компетенции: Разбирање на одговорностите на претприемачите и компаниите кон различните засегнати страни. Истражување на етичките принципи кои ги водат одговорните бизнис практики. Создавање имагинарна компанија со етички политики усогласени со десетте принципи на Глобалниот договор на ОН.

Процес

- Вовед: Започнете со добредојде на учесниците и воведување на темата за градење етички и одговорен бизнис.
- Разбирање на одговорностите: Дискутирајте за концептот на одговорност во бизнисот. Нагласете дека бизнисите имаат одговорност кон различни засегнати страни, вклучувајќи ги клиентите, вработените, добавувачите и заедницата.
- Глобален договор на ОН: Споделете врска или референца за учесниците да пристапат до Десетте принципи онлајн.
- Групна активност: Поделете ги учесниците во мали групи, насочете ја секоја група да создаде замислена компанија со одредена бизнис идеја или индустрија. Побарајте од секоја група да разговара и да ги дефинира политиките и одговорностите на нивната компанија кон засегнатите страни, вклучувајќи ги клиентите, вработените, добавувачите и заедницата.



Процес (продолжение)



Материјални ресурси:

- Слајдови за презентација
- Чет или дискусија,
- <https://www.oecd.org/daf/inv/mne/48004323.pdf>
- <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

Време: 30 минути.

- Групна дискусија: Побарајте од секоја група да претстави резиме на политиките и одговорностите на нивната имагинарна компанија.
- Поттикнете дискусија и прашања од други групи.
- Рефлексција (5 минути):
- Отворете го подот за размислувања и увиди од учесниците.
- Охрабрете ги учесниците да го споделат она што го научиле за етичките и одговорни бизнис практики.
- Разговарајте за влијанието на таквите практики врз општеството и самиот бизнис.

- New Definitions of Entrepreneurship. Received from: <https://www.entrepreneursdata.com/new-definitions-of-entrepreneurship-2023/#:~:text=According%20to%20Chrisman%2C%20Chua%2C%20and,or%20society%20as%20a%20whole.>
- Rural Businesses. Received from: https://ec.europa.eu/enrd/thematic-work/smart-and-competitive-rural-areas/rural-businesses_en.html
- Rural Entrepreneurship Support Project. Received from: <https://www.ifad.org/documents/38711624/40089492/Rural+Entrepreneurship+Support+Project.pdf/2befdb69-0218-4e25-b527-51e672280033?t=1611227071000>
- Rural Enterprise Policy. Received from https://www.ifad.org/documents/38711624/39417939/ruralenterprise_e.pdf/704804f0-52cc-42c3-8ec7-21aa7585d128
- Promote inclusive and sustainable economic growth, employment and decent work for all. Received from: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/economic-growth/>
- Sustainable Development Goals. Received from : https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/sustainable-development-goals_en

- What is impact investing? Received from: <https://thegiin.org/impact-investing/need-to-know/>
- Crowdfunding: What It Is, How It Works, Popular Websites. Received from: <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdfunding.asp>
- A European Green Deal. Received from : https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Received from : <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Green Financing. Received from : <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-financing>
- The 17 Goals. Received from : <https://sdgs.un.org/goals>
- Supporting countries in accelerating progress towards the SDGS. Received from: <https://jointsdgfund.org/>



Модул 4

Ресурси за започнување на мојот зелен бизнис во ЕУ.
Дел 1: Мојата бизнис идеја



Co-funded by
the European Union



- [Глава 1:](#) Што е бизнис идеја
- [Глава 2:](#) Мега трендови
- [Глава 3:](#) Претворање на идеја во бизнис, со користење на пристапот на дизајн размислување
- [Глава 4:](#) Анализа на корисници
- [Глава 5:](#) Развој на идеја
- [Глава 6:](#) Прототипирање и претставување

Глава 1

Што е бизнис идеја? Истражување на непознатото



Co-funded by
the European Union

Бизнис идеја е концепт што може да се користи за финансиска добивка што обично се фокусира на производ или услуга што може да се понуди за пари. Идејата е првата пресвртница во процесот на градење на успешен бизнис.

Карактеристиките на вентуристка бизнис идеја се:

- Иновативност
- Уникатност
- Решавање на проблем
- Профитабилност
- Разбирливост

Бизнис идејата е често поврзана со нејзиниот создавач кој треба да ја идентификува понудата за вредноста на бизнисот за да се лансира на пазарот и да воспостави конкурентска предност.

(Википедија)

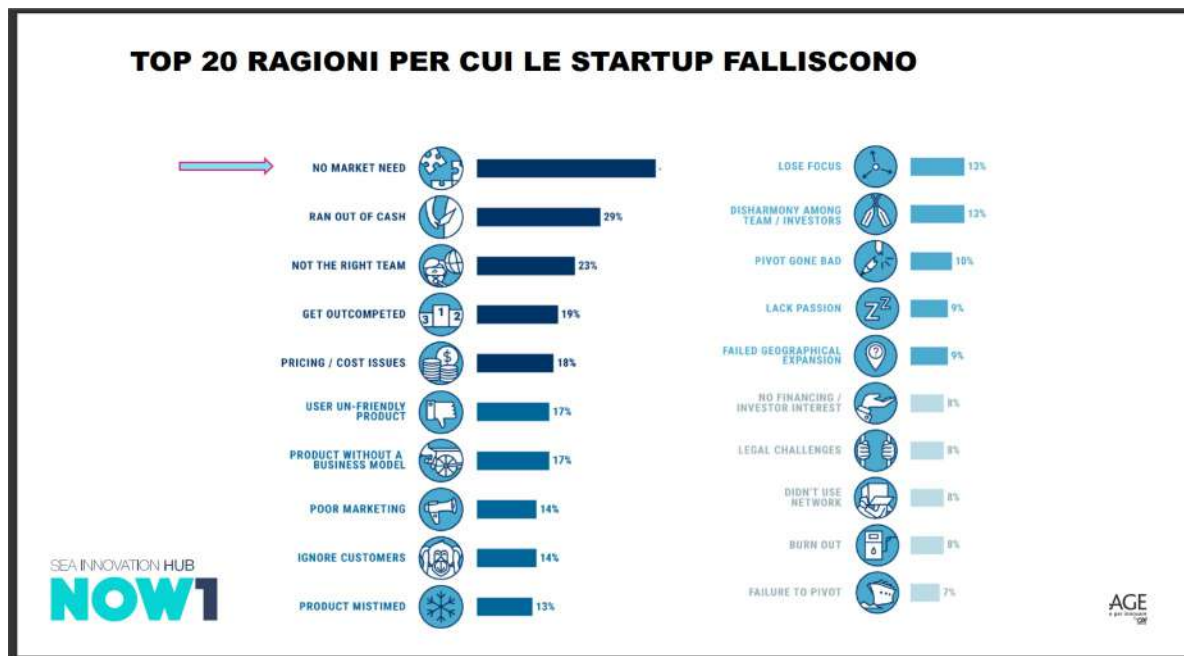


Креирањето на бизнис идеја е многу тешко

92% од бизнис идеите пропаѓаат во нивните
пет години

ЗОШТО?

Позадина на бизнис идеја



Топ 20 причини зошто пропаѓаат стартап-апите

Source: AGE e per innovare, picture included in the PPT "From Zero to start-up: first steps to turn an idea into a business".

D.Scalia

Начинот на добивање идеи не е да се обидувате да размислувате за идеи. Туку да барате вредни проблеми што можете да ги решите и кои пазарот (сеуште) ќе ги има утре.

Важноста да се најде вистинскиот проблем

Глава 2

Мега трендови: Моментални и идни трендови и иновациски потенцијал



Co-funded by
the European Union

Мега трендови и локални потреби

Демографски промени

- Раст на глобалната популација: 3.0 билиони во 1960; 7.5 билиони во 2017 и 9.0 билиони во 2037
- Зголемен проток на миграција и намалување на населението на Запад: сведоци сме на невиден проток на „економски мигранти“ од Запад кон Исток во потрага по можности за раст и подобар квалитет на живот. Ефектот од ова е дека Соединетите Држави и Европа, кои веќе не се ексклузивни полови на привлечност, ќе се натпреваруваат со другите континенти за да привлечат инвестиции и млади таленти.
- Старење на популацијата



Видео: Човечката популација низ времето

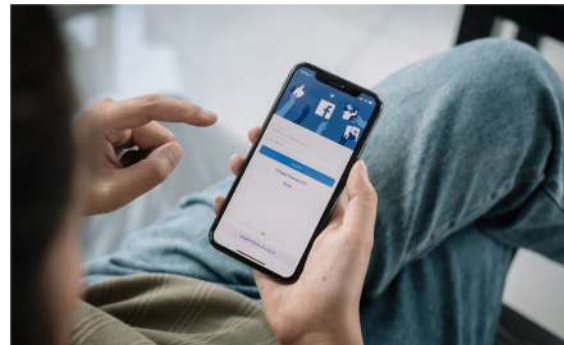
Кликнете на видео иконата за да погледнете 🖱️



Мега трендови и локални потреби

Индивидуализацијата достигнува нова фаза

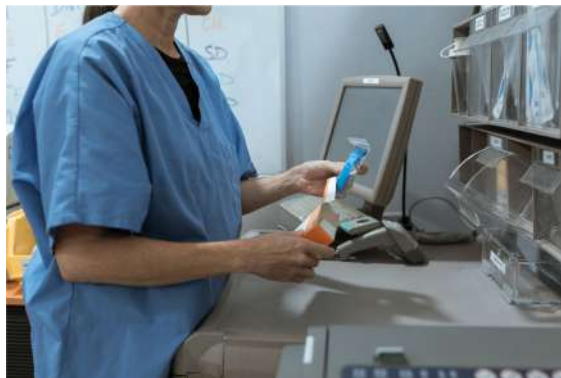
- Индивидуализмот како глобален феномен: од.... 6 степени оддалеченост...до 1 степен меѓусебно
- Нова форма на социјална комуникација: менување на односите поради социјалните медиуми
- Сложени биографии и идентитети
- Од масовни пазари до микро пазари



Мега трендови и локални потреби

Дигитална култура:

- Веб 4.0
- Големи податоци
- Паметни градови
- Дигитална медицина



Мега трендови и локални потреби

Промени во родовите улоги

- Расчленување на традиционалните родови улоги
- Сè поважна улога на жената на работното место
- Почитување на социјалните вештини
- Растење на важноста на здравата рамнотежа на работниот живот
- Нови семејни структури и начин на живот



Мега трендови и локални потреби

Климатски промени

- **Свет на оскудни ресурси:** недостигот на природни ресурси може да стане една од главните причини за конфликт меѓу земјите, кои се соочуваат со потешкотии за да ја гарантираат благосостојбата на своите граѓани.
- **Животна средина:** концентрацијата на CO₂ во земјината атмосфера ќе продолжи да се зголемува. Оваа слика од иднината е содржана во Зелената книга на Европската комисија за урбан транспорт, која покажува дека сообраќајот во градовите денес генерира 40% од емисиите на CO₂.
- **Премин од линеарна во кружна економија:** се појавуваат нови индустрии и бизнис модели кои имаат за цел да го подобрат влијанието врз животната средина преку намалување на зависноста на економските активности од фосилни горива (нафта, јаглен и гас) и зголемување на употребата на енергија од обновливи извори (на пример, соларна енергија, ветер, геотермални).



Мега трендови и локални потреби

Нови модели на потрошувачка

- **Поларизација на богатството:** И така денес, речиси 50% од светското богатство е во рацете на 1% од населението и 86% од глобалното богатство (240 трилиони долари) е во сопственост на 8,6% од возрасната популација (425 милиони луѓе).
- Земјите од третиот свет уживаат поголем просперитет и подобрена потрошувачка во новоиндустријализираните земји.
- **Одржлива потрошувачка на запад (еко-био-фер трговија).**
- Расте важноста на колаборативната потрошувачка: **од продажба до закуп бизнис модел**



Глава 3

Пристап на дизајнерско размислување
Претворање на идеја во бизнис, користејќи го пристапот на дизајнерско размислување



Co-funded by
the European Union

Што е дизајнерско размислување

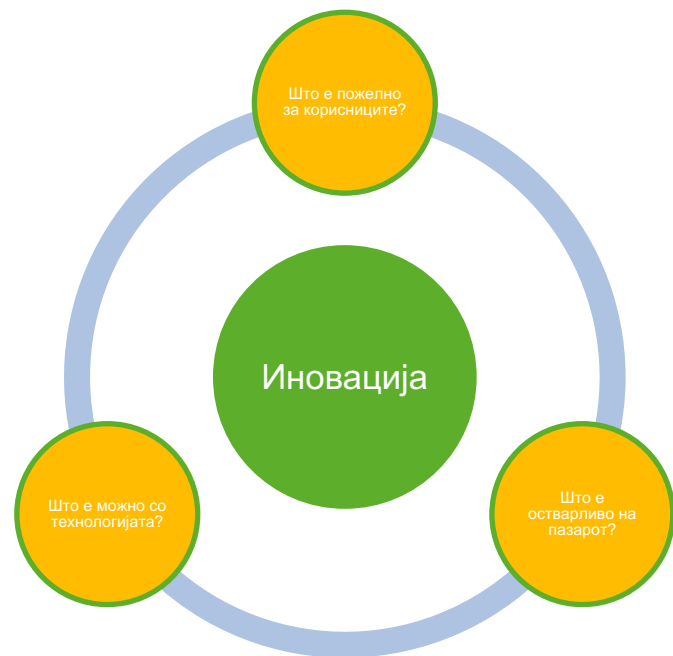
Дизајнерското размислување е интерактивен процес кој користи емпатија за да ја разбере корисникот сржта на производот или решението што се развива.

Тоа е пристап заснован на решенија кој им овозможува на луѓето да генерираат разновиден и креативен сет на идеи што може брзо да се прототипираат, тестираат и да се подобруваат. Поради овие причини, често се користи од тимови кои сакаат да иновираат и решаваат сложени предизвици.

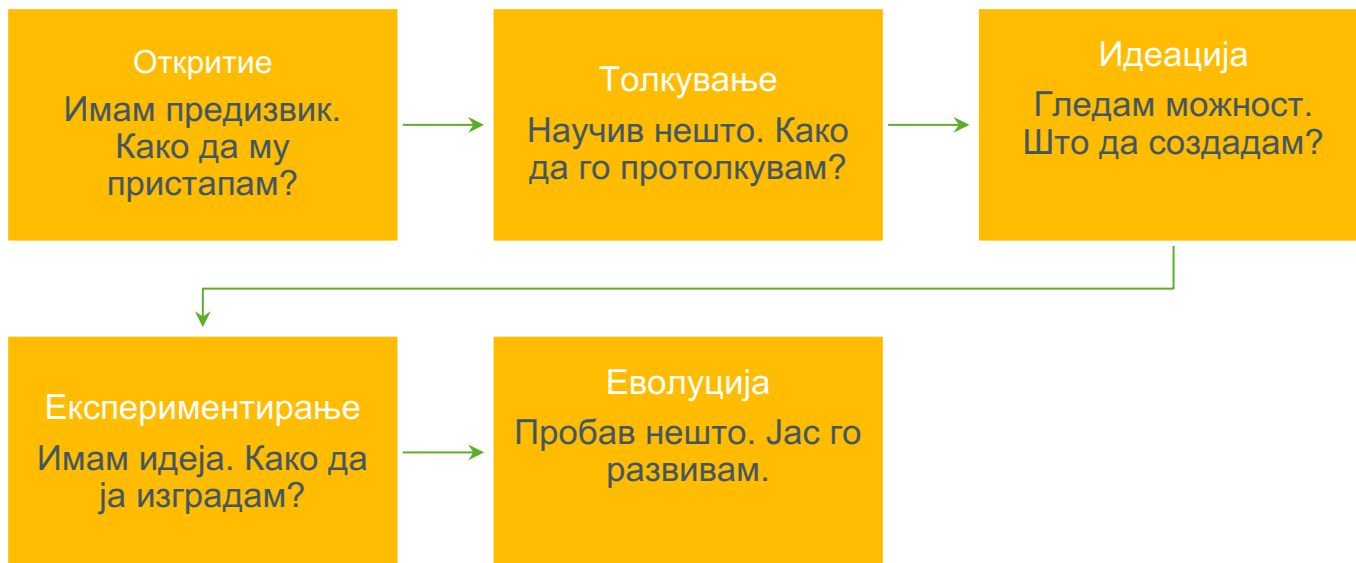


Целта на дизајнерското размислување е да постигне:

- Култура на постојана иновација според потребите на корисниците/пазарот
- Способност за модификација



Процес на дизајнерско размислување



Потреби за откривање и извидување

Целите на **фазата на истражување** е да се разберат потребите, бариерите и ограничувањата на нашиот пазар и корисниците

- Без предрасуди
- Без претпоставки

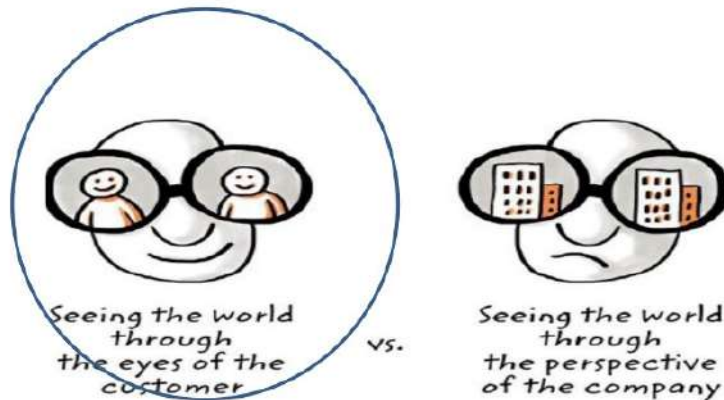


*Ако ги прашам моите
клиенти што сакаат, тие би
рекле побрз коњ*

Henry Ford.



Однесувањето на истражувачот



Гледање на светот низ очите на купувачот

наспроти

Гледање на светот низ перспективата на компанијата

- Сочувствувајте и почувствувајте го нивното искуство
- Вистинска љубопитност и интерес кај учесниците
- Градење на однос и доверба

Глава 4

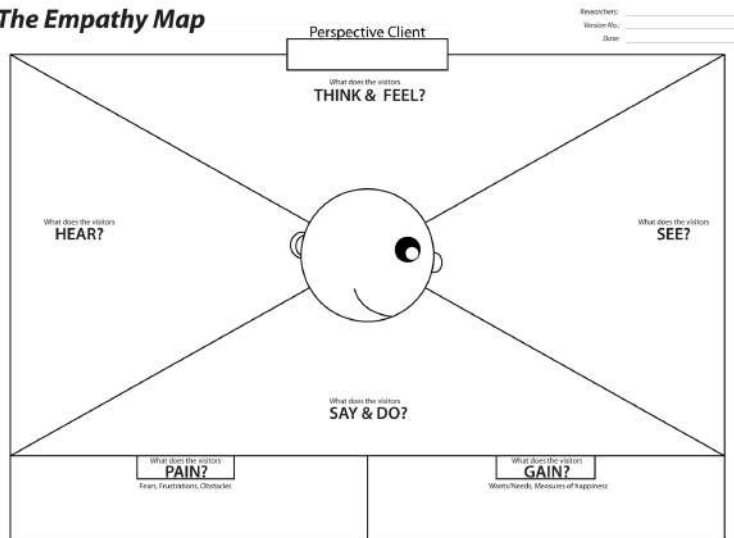
Анализа на корисниците: Мапа на емпатија наспроти мапирање на личности



Co-funded by
the European Union

Мапа на емпатија наспроти мапирање на личности

The Empathy Map



Мапа на емпатија

Извор: <https://workingincontent.com/resources/user-centered-content>

CUSTOMER PERSONA



Jennifer D. Gephart

Age: 32
Occupation: Finance Project Manager
Education: MBA
Location: Austin, TX
Status: Single

Interests Cycling, kayaking in Lake Travis, comedy shows, fire dining with friends, volunteering at the local animal shelter.	Goals Better communication across various departments Clear, defined due dates and accountability for tasks Do more with less money	Pain Points/Frustrations Delays or slow communication Disorganized work environment Lack of accountability in tasks across team members
Motivations Recognition from board, supervisors and peers Personal reward from successful deals Opportunity for raise or promotion Satisfying clients and delivering optimal results	Challenges Increase revenue fast Increase sales team productivity Delays or slow communication	Needs & Expectations Stack integration All-in-one project management tool that has clear due dates for projects Gantt charts Notifications for easy and quick collaboration
Technology & Social Media She uses Apple devices Browsers on her phone but makes more action decisions on her laptop Uses Instagram, Facebook, LinkedIn, and Twitter	Content-Type Preferences Wall Street Journal Forbes Fortune Business Week The Economist Trade Publications Bloomberg New York Times	Brands & Influences Stack Google Apple Amazon Microsoft Facebook

Личност на клиентот

Извор: <https://openclassrooms.com/en/courses/4555276-conduct-design-and-user-research/4788941-create-personas-and-journey-maps/>

Зошто да ја користите алатката за мапа на емпатија

Мапата на емпатија е алатка за соработка која овозможува заедничко истражување на потребите на различни потрошувачи.

Мапата на емпатија фаворизира создавање производи и услуги насочени кон корисниците како што се:

- Го открива помалку експлицитното знаење, „зошто“ зад акциите, изборите и одлуките на корисниците, истакнувајќи ги нивните потреби и дозволувајќи дизајн заснован на реални потреби.
- Повикува да се интернализираат искуствата на корисниците што овозможува да се оди подалеку од погенеричките или површни информации. Го отвора патот за иновативен дизајн.
- Таа помага да се размислува за реални и конкретни ситуации и брзо да се менуваат решенијата врз основа на искуствата на луѓето.



Емпатија
Длабоко разбирање на
проблемите и реалноста на
луѓето за кои дизајнирате

Видео: *Што е мапа на емпатија?*

Кликнете на видео иконата за да го гледате



Дескриптори за мапирање на личности



МИСЛИ И ЧУВСТВУВАЈ -> Што е важно / Што сакаш / мислиш? Како би се чувствувале да го имате овој производ/услуга?

ГЛЕДАЈ -> Што гледате во други слични производи/услуги? А во кругот на познаници?

СЛУШАЈ-> Што кажуваат луѓето околу тебе? И јавното мислење? Што сфаќате?

КАЖУВАЈ и ПРАВИ-> Што велите за оваа иновација? Како се однесувате и што правите? Дали ќе го користите овој производ/услуга? Дали ќе го препорачате / промовирате?

БОЛКА-> Пречки - ризици - недостатоци при креирањето на овој производ/услуга. Дали се плашите дека оваа иновација нема да успее?

ДОБИВКА-> Предности - заработки при креирањето на овој производ/услуга. Дали мислите дека ова ќе има позитивно влијание? Дали мислите дека тоа ќе им помогне на другите луѓе?

Дескриптори за мапирање на личности

Мапирање на личности е создавање на измислени, но реални профили на нашите целни корисници. Тие ги одразуваат карактеристиките како што се личните атрибути, цели, мотивации, ставови и многу повеќе.

Описите вклучуваат:

- Модели на однесување
- цели
- вештини
- ставови
- Позадина на личноста
- Средината во која функционира личноста

Лични податоци (и слика или аватар)	Интереси	Цели	Болни точки / фрустрации
	Мотивации	Предизвици	Потреби и очекувања
	Технологија и социјални медиуми	Преференци за тип на содржина	Брендови и влијанија

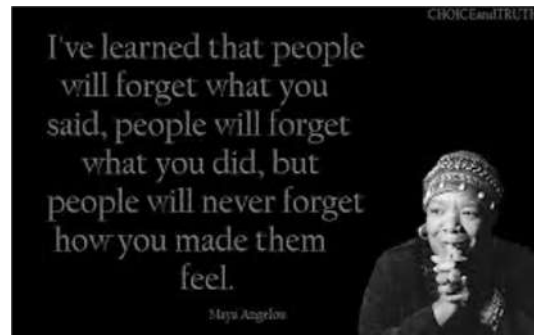
Видео: Креирање на личности за истражување на корисничкото искуство

Кликнете на видео иконата за да ја погледнете 🖱️



Зошто се важни овие алатки?

- Длабокото разбирање на целната публика е основно за да се создадат значајни идеи/решенија.
- Личностите на корисниците му помагаат на тимот да го најде одговорот на едно од нивните најважни прашања: „за кого дизајнираме?“
- Со разбирање на очекувањата, грижите и мотивациите на целните корисници, можно е да се дизајнира производ што ќе ги задоволи потребите на корисниците и поради тоа ќе биде успешен.



*Цитат од Маја Ангелоу
„Научив дека луѓето ќе
забораваат што си кажал,
луѓето ќе забораваат што
си направил, но луѓето
никогаш нема да забораваат
како си направил да се
чувствуваат“.*



*Корисничко искуство
наспроти дизајн*

Глава 5

Развијте ја вашата идеја
Бура на идеи и предлог за вредност



Co-funded by
the European Union

Бура на идеи и создавање идеи

- **Бурата на идеи** дава дозвола да се размислува експанзивно и без никакви организациски, оперативни или технолошки ограничувања.
- Практиката на генерирање непрактични решенија често предизвикува идеи кои се релевантни и разумни. Можеби ќе бара генерирање на 100 идеи (од кои многу се глупави или невозможни) за да се дојде до тие три вистински инспиративни решенија.
- За време на бурата на идеи, решенијата се креираат само со клиентот во мислите.



Совети за бура на идеи



Избегнувајте деструктивно размислување

Поттикнувајте диви идеи

Надградувајте се на идеите на другите

Останете фокусирани на темата

Одложете ја пресудата

Еден разговор во исто време

Размислувајте за трендовите

Бидете визуелни

Предлог вредност

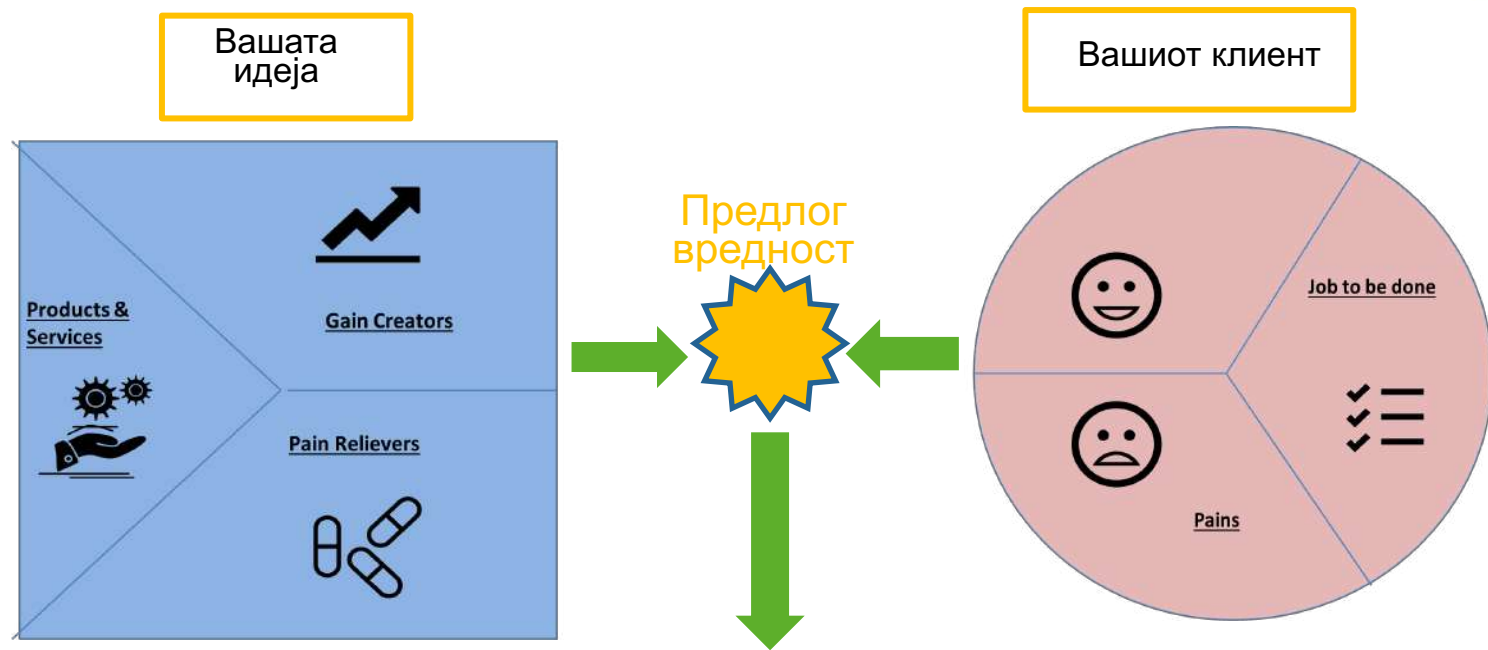
Тоа е алатка за сочувствување со клиентите, за идентификување на потребите и желбите со цел да се разбере кои производи или услуги се подготвени да ги купат

Видео: Платно за предлог вредност од Strategyzer.com објаснето преку Uber пример

👉 Кликни на видео иконата за да го гледаш видеото



Направете го вашето платно со предлог за вредност



Нашиот (продукт/услуга) **им помага** (сегмент на клиенти) **кои сакаат** (работа што треба да се заврши), избегнување/намалување... (болка) и создавање/зголемување... (добивка)

Глава 6

Креирајте го вашиот прототип
Од апстрактна идеја до конкретен прототип



Co-funded by
the European Union

- Во секој процес на развој на бизнис идеја е важно да се изгради **прототип** со цел да се тестираат решенијата и да се учи од повратните информации. Многу важно е визуелизацијата на идеите и концептите да почне да расте од 2Д во 3Д перспектива.
- Прототипот е ран примерок или модел изграден за тестирање на концепт или процес (Википедија)
- **Прототипот** е за градење на размислување. Ова значи создавање на решението за да може да се пренесе до другите и да се подобри идејата. Прототипите се ЖИВИ (простор за подобрување).
- Целта на прототипот е да се создадат искуства на кои корисниците можат да реагираат и да даваат повратни информации. Прототиповите создаваат разговор (дискусија со корисници)



Брзи прототипови

Прототиповите со **ниска верност** (брзи) играат важна улога: тие им овозможуваат на дизајнерите брзо да ги тестираат идеите за да го подобрат конечниот дизајн

Кога корисниците гледаат прототипови со ниска резолуција, тие гледаат потенцијал

Брзи прототипови со ниска резолуција



Кога корисниците гледаат на високо софистицирани прототипови, тие гледаат проблеми

Брзи прототипови со висока резолуција



Прототипови со ниска резолуција наспроти прототипови со висока резолуција

Совети за брзи прототипови

- 
- Избегнувајте деструктивно размислување
 - Големина на прототип: поголемо не е нужно подобро
 - Градете имајќи го предвид корисникот (концентрирано на корисникот)
 - Кажете ја приказната и не обидувајте се да се надоврзувате на естетски прототип (не трошете време)
 - Избегнувајте емоционална поврзаност со идејата
 - Избегнувајте конечни одлуки пред да изградите прототип или пред тестирање

Што може да биде брз прототип?

- **Скици:** Користете ги за да комуницирате и да ги истражите идеите на почетокот на процесот на дизајнирање.
- **Прототипови на хартија:** Користете ги за да истражите нови решенија малку подоцна во процесот на дизајнирање.
- **Wireframes:** Користете ги за да се фокусирате на поставување содржина, архитектура на информации и функционалност.



Што може да биде брз прототип?

- **Лего прототипови:** Користете ги за да ги истражите физичките производи, како и да изградите емпатија преку преизведување на патувањата на корисниците.
- **Корисничко искуство/Прототипови за раскажување приказни:** Користете ги за да имитирате сложени системи, сложена интерактивност или идни технологии пред да потрошите ресурси за да ги изградите.
- **Други:** примери на прототипови на услуги

Прототипови на услуги



Green Up Yourself

-
- Dolor hic tibi proderit olim!
Dulce et decorum est pro patria mori!
- Dum spiro, spero! Errare humanum est! Dives qui sapiens est!
- Faciunt favos et vespaes!
- Eriqua pars est vitae qua vivimus. Ceterum quidam omnia solum non vita ses tempus
- Mors suum venenum blanda oratio! Homines sumus, non dei! Homo est animal societur.
- Horae quidem cedunt et dies et menses et anni; nec praeteritum tempus unquam revertitur; nec quid generatur!
- Homo ex veste aestimatur
- Magnum vectigal parsimonia
Memoria minorat, nisi eam exerceas! Mens agitat molem!
Mens sana in corpore sano (sit)
- Faciunt favos et vespaes!
- Mala sunt vicina bonis!
- Longa mora est nobis omnis, quae gaudia differt!
- Male parva male dilabuntur!
Magna res est vocis et silentii temperamentum!
Iustitia sine prudentia multum potest: sine iustitia nihil valet prudentia!
- Medio tutissimus ibis!



Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Празен шаблон за мапирање на личности
- <https://frescopad.com/persona-map-definition/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=u44pBnAn7cM&t=18s>

Време: 45-60 минути.

Опис на вежбата.

Име: Мапирање на личности

Цел на учење: стекнете знаење за мапирање на личности и нивните дескриптори. Размислувајте на емпатичен начин. Научете како да се фокусирате на решенија за фрустрациите и потребите на корисниците. Ставете ја емпатијата во пракса. Размислете за „личноста“ на длабок начин.

Компетенции:

Контекстуализирање на проблемите, креативност

Процес

Детализирајте ја постапката за решавање на вежбата. Организирајте го секвенцијално во точки секој чекор за да ја извршите вежбата.

1. Читајте ги слајдовите поврзани со мапирање на личности и погледнете го предложеното видео
2. Размислете за вашата личност
3. Пополнете ги 10-те полиња
4. Претставете ја вашата личност на вашите врсници/тренер



Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Material resources:

- Празен шаблон со предлог платно за вредност
- <https://www.youtube.com/watch?v=kiWkRiynPAo>

Време: 45-60 минути.

Опис на вежбата.

Име: Предлог платно за вредност

Цел на учењето: Стекнување знаења за предлог платно на вредност и неговите дескриптори. Размислување на емпатичен начин. Учење како да се фокусирате на решенија за фрустрациите и потребите на корисниците. Бидете способни да размислувате за придобивките за корисниците. Бидете способни да ја дефинирате „вредноста“ на бизнис идејата.

Компетенции: Креативност. Системско размислување. Критичко размислување. Контекстуализација на проблеми. Размислување на истражувачки начин. Можности за забележување. Вреднување на идеи.

Процес

Детализирајте ја постапката за решавање на вежбата. Организирајте го секвенцијално во точки секој чекор за да ја извршите вежбата.

1. Читајте ги слајдовите поврзани со предлогот за вредност canvas и погледнете го предложеното видео.
2. Почнете да го пополнувате делот поврзан со вашиот клиент.
3. Потоа пополнете го делот поврзан со вашата идеја.
4. Размислете за вашиот предлог за вредност
5. Презентирајте ја вашата идеја на вашите врсници/обучувачи (види слајд 32)



Модул 5

Ресурси за започнување на мојот зелен бизнис во ЕУ.
Дел 2: Насоки за развој на мојот зелен бизнис план.



Co-funded by
the European Union



- [Глава 1:](#) Што е бизнис модел?
- [Глава 2:](#) Клучни модели за развој на Бизнис План:
 - Платно за бизнис модел
 - Lean Платно
 - Social Lean Canvas
- [Глава 3:](#) Како да го развијам мојот зелен бизнис модел?
 - Social Lean Canvas
- [Глава 4:](#) Презентација на мојот предлог:
 - Elevator pitch
 - Pitch Deck



„Претприемачот во нас гледа можности каде и да погледнеме, но многу луѓе гледаат само проблеми каде и да погледнат.“



Michael E. Gerber

Глава 1

Што е бизнис модел?



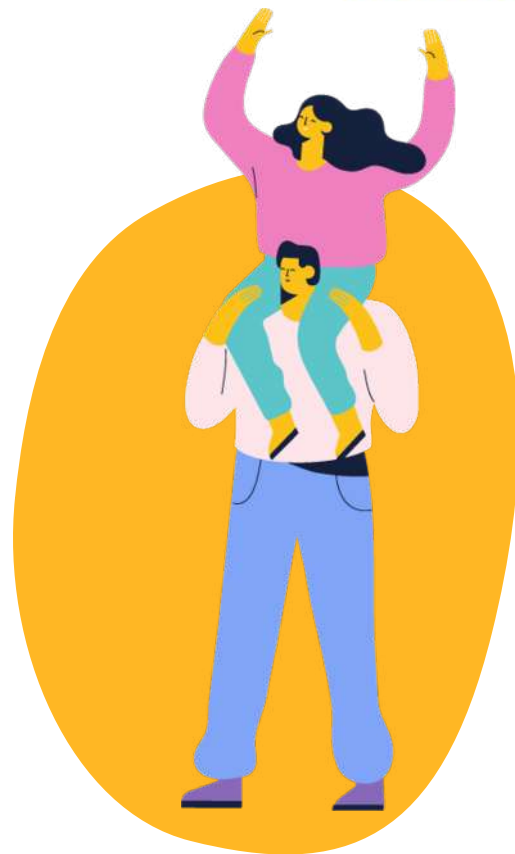
Co-funded by
the European Union

Како вовед



Веројатно во одреден момент сте имале можност да се соочите со големото прашање што си го поставуваат многу луѓе кои сакаат да водат сопствен бизнис:

- Како да ги организирам СИТЕ акции што треба да ги споведам за да ја започнам мојата бизнис ИДЕЈА?
- Што треба да размислам за да ја направам мојата бизнис ИДЕЈА успешна и одржлива?
- Кои аспекти треба да ги разгледам пред да започнам какво било одржливо претприемништво?



Размислувањето за бизнис моделот е најдобриот начин да се прилагодите на променливиот свет (Tim Clarks, 2011).

Се соочуваме со **пазар** кој е **турбулентен и се менува** и тоа се должи на фактори кои се надвор од наша контрола. На пример: Економска рецесија, драстични демографски промени, фактори на животната средина кои доведоа до развој на **зелена транзиција**.

Овие промени се исто така надвор од контролата на компаниите и имаат големо влијание врз нашите бизнис модели.

Зелената транзиција, која е процес кој одговара на промените потребни за контрола и враќање на штетите врз животната средина, бара од компаниите да направат важни промени во деловните модели за да станат поконкурентни на пазарот.



Ајде да дефинираме Што е бизнис модел?

Со многу едноставни зборови:

Бизнис модел е процес кој објаснува како една компанија или претприемништво:

Генерира

Доловува

Доставува



Вредност

Во нашиот случај

Вредноста е тесно
поврзана со: климатските
промени, намалувањето
на јаглеродот,
одржливиот и еколошки
начин на живот.



За дефиницијата

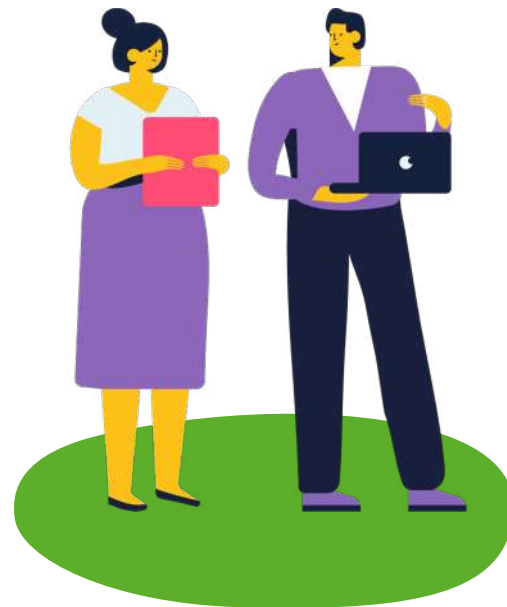
Според Александар Остервалдер (2010)

Бизнис моделите може да се сфатат како мапи кои го опишуваат начинот на работа на една компанија.

На ист начин како што архитект подготвува планови за изградба на зграда, претприемачите дизајнираат бизнис модели за да ги водат за време на создавањето на компанијата.

Со други зборови:

Тоа е процес што го следи компанијата за да добие профит и да генерира позитивно влијание за одржливиот развој.



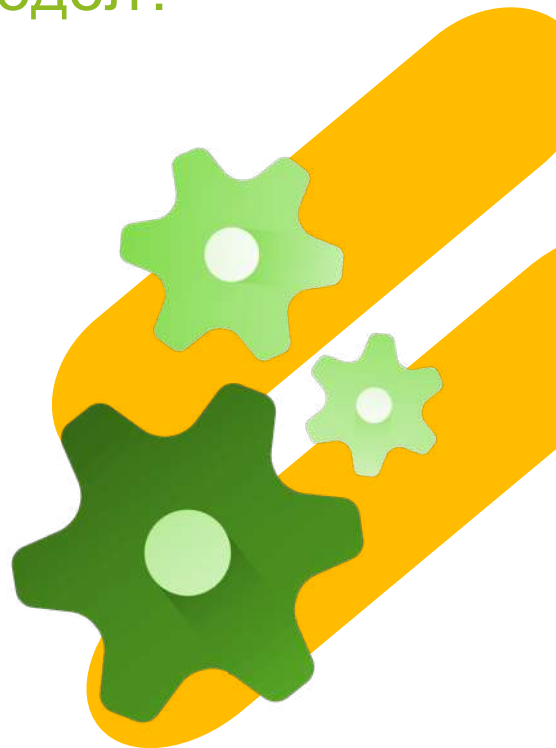
Која е основата на дизајнот на бизнис модел?

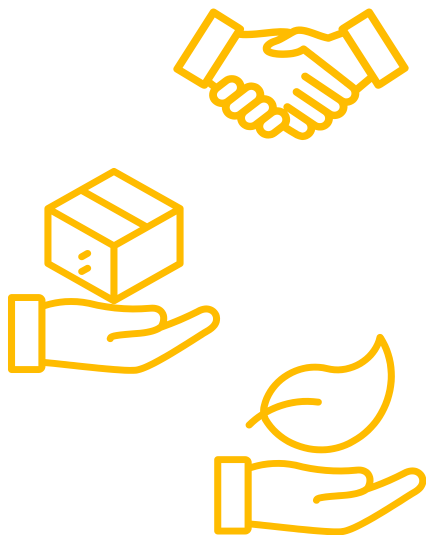
Бизнис моделот е ориентиран или настојува да одговори на две клучни прашања.

1. Кој е клиентот (карактеристики)?
2. Какви услуги навистина му се потреба (потребни) на клиентот?

Затоа бизнис моделите се дизајнирани да генерираат ресурси за да ги задоволат потребите на вашиот сегмент на клиенти.

Покривањето на реалните потреби и побарувачката на сегментот на клиенти е многу важно бидејќи од тоа зависи одржливоста на бизнисот.





Со развојот на бизнис моделот ќе ве поддржime во идентификување и детално опишување на:

- клиентите на вашата одржлива или зелена бизнис идеја.
- задачите или активностите што вашиот зелен бизнис мора да ги заврши за да ги покрие потребите на вашите клиенти.
- потребите или проблемите поврзани со деградацијата на животната средина за кои сте загрижени и кои би можеле да ги подобрат условите за вашите клиенти.

Глава 2

Клучни модели за развој на Бизнис план.



Co-funded by
the European Union

Како што видовме во дефиницијата, Бизнис модел е патека или процес кој чекор по чекор ги опишува клучните компоненти за создавање на бизнис кој генерира ресурси.

Во овој дел ќе ги истражиме трите најважни модели, почнувајќи од Платното за бизнис модел, кое ја формира основата за следните два модели.

Ќе го нагласиме моделот на Ројан Јеоман и Дејвид Московиц, бидејќи најдобро одговара на бизнис идеите поврзани со одржливоста и позитивното влијание врз животната средина.



1. Платно за бизнис модел

Александар Остервалдер

- Тоа е методологија која на едноставен и прецизен начин ги развива различните аспекти на вашата бизнис идеја кои се неопходни за правилно функционирање на вашето претприемништво.
- Тоа е модел кој обезбедува многу видливост за: **што правите, како го правите и кон кого целите.**
- Тоа е алатка која ви овозможува **да имате јасна глобална визија за претприемништвото** што сакате да го промовирате.
- Презентиран е **на визуелен начин**, на платно што ви овозможува да поставите идеи, да ги прегледувате, обновувате, преместувате или менувате за да најдете нови начини или решенија за предизвиците за започнување ЗЕЛЕН бизнис.
- **Овој модел користи системска методологија**, односно сите негови компоненти се меѓусебно поврзани.

ПЛАТНО ОД 9 КОМПОНЕНТИ

ПЛАТНО НА МОДЕЛ

КЛУЧНИ ПАРТНЕРИ

Однапред знајте со кои партнери можат да изградите вредносни врски. Тие можат да донесат ресурси кои ќе го направат вашиот бизнис модел поефикасен.

КЛУЧНИ АКТИВНОСТИ

Кои уникатни стратегии има вашиот бизнис за да го испорача својот предлог на клиентите?

КЛУЧНИ РЕСУРСИ

Кои уникатни стратешки средства има вашиот бизнис за да се натпреварува?

ПРЕДЛОГ ЗА ВРЕДНОСТ

Зошто вашите клиенти би ве одбрале вас, а не друг бизнис? Зошто купуваат? Предлогот за вредност е јадрото на причината за постоење на компанијата и е ваш начин да ги задоволите потребите на клиентите на иновативен начин.

ОДНОС СО КЛИЕНТ

Како комуницирате со клиентот во текот на нивниот процес? Неопходно е да комуницирате со вашите клиенти.

КАНАЛИ

Како се промовираат, продаваат и испорачуваат вашите производи или услуги? Зошто? Дали функционира?

СЕКМЕНТ НА КЛИЕНТ

Кои се вашите клиенти? Што мислат тие? Што гледаат? Што чувствуваат тие? Што прават тие? Идентификувајте какви се вашите најважни клиенти и одредете ги вашите купувачи.

СТРУКТУРА НА ТРОШОЦИ

Кои се главните придвижувачи на трошоците на бизнисот и како тие се поврзани со приходите? Добивајќи идеја за структурата на трошоците, ќе знаете колкав мора да биде минималниот обем на вашата продажба за да остварите профит.

ИЗВОРИ НА ПРИХОДИ

Како вашиот предлог за вредност генерира приходи? Структурирањето на трошоците и приливот на приходи ќе ви даде јасна слика за тоа како вашата организација заработува приходи. Колку клиенти и се потребни на вашата организација годишно за да генерира приходи? Колку приходи ви се потребни за да се изедначат приходите и расходите?

Пример за овој модел

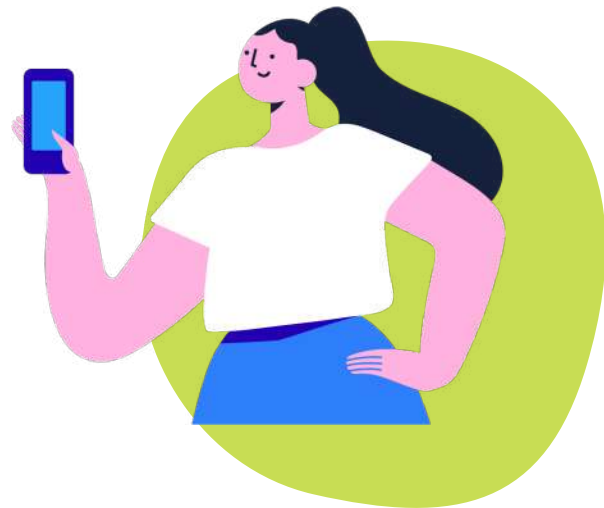


Информативна пилула:

Видео:

*Објаснување на платното за бизнис
модел*

📌 Кликнете на видео иконата за да го
гледате!

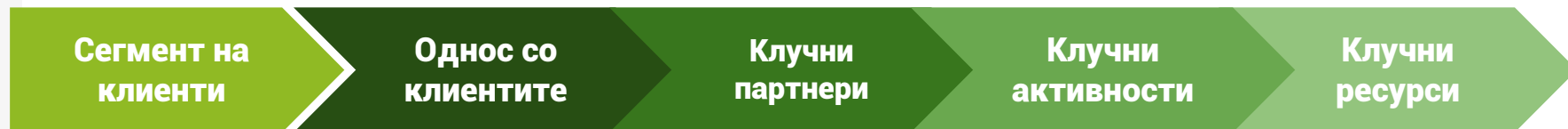


2. Lean Canvas од Еш Маурја

- Lean Canvas е адаптација на Бизнис моделот Business Model Canvas.
- Дизајниран е од Еш Маурја (Ash Maurya) за претприемачи кои се во почетна фаза на нивниот бизнис и се користи за работа на почетната идеја за стартап.
- Платното е поделено на два дела:



Адаптација на Lean Canvas блокови на традиционалниот модел на Остервалдер



Тука е дефинирана фигурата на Рани посвоители (**Early Adopters**). Ова значи сите оние луѓе на кои вашата бизнис идеја им решава проблем. Тоа е исто како и традиционалниот модел: вашите потенцијални клиенти.

Станува посебна **предност**.

Станува збор за рефлексива во реченица што ја прави вашата бизнис идеја посебна во споредба со она што се нуди на пазарот. Што имате што е тешко за вашите конкуренти да го копираат?

Станува **проблем**

Проблемот што го решава вашиот производ или услуга е причината за вашата бизнис идеја. Се препорачува да ги откриете 3-те главни проблеми на вашата целна публика

Станува **решение**

Ги опишува можните решенија што можете да ги дадете за да го решите проблемот на вашиот сегмент на клиенти.

Најмалку 3 карактеристики на вашиот производ или услуга се наведени.

Станува **клучна метрика**.

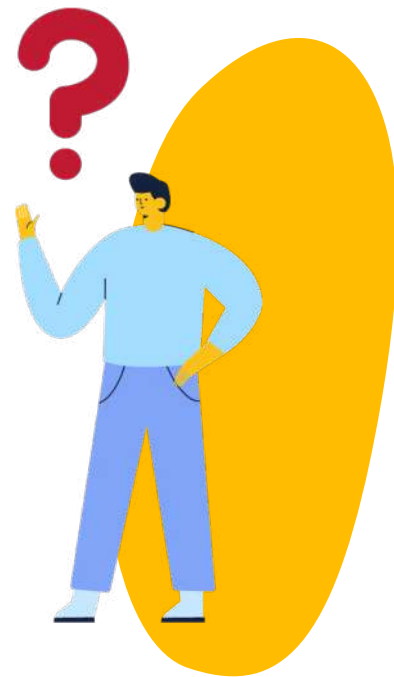
Мора да утврдиме кои активности сакаме да ги измериме и како. Да генерираме многу мал, активен сет на индикатори кои потоа ќе ни помогнат во донесување одлуки.

3. Социјален Lean Canvas

Роуан Јеоман и Дејвид Московиц

Клучни компоненти на овој модел

- **Цел:** Треба да размислиме за нашата **мотивација** и за тоа што сакаме да постигнеме со развојот на нашата идеја за зелено претприемништво (која може да биде непрофитна или профитна).
- **Влијание:** треба да го дефинираме влијанието што развојот на нашите производи или услуги ќе го има врз социјалната и **еколошката** област. Измерете го влијанието во однос на зелената транзиција.



Клучни аспекти на овој модел.

- Алатка која ви овозможува да ги анализирате деловните идеи во рамките на социјалното и зеленото претприемништво.
- Вклучува цел или мисија: целта на вашиот социјален/зелен бизнис и влијанието што тој го создава на територијата.
- Го бара тројниот биланс во бизнисот: долгорочна економска профитабилност, позитивно социјално влијание и намалување на негативното влијание врз животната средина.



Платното според овој модел

OBJECTIVE				
1 What is the motivation behind the idea and what do we want to achieve with the development of the idea.				
PROBLEM	SOLUTION	VALUE PROPOSAL	DIFFERENTIAL ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENT
3 Identify the three main problems of the collective and find out what alternatives to your idea they are using to solve them.	5 State the 3 most important features of your proposal that will help them solve their problem. KEY INDICATORS 9 Establish what results we want to measure and with what indicators.	4 Make it clear, simple and straightforward what makes your solution special and how you are going to help your customers solve their problem.	10 What makes you special and different, what makes you have a clientele. CHANNELS 6 How will you deliver your solution to your customer segments?	2 Identify and know the customer segments you are going to work with. Identify your Early Adopters to start working with.
COST STRUCTURE		FINANCIAL SUSTAINABILITY		
8 What are the expenses you will generate during the course of the activity.		7 How you will generate income		
IMPACT				
11 What impact is intended to be generated on the social and/or environmental surroundings.				



Click on the picture

Глава 3

Како да го развијам мојот зелен бизнис модел?

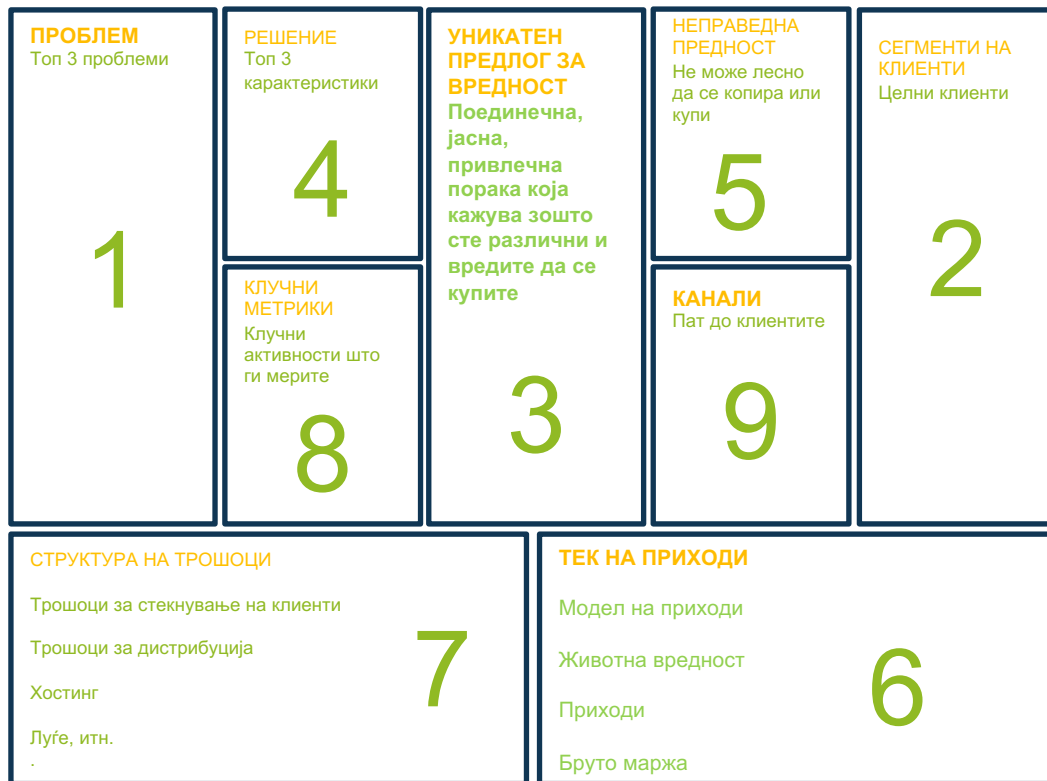


Co-funded by
the European Union

- За да се развие моделот, неопходно е да се реши секоја компонента по редоследот наведен подолу во примерот на платно.
- Решавањето на секоја компонента подразбира дека треба да се вклучите во размислување, истражување и консултации за да одговорите на секое од клучните прашања што ќе ги сретнете во секој блок.
- Исклучок во првиот ред: Ставките 1 (сегмент на клиенти) и 2 (проблеми) може да се пополнат по овој редослед или во обратен редослед (прво детектирајте ги проблемите, а потоа размислете за тоа кој „повредува“ или кој најмногу страда од овие проблеми).
- **Поважно, тие две ставки мора да се надополнуваат или да кореспондираат.**



Следењето на овој е ВАЖНО



Ќе се прошетаме низ секоја компонента на моделот на социјален lean canvas следејќи го примерот.

Идејата (прашање што треба да се реши)

The Bohemios Organic

„Луѓето кои имаат малку време за купување и претпочитаат да консумираат органски производи директно од производителот, немаат многу опции за онлајн купување. Малите производители мора да поминат низ многу големи дистрибутивни синџири за да ги пласираат своите производи, а за да ги пласираат своите производи на пазарот мора да ги продаваат по многу ниска цена“.



0. Цел

Декларација за целта на мојата бизнис идеја.

Која е причината зад бизнис идејата?

Што сакате да постигнете со тоа?

Да го погледнеме ова со пример:

Создадете единствена понуда за маркетинг и продажба на сертифицирани органски производи преку Интернет.

- Земјоделците можат да ги пласираат своите органски производи без посредници преку фер трговија.

1. Проблем

Бараме проблем за решавање: дали е итен, колку луѓе го имаат, дали луѓето би биле подготвени да платат за нашиот производ или услуга?

Каков проблем има вашиот клиент што вашиот производ/услуга има за цел да го реши? Наведете најмалку три ТОП проблеми /предизвици.

Следете го примерот во Анекс 5.3.2.

Да го погледнеме ова со пример :

Мала понуда за купување органски производи онлајн и директно од производителот.

- Трговски синџир, што значи дека производителите добиваат помала економска вредност при продажбата на нивните производи.

2. Сегмент на клиенти

За да се работи на оваа компонента, се користат дизајнерски алатки за размислување како што се дијаграмот на личноста или мапата на

Кој е вашиот ран посвојувач?
За кого ја генерираме оваа бизнис идеја?
За кого создаваме вредност?

Да го погледнеме ова со пример:

Имаме два сегменти на клиенти

- Потрошувачи на органски производи кои немаат време за купување во продавници.
- Производители на органска храна.

3. Предлог за вредност

Во кратка и јасна реченица објаснете им на вашите клиенти: како вашиот производ или услуга ги решава нивните проблеми, зошто тие треба да ја изберат вашата иницијатива и каква корист добиваат од вашиот производ или услуга.

Што ќе понудите за да ги решите проблемите откриени кај вашите клиенти?
Кои се придобивките од нашата бизнис идеја?

Да го погледнеме ова со пример :

Потрошувачите на органски производи.

- Лесно и безбедно купување на платформата.
- Гаранција за органски производи.
- Близина до производителот.

Земјоделци за органска храна.

- Фер трговија.
- 24/7 поддршка на апликација.
- Ефективни алатки за комуникација за безбедно и сигурно продавање.

4. Решение

Идентификувајте ги и наведете ги трите главни карактеристики на вашиот производ/услуга кои служат за решавање или адресирање на „недостатоците“ на вашиот сегмент на клиенти.

Кои клучни активности ги бара нашиот предлог за вредност, што е со нашите канали, што е со нашата финансиска одржливост?

Да го погледнеме ова со пример:

Bohemios Organic: пазарна платформа која ги поврзува потрошувачите на органски производи директно со органските производители:

- Директна продажба од земјоделците.
- Онлајн продажба на органски производи.
- Намалување на синџирот на дистрибуција

5. Диференцијална предност

Нагласете го главно она што ве прави посебни во споредба со останатите ваши конкуренти.

Што е тоа кај вас што го отежнува копирањето од вашите конкуренти? Општо земено, ова се открива со текот на времето, на почетокот можеби е малку тешко да се дефинира која е вашата конкурентска предност. Ако не знаете или не сте сигурни, можете да го оставите просторот празен или да напишете зошто мислите дека стоите надвор?

Да го погледнеме ова со пример:

- Пазар кој го гарантира квалитетот на своите производи.
- Единствен на пазарот кој директно ги поврзува производителите со потрошувачите.
- Комерцијален простор кој ја подига свеста за синџирот на вредност во органското производство.

6. Финансиска стабилност

Наведете ги различните приходи што ќе ги имате.

Како ќе заработите пари?
За што ќе ви платат вашите клиенти?
Која маргина на профит ќе ја остварите?

Да го погледнеме ова со пример:

Потрошувачи на органски производи..

- 15% од вкупната сума по нарачка.

Земјоделци за органска храна.

- Задржување на 10% од приходите од продажба.

7. Структура на трошоци

Анализирајте ги трошоците што ќе ги има вашата компанија.

Какви трошоци ќе има вашата бизнис идеја?
Кои трошоци ќе бидат поврзани со процедурите, активностите и ресурсите што ќе ви бидат потребни за да ја започнете вашата бизнис идеја?

Да го погледнеме ова со пример :

- Платформи за плаќање како што е пејпал.
- Хостинг на веб - страница.
- Whatsapp за компании.
- Бот за разговор.
- Правна компанија (услуги за правна помош).
- Достапни се пари за плаќање на услуги за превоз.
- Човечки ресурси (помош на клиенти и производители)
- Рекламен простор на социјалните мрежи

8. Клучни метрики

Овие се нумерички изразени вредности што се користат за анализирање на перформансите на одредено дејство или процес во рамките на една компанија..

Дефинирајте индикатори за донесување одлуки на патот на вашиот бизнис предлог. За првичните предлози важно е да се фокусираме на индикаторите што мерат::

- Вкупен обем на продажба
- Опфат на клиенти
- Задржување на клиенти

Да го погледнеме ова со пример:

- Број на потрошувачи регистрирани во апликацијата.
- Број на производители поврзани со апликацијата.
- % од органски производи купени од платформата на месечно ниво.

9. Канали

Ресурси кои се користат за промовирање на нашата вредност.

По кои канали ја носиме нашата деловна идеја до сегментот на клиентите? Што е потребно за да ги направиме нашите клиенти свесни за нашиот предлог за вредност? Каков вид на канали функционираат најдобро? Следете го примерот во Анекс 5.3.10.

Да го погледнеме ова со пример :

Потрошувачи на органски производи

- Информации за апликацијата: придобивки, избор на производители и производи, опции за испорака итн.
- Управување со комуникација со производителите.
- Информации за социјалните медиуми и рекламирање.

Фармери за органска храна.

- Доаѓаме до клиентот преку платформата.
- Канали за комуникација со произведувачите.
- Социјални медиуми и управување со рекламирање.

10. Влијание

Кои промени или подобрувања ги промовира мојата бизнис идеја за заштита на животната средина и одржлив развој.

Како мојата бизнис идеја носи придобивки за моите клиенти и нивната околина?

Идентификувајте како мојот предлог влијае во однос на одржливиот развој.

Да го погледнеме ова со пример :

- Промовира одговорна потрошувачка. Ја намалува потрошувачката на материјали за еднократна употреба и создавањето отпад.
- Промовира правична трговија и распределба на приходот за малите и средните органски земјоделци.



Глава 4

Презентација на мојот предлог. Добрите идеи треба да се соопштат.
Како да го покажам мојот бизнис модел?



Co-funded by
the European Union

Комуникација на претприемачки проекти :



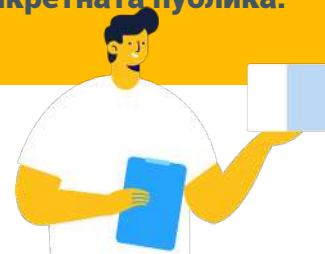
Ефективната комуникација и јасната презентација на претприемачки проект се фундаментални за успехот на секое претпријатие.

Затоа мораме да бидеме способни да ги пренесуваме идеите јасно и концизно со цел да го привлечеме вниманието на инвеститорите, потенцијалните клиенти и другите релевантни засегнати страни.

Има голем број на достапни алатки и ресурси кои ни помагаат успешно да комуницираме и да ги презентираме проектите. Во овој модул ќе погледнеме некои од нив.

Кои вештини и компетенции се потребни?

1. Способност да се сумираат и поедноставуваат сложени информации.
2. Способност да се убеди и мотивира публиката.
3. Способност за прилагодување на комуникацијата на конкретната публика.

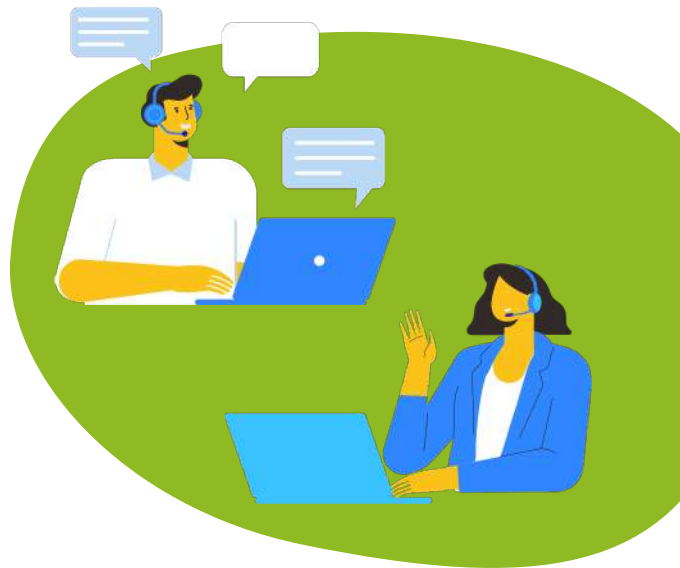


Elevator Pitch. Што е тоа?

Името се однесува на времето што ќе го имаме за нашиот презентациски говор. Слично е на кратките разговори што можеме да ги водиме во лифт (30 - 60 секунди).

Затоа, клучот е да бидеме директни, прецизни и ентузијасти кога го комуницираме нашиот бизнис модел, а тоа да го правиме за не повеќе од 30 секунди.

ВНИМАВАЈТЕ, никогаш не знаете каде и кога ќе имате можност да импресионирате со вашата трансформативна иницијатива во зелениот сектор, да ја добиете потребната поддршка или инвеститори кои ви се потребни.



Како да подготвите elevator pitch?

Подготовка

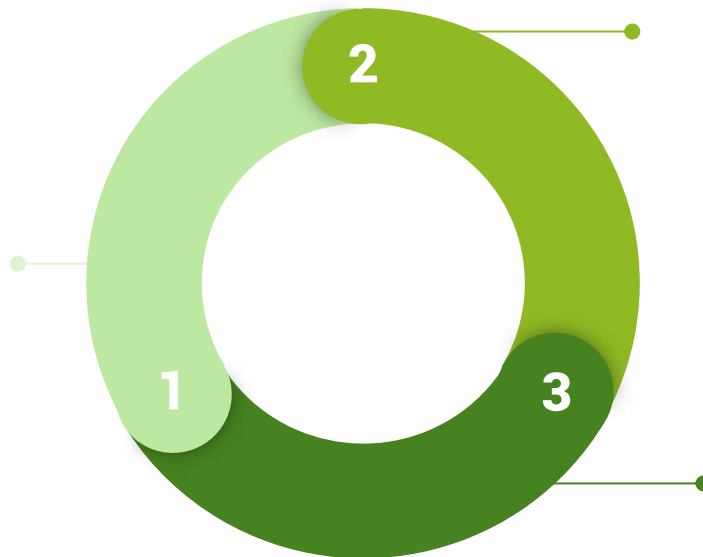
Прво, бидете јасни за тоа што ќе комуницирате. За да го направите ова, неопходно е детално да го знаете вашиот бизнис модел.

Одговорете на овие клучни прашања: Кој си ти? Што работи вашата компанија? Која е вашата диференцијална вредност? Зошто треба да инвестираат во вас?

Важно е да се биде транспарентен, јасен и конкретен.

На пример, не кажувајте дека произведувате компјутери. Бидете појасни: „Го создадов првиот 100% зелен компјутер во светот“.

Не користете технички зборови во вашиот говор, бидејќи потенцијалните клиенти и инвеститори често не го познаваат вашиот сектор во длабочина. Треба да им ја пренесете вашата порака на јасен начин.



Тестирање

Откако ќе го подготвите говорот, повторете го онолку пати колку што ви треба за да го научите и усвоите. Време и приспособете се за да можете да ги испорачате вашите идеи со влијание.

Да се биде природен е од суштинско значење, за да не звучи како автоматизирана порака, затоа прифатете го вашиот говор за да можете да го репродуцирате со целосна отвореност и природност.

Презентација

Кога го презентирате вашиот терен на потенцијален клиент или инвеститор, запомнете дека најважно е да создадете добар впечаток, да предизвикате чувство на „Сакам да знам повеќе“.

Pitch desk, Што е тоа?

Тоа е документарно дополнување на презентациониот говор (elevator pitch).

Pitch deck е маркетинг техника. Се состои од визуелна претстава (видео, интерактивна ppt, дигитална презентација) со цел да го претставите вашиот претприемачки проект.

Целта е да се убедат оние кои можат да инвестираат или да се партнери во претприемачкиот бизнис.

.



Како да креирате Pitch Deck?

- Погрижете се да имате јасна и прецизна идеја за вашето претприемништво и неговото влијание.
- Презентирајте јасна визија за тоа како ќе помогнете да се реши проблемот што го идентификувавте.
- Објаснете како вашето претприемништво е толку уникатно и различно од другите кои веќе постојат во зелениот сектор.
- Обезбедете план за тоа како ќе заработите приход и што ќе го направи одржлив.
- Вклучете податоци и статистики за целите за одржлив развој на кои ќе влијаате, за да ги поддржите вашите аргументи и да ја покажете потребата.
- Направете го вашиот говор визуелно привлечен и лесен за следење, користејќи графикони и дијаграми.
- Обидете се да бидете многу визуелни и да го ограничите бројот на реченици што ги користите.
- Вежбајте го својот говор пред да го презентирате и бидете подготвени да одговарате на прашања и да разговарате за деталите за вашето претприемништво.

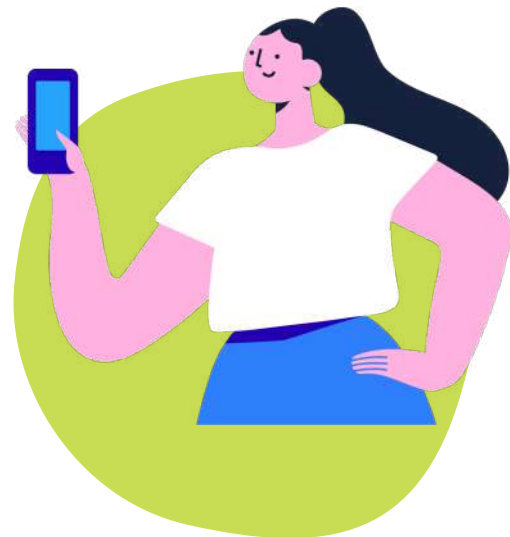


Информативна пилула:

Видео:

Elevator Pitch од Алисија По.

📌 Кликнете на видео иконата
за да гледате!





Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Опис на вежбата.

Име: Платно слика со зелена боја.
Развивање на мојата бизнис идеја.

Цел на учењето: Студентите ги идентификуваат клучните аспекти на секоја компонента на бизнис моделот "Social Lean Canvas" врз основа на зелената или одржливата бизнис идеја што ја создале во модулот за обука 4.

Компетенции: иновации,
креативност, издржливост,
општествена одговорност

Материјални ресурси:

- Платно „Social Lean Canvas“ што може да се преземе
- Дигитален пост

Време: 30 минути

Процес



1. За да го развиете моделот, ќе треба да ја запишете вашата зелена бизнис идеја, во зависност од тоа како сте ја развиле во вежбите на модулот за обука 4.
2. Преземете го „Social Lean Canvas“ [овде](#).
3. Користејќи ги дигиталните белешки за објавување, напишете ги вашите идеи на секоја од компонентите на платното.
4. Запомнете дека редоследот е важен, затоа пополнете ја секоја компонента според редоследот што ви го покажавме во примерот.



 Green Up
yourself 

Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Шаблони за документи Word
- (Canva, Genially, Power point)

Време: 30 минути.

Опис на вежбата.

Име: Пренесување на вашата идеја. Подгответе го elevator pitch.

Цел на учењето: Развијте го презентативниот говор на учесниците за нивниот зелен бизнис модел.

Компетенции:

Иновативност, Креативност,
Отпорност, Комуникација

Процес

Напишете го вашиот презентациски говор според следната структура:

1. Започнете со изненадувачка изјава.
2. Објаснете кој сте и која е вашата иницијатива.
3. Наведете кои потреби или проблеми ги покривате со вашата зелена бизнис идеја.
4. Кажете какви решенија давате.
5. Потврдете ги главните придобивки што некој би ги добил од вашата бизнис идеја.
6. Објаснете зошто сте вистинската личност (или вашиот проект е вистинскиот проект).
7. Завршете со повик за акција.

Откако ќе ги запишете вашите идеи, ќе ги организирате во инфографик. Вие одлучувате за дизајнот.

За развој на инфографик можете да користите алатки како: Canva, Genilly, power point, prezzi и др..

Дополнителни ресурси.

Навлегувајќи подлабоко во темите.



Co-funded by
the European Union

За допълнителни информации



- How to create your first PITCH DECK ?:
<https://www.youtube.com/watch?v=5nomvwcPwak>
- The sustainable canvas: a new canvas for the circular economy, 2019: <https://eco-circular.com/2019/10/28/el-canvas-sostenible-un-nuevo-lienzo-para-la-economia-circular/>
- Business Model Canvas vs. Lean Canvas vs. Value Proposition Canvas:
https://www.youtube.com/watch?v=hByOlb_CmEE
- Elevator pitch: what to say when you have 30 seconds to make an impact?: <https://www.becas-santander.com/es/blog/elevator-pitch-ejemplos-tenes-30-segundos.html>
- Lean Canvas Example:
<https://www.youtube.com/watch?v=2nW9lg-fenY>
- How to integrate the Sustainable Development Goals into a business model:
https://www.elespanol.com/enclave-ods/semanales/20220124/integrar-objetivos-desarrollo-sostenible-modelo-negocio/644185751_0.html
- Business Model Canvas Explained:
<https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

- CANVAS, así se elabora este modelo. En: <https://www.emprendedores.es/gestion/modelo-3/>
- Alfonso Prim - Lanzo. Modelo canvas explicado Paso a Paso. En: <https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>
- Objetivos del Desarrollo Sostenible. El lienzo de modelo sostenible.En: <https://objetivodesarrollosostenible.com/2020/09/04/lienzo-modelo-sostenible/>
- María Alonso. Modelo Canvas: para qué sirve y cómo hacerlo paso a paso. En: <https://asana.com/es/resources/business-model-canvas>
- José María Bolufer de Francia -Business. Model Canvas Sostenible: mejora el mundo, mejora tu negocio. En:<https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/blog/business-model-canvas-sostenible-mejora-el-mundo-mejora-tu-negocio/>
- Manuel Aguirre. El canvas sostenible: un nuevo lienzo para la economía circular. En: <https://eco-circular.com/2019/10/28/el-canvas-sostenible-un-nuevo-lienzo-para-la-economia-circular/>
- Elevator pitch o cómo convencer a un inversor en 30 segundos. En: bit.ly/43HCmfF
- Tu modelo de negocio. Tim Clark, Alexander Osterwalder y Yves Pigneur. Editorial Deusto. 2012.
- Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Generación de Modelos de Negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Editorial Deusto. 2011
- Ash Maurya. Como crear tu Lienzo Lean. En: www.innovacion-sistematica.net



Модул 6

Дигитални вештини и алатки за претприемништво



Co-funded by
the European Union



- Глава 1: Дигитални вештини
- Глава 2: Дигитални алатки
- Глава 3: Онлајн алатки за соработка за далечинска работа: Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana
- Глава 4: Алатки за комуникација: Skype, Google Meet, Zoom
- Глава 5: Дизајн апликации: WordPress, Wix, Canva
- Глава 6: Социјални мрежи: WhatsApp Business, LinkedIn

Глава 1

Што е дигитална вештина?



Co-funded by
the European Union

Што е дигитална вештина?

Тоа се однесува на способноста на една личност ефективно и ефикасно да користи дигитални уреди, апликации, алатки и платформи за пристап, управување, анализа и комуникација на информации.



Користење на дигитални вештини

- **Комуникација:** Користење на дигитални вештини за олеснување на комуникацијата преку е-пошта, апликации за пораки (WhatsApp, Slack...), алатки за видео конференции (Zoom, Google Meet...) и платформи за социјални медиуми.
- **Соработка:** Соработка со членовите на тимот и засегнатите страни со користење на различни алатки за соработка (Google Workspace, Microsoft Teams,...) – Овие алатки ја подобруваат ефикасноста и продуктивноста.
- **Управување со проекти:** Користењето на алатките за управување со проекти (Trello, Asana, Monday.com) помага да се планираат, организираат и следат проектите за да се обезбеди непречен тек на работа и навремено завршување.

Користење на дигитални вештини

- **Создавање и дизајн на содржина:** Примената на дигитални вештини за креирање и дизајнирање визуелна содржина (со користење на алатки како Canva) помага да се подобрат маркетиншките напори, претставувањето и застапеноста на брендот.
- **Управување со датотеки и споделување:** Употребата на алатки за складирање и споделување датотеки (Dropbox,...) обезбедува ефикасна соработка и пристапност на информации.
- **Вмрежување и професионален развој:** Користење на дигитални вештини за вмрежување, градење професионални врски и пристап до образовни ресурси и можности користејќи платформи како LinkedIn.

Употреба на дигитални вештини

- **Далечинска работа и претприемништво:** Дигиталните алатки можат да овозможат далечинска работа и претприемништво преку искористување на дигиталните вештини за комуникација, управување со проекти, спроведување состаноци и координирање на деловните операции.
- **Приспособливост и учење:** Развивање на начин на размислување за континуирано учење и приспособливост за да бидете во чекор со технологиите што се развиваат, подобрувајќи ги дигиталните вештини за да останете конкурентни во дигиталниот пејзаж.

Краток заклучок, дигиталните вештини се **суштински способности** кои ги поттикнуваат поединците ефективно да ги користат дигиталните алатки и технологии за различни цели, вклучувајќи комуникација, соработка, управување со проекти, создавање содржина, вмрежување и професионален раст. **Овие вештини се клучни за успех во модерната дигитална ера.**

Видео:

Зошто се важни дигиталните вештини/ Дејвид Тимис



Кликнете на видео иконата за да го погледнете



Глава 2

Што се дигитални алатки?



Co-funded by
the European Union

Што се дигитални алатки?



Дигитална алатка е апликација, платформа или програма базирана на софтвер која е дизајнирана да им помогне на поединци, бизниси или организации во извршување на специфични задачи, постигнување цели или подобрување на продуктивноста во дигиталната средина.

Овие алатки користат дигитални технологии за да обезбедат функционалности и карактеристики што ги насочуваат процесите, комуникацијата, управувањето со податоци и соработката.

Што се дигитални алатки?

Дигиталните алатки се основни инструменти кои ја користат моќта на технологијата за да ги насочат задачите, да ја подобрат соработката и да им овозможат на поединците и организациите ефикасно и ефективно да ги постигнат своите цели во дигиталната ера.



Глава 3

Онлајн алатки за соработка за далечинска работа: Google Workspace, Microsoft Teams, Trello, Slack, Dropbox, Monday.com, Asana



Co-funded by
the European Union

Употреба на Google Workspace во претприемништвото

- **Соработка со документи во реално време:** користење на Google Docs, Sheets и Slides за соработка во реално време на документи, табели и презентации меѓу членовите на тимот.
- **Видеоконференции:** користење на Google Meet за виртуелни состаноци, презентации и дискусии со членовите на тимот, клиентите или засегнатите страни.
- **Е-пошта и комуникација:** искористете го Gmail за професионална комуникација преку е-пошта во и надвор од организацијата.
- **Тимска соработка:** користење на Google Drive за складирање, пристап и споделување датотеки со членовите на тимот, обезбедувајќи лесна соработка на проекти.

Силни страни:

- Беспрекорна интеграција на различни алатки за комуникација и соработка.
- Соработка во реално време на документи.
- Скалабилност за бизниси од сите големини.
- Подобрени безбедносни карактеристики за заштита на податоците.

Слаби страни:

- Интерфејсот може да биде огромен за новите корисници на почетокот.
- Крива на учење за разбирање на целиот пакет апликации.

Употреба на Microsoft Teams во претприемништво:

- **Чет и комуникација:** Користење на функцијата за разговор за брзи и директни пораки меѓу членовите на тимот.
- **Видео конференција:** Организирање на виртуелни состаноци, вебинари и видео конференции со употреба на тимови на Microsoft, овозможувајќи ефективна далечинска комуникација.
- **Соработка со документи:** Соработка на документи, табели и презентации во реално време користејќи ги апликациите на Microsoft Office во тимови.
- **Интеграција со други алатки:** Интегрирање со други апликации на Microsoft за непречен проток на работата и подобрена продуктивност.

Силни страни:

- Сеопфатен центар за соработка кој интегрира алатки за комуникација и продуктивност.
- Тесна интеграција со пакетот Microsoft Office.
- Проширено приспособување и интеграција на апликации од трета страна.

Слаби страни:

- Некои функции може да имаат крива на учење за новите корисници.
- Можеби ќе биде потребен Microsoft-центричен систем за максимална ефикасност.

Употреба на Trello во претприемништво:

- **Управување со проекти** - искористете ги таблите на Trello за управување со проекти, задачи и напредок на визуелен и организиран начин.
- **Доделување задачи** - доделете задачи на членовите на тимот, поставете ги датумите на доспевање и следете го напредокот користејќи ги картичките Trello.
- **Визуелизација на работниот тек** - дизајнирајте работни текови и визуелизирајте го напредокот на задачите од почеток до завршување, зголемувајќи ја транспарентноста на проектот.

Силни страни:

- Кориснички интерфејс, лесен за поставување и употреба.
- Флексибилно управување со задачи и проекти со визуелен пристап.
- Интеграции со различни апликации и алатки.

Слаби страни:

- Напредните функции може да бараат платен план.
- Не е многу погоден за многу сложени или големи проекти.

Употреба на Slack во претприемништво:

- **Тимска комуникација** - комуницирајте со членовите на тимот и клиентите во реално време користејќи канали и директни пораки.
- **Споделување датотеки** - споделувајте датотеки, документи и соработувајте на нив директно во Slack.
- **Поврзување со други алатки** - поврзување со различни алатки од трети страни за да ги централизирате известувањата и работниот тек.

Силни страни:

- Инстант и ефикасна комуникација со членовите на тимот.
- Широки интеграции со други апликации и услуги.
- Високо приспособлив со низа приклучоци и додатоци.

Слаби страни:

- Информациите може да се распределат на многу канали.
- Може да бара активно управување за да се спречи преоптоварување на комуникацијата.

Употреба на Dropbox во претприемништвото:

- **Складирање датотеки** - чување, пристапување и споделување датотеки безбедно со членовите на тимот, клиентите или партнерите кои користат Dropbox.
- **Соработка со датотеки** - соработување на датотеки, давање повратни информации и следење на промените во споделените папки.
- **Бекап и обновување** – користење на Dropbox како резервна копија на критичните деловни податоци и овозможување лесно обновување во случај на загуба.

Силни страни:

- Складирање и споделување датотеки погодно за корисникот.
- Соработка во реално време на датотеки со членовите на тимот.
- Лесна пристапност и синхронизација низ уредите.

Слаби страни:

- Ограничени карактеристики на соработка во споредба со специјализираните алатки за управување со проекти.
- Цената може да се зголеми согласно потребите и барањата за складирање.

Употреба на Monday.com во претприемништво:

- **Управување со проекти** - користење табли и колони за управување со проекти, задачи и рокови на визуелен и организиран начин.
- **Доделување задачи и следење** – доделување на задачи на членовите на тимот, поставување приоритети и следење на напредокот користејќи ја платформата.
- **Автоматизација на работниот тек** – автоматизирање на повторувачките задачи и процеси за да се насочат работните текови и да се подобри ефикасноста.

Силни страни:

- Високо приспособлив и визуелно привлечен интерфејс.
- Ефективно следење на проектот и визуелизација на напредокот.
- Интегрирање со различни апликации и алатки.

Слаби страни:

- Трошоците може да ескалираат за поголеми тимови или напредни функции.
- Крива на учење за сложени поставки и конфигурации.

Употреба на Asana во претприемништво:

- **Управување со задачи и проекти** – користење на Asana за ефективно креирање и управување со задачи, проекти, рокови и приоритети.

Asana е веб и мобилна платформа за „менаџмент на работа“ дизајнирана да им помогне на тимовите да ја организираат, следат и управуваат нивната работа.

Глава 4

Алатки за комуникација: Skype, Google Meet, and Zoom – Tools that offer video conferencing.



Co-funded by
the European Union

Употреба на Skype во претприемништво:

- **Состаноци на далечина** - одржување состаноци од далечина со членовите на тимот, клиентите или засегнатите страни, овозможувајќи комуникација и соработка во реално време.
- **Интервјуа и вработување** - користење Skype за далечински интервјуа за работа и проценки на кандидати, рационализирајќи го процесот на вработување, особено за кандидати од далечени или меѓународни кандидати.
- **Комуникација со клиентите** – поврзување со клиентите преку Skype за да обезбедите ажурирања, да се консултирате за проекти и да разговарате за барањата, градејќи силни односи со клиентите.

Skype – употреба во претприемништво



Силни страни:

- Погоден за корисникот и широко користен.
- Поддржува видео, гласовна и текстуална комуникација.
- Ефективен од аспект на трошоци за состаноци еден на еден или мали групи.
- Можности за меѓународно повикување.

Слаби страни:

- Ограничено на 50 учесници во групен повик (бесплатна верзија).
- За некои функции можеби е потребна претплата.
- Можеби нема толку многу интеграции како другите платформи.

Употреба на Google Meet во претприемништво:

- **Тимски состаноци** - состаноци и дискусии на тимот-организатор, обезбедувајќи далечински и дистрибуирани тимови да останат поврзани и информирани.
- **Консултации со клиенти** - организирање виртуелни консултации со клиенти или потенцијални клиенти за да се разговара за барања, предлози или презентации
- **Вебинари и обуки** - одржување вебинари, сесии за обука или работилници за вработени или клиенти користејќи ја алатката за вебинари во Google Meet.
- **Интегрирање со Google Workspace** - беспрекорно интегрирање со Google Workspace, што го олеснува закажувањето и придружувањето на состаноци директно од Google Calendar.

Силни страни:

- Интеграција со Google Workspace и други апликации на Google.
- Висококвалитетно видео и аудио.
- Безбеден и фокусиран на приватноста.
- Можности за текст и превод во живо.

Слаби страни:

- Напредните карактеристики може да бараат претплата.
- Не толку многу вклучувања на апликации од трети страни во споредба со некои други платформи.

Употреба на Zoom во претприемништво:

- **Тимски состаноци и соработки** - домаќини на виртуелни тимски состаноци, сесии за бура на идеи и проектни соработки со оддалечени или дистрибуирани тимови.
- **Презентации на клиенти** – споделување на презентации и презентации на клиентите, прикажувајќи производи, услуги или предлози за проекти.
- **Вебинари и обука** - организирање вебинари, демонстрирање на производи и сесии за обука, поврзување со поголема публика за едукативни цели.
- **Интервјуа и претставувања на нови вработени** - спроведување интервјуа за работа, сесии за прием и ориентација за нови вработувања, особено во далечински или хибридни работни поставки.

Силни страни:

- Широк асортиман на функции, вклучително и избор на виреелни соби, гласање и табли.
- Висококвалитетни видео, аудио и можности за споделување екран.
- Интеграции со различни апликации и платформи.
- Опции за снимање и транскрипција за состаноци.

Слаби страни:

- Бесплатната верзија има временски ограничувања за групни состаноци.
- Безбедносни предизвици во минатото (подобрани со ажурирањата).
- Цените може да бидат малку високи за помалите бизниси.

Претприемачите можат стратешки да ги изберат и да ги користат овие алатки за комуникација врз основа на нивните специфични потреби, динамиката на тимот и природата на нивните бизнис интеракции. Секоја алатка нуди уникатни карактеристики и придобивки, кои се грижат за различни аспекти на комуникација и соработка.

Глава 5

Дизајн апликацији: WordPress, Wix, Canva.



Co-funded by
the European Union

Употреба на WordPress во претприемништво:

- **Креирање веб-страница:** WordPress е првенствено познат како систем за управување со содржина (CMS) што се користи за изградба на веб-страници. Претприемачите можат да го користат за да креираат професионални веб-страници за нивните бизниси, прикажувајќи производи, услуги и информации за компанијата.
- **Блогирање:** WordPress е познат по своите способности за блогирање. Претприемачите можат да водат блогови за да ги споделуваат увиди во индустријата, да направат ажурирања и да се поврзат со својата публика.
- **Е-трговија:** Со помош на приклучоци како WooCommerce, претприемачите можат да ја претворат својата веб-страница на WordPress во платформа за е-трговија за продавање производи или услуги преку Интернет.
- **Приспособување:** WordPress нуди широк спектар на теми и приклучоци, дозволувајќи им на претприемачите да ги приспособат своите веб-страници за да одговараат на идентитетот на нивниот бренд и да задоволат специфични деловни потреби.
- **SEO оптимизација:** WordPress има вградени алатки за оптимизација и приклучоци кои им помагаат на претприемачите да ги оптимизираат своите веб-страници за пребарувачите, зголемувајќи ја видливоста на интернет.

Силни страни:

- Високо приспособлив со огромна библиотека на теми и приклучоци.
- Одличен за веб-локации и блогови со висока содржина.
- Одличен за оптимизација на пребарувачи (SEO)
- Поддржува функционалност за е-трговија.
- Нуди приспособливост за растечки бизниси.

Слаби страни:

- Потребно е одредено техничко знаење за напредно прилагодување.
- Безбедноста и одржувањето се од суштинско значење за да се спречат последици.

Употреба на Wix во претприемништво:

- **Изградба на веб-страница:** Wix е корисник-пријателски создавач на веб-страници што претприемачите можат да го користат за брзо создавање веб-страници со професионален изглед.
- **Е-трговија:** Wix нуди шаблони и карактеристики за е-трговија, што го прави погоден за претприемачи кои сакаат да започнат онлајн продавници.
- **Присуство на Интернет:** Wix обезбедува алатки за претприемачите да управуваат со нивното онлајн присуство, вклучувајќи регистрација на домен, хостирање и SEO оптимизација.
- **Шаблони:** Wix нуди широк спектар на шаблони за различни типови бизниси, помагајќи им на претприемачите да започнат со нивното онлајн присуство.
- **Мобилна оптимизација:** Wix автоматски ги оптимизира веб-локациите за мобилни уреди, обезбедувајќи беспрекорно корисничко искуство низ платформите.

Силни страни:

- Исклучително лесен за користење со интерфејс за влечење и спуштање.
- Нуди разновидни шаблони за различни индустрии.
- Се поврзува со хостинг и регистрација на домен.
- Дизајн кој одговара на мобилен телефон.
- Погоден за мали бизниси и стартапи.

Слаби страни:

- Ограничено напредно прилагодување во споредба со WordPress.
- Може да има ограничувања за многу сложени веб-локации.
- Ограничени можности за оптимизација во споредба со посветените платформи за оптимизација.

Употреба на Canva во претприемништво:

- **Графички дизајн:** Canva е разновидна алатка за графички дизајн што претприемачите можат да ја користат за да креираат различни маркетинг материјали, вклучувајќи графики на социјалните медиуми, презентации, флаери и многу повеќе.
- **Брендирање:** Canva им овозможува на претприемачите да дизајнираат и одржуваат конзистентен идентитет на брендот преку создавање на брендирани шаблони за маркетинг материјали.
- **Креирање содржина:** Претприемачите можат да дизајнираат привлечна содржина за нивните канали, блогови и веб-страници на социјалните медиуми, помагајќи да се привлечат и задржат клиенти.
- **Соработка:** Canva нуди функции за соработка, што им олеснува на претприемачите да работат со тимови, дизајнери и создавачи на содржини.
- **Ефикасност:** Canva нуди бесплатна верзија и платена Pro верзија, што го прави исплатлив за бизниси од сите големини.

Силни страни:

- Кориснички интерфејс, не е потребно искуство во дизајнот.
- Нуди широк спектар на шаблони и елементи за дизајн.
- Поддржува соработка со членовите на тимот.
- Ефективна на трошок, со достапна бесплатна верзија.
- Овозможува брз и ефикасен дизајн за различни маркетинг материјали.

Слаби страни:

- Можеби не е погодна за многу сложени проекти за дизајн.
- Ограничена во напредни дизајнерски способности во споредба со софтверот за професионален дизајн.
- Бесплатната верзија има ограничувања на карактеристиките и пристапот до премиум елементи.

Претприемачите можат да ги искористат овие дизајн-апликации за да го создадат и управуваат нивното онлајн присуство, маркетинг материјалите, брендирањето, зголемувајќи ја нивната деловна видливост и поврзување со нивната целна публика.

Изборот меѓу овие алатки зависи од специфичните потреби, буџетот и нивото на дизајнерска експертиза на претприемачот.

Глава 6

Социјални мрежи: WhatsApp Business, LinkedIn.



Co-funded by
the European Union

Употреба на WhatsApp Business во претприемништво:

- **Комуникација со клиенти** - користете WhatsApp Business за да комуницирате со клиентите на директен, непосреден и персонализиран начин. Споделете ажурирања, одговарајте на прашања и обезбедете поддршка за клиентите.
- **Промоции и маркетинг** - искористете го WhatsApp Business за да испраќате промотивни пораки, ажурирања на производи, понуди и соопштенија до вашата база на клиенти. Ова може да помогне во насочениот маркетинг и ангажираност.
- **Закажување состаноци** - насочете ги резервациите и закажувањето состаноци со користење на WhatsApp Business за да потврдите, презакажете или откажете состаноци со клиенти или купувачи.
- **Повратни информации од клиентите** - собирајте повратни информации од клиентите за вашите производи или услуги користејќи WhatsApp Business. Тоа е пригоден начин клиентите да ги изразат своите мислења.
- **Конформации и следење на нарачките** - потврдете ги нарачките, обезбедете информации за следење и одржувајте ги клиентите информирани за нивните нарачки, подобрувајќи го нивното целокупно искуство.

Силни страни:

- Директна и непосредна комуникација со клиентите.
- Може да креира списоци за емитување за да достигне повеќе контакти истовремено.
- Нуди деловен профил со основни информации.
- Интеграција со деловни алатки и API.
- Широка корисничка база, што ја прави популарна платформа за пораки.

Слаби страни:

- Може да одзема многу време за управување со големи количини на пораки.
- Ограничени можности за автоматизација во споредба со другите платформи.

LinkedIn– употреба во претприемништо



Употреба на LinkedIn во претприемништво:

- **Професионално вмрежување** - поврзување со други професионалци, претприемачи, потенцијални партнери и клиенти за да ја проширите вашата мрежа и да поттикнете соработки.
- **Бизнис промоција** - користете го LinkedIn за да го промовирате вашиот бизнис, да споделувате ажурирања, написи и увиди поврзани со вашата индустрија и да ги прикажете вашите производи или услуги.
- **Регрутирање** - објавувајте работни места, барајте потенцијални кандидати и проверете ги нивните профили за да го пронајдете вистинскиот талент за вашиот бизнис.
- **Споделување содржина** - споделете вредни содржини, делови од мисловно лидерство, студии на случај и “бели” документи за да ја утврдите вашата експертиза и да се поврзете со вашата публика.
- **Приклучување на групи** - учествувајте во групи специфични за индустријата за да разговарате за трендовите, предизвиците и решенијата со колегите, стекнувајќи вредни сознанија и знаења.

Силни страни:

- Професионална платформа за вмрежување и градење врски.
- Овозможува насоченото рекламирање да достигне одредена професионална демографија
- Одлична за градење на лична и репутација на бренд.
- Овозможува споделување и вклучување содржина во професионален контекст.

Слаби страни:

- Чести ажурирања и ангажман често се неопходни за да се одржи видливоста и релевантноста.
- Може да одземе многу време за да се процесираат голем број барања и пораки за поврзување.

Претприемачите можат ефективно да го користат WhatsApp Business за директна комуникација со клиентите, промоции и повратни информации, додека LinkedIn нуди платформа за професионално вмрежување, деловна промоција и вклучување во индустријата. Комбинирањето на двете може да создаде силно дигитално присуство и мрежна стратегија за вашиот претприемачки портфол.



 Green Up
yourself 

Практична вежба



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Компјутер

Време: 30 минути.

Опис на вежбата

Наслов: Употреба на LinkedIn за вмрежување

Цел на учењето: Овој предизвик им овозможува на учесниците активно да се вклучат во LinkedIn, конкретно фокусирајќи се на тоа како да ги оптимизираат своите профили за да го подобрат нивниот претприемачки бренд и ефикасно да ги користат социјалните мрежи за нивниот професионален напредок.

Компетенции: оптимизирајте го вашиот профил на LinkedIn за да ја искористите моќта на социјалните мрежи за претприемачки успех и професионално вмрежување.

Процес



1. Претприемачко брендирање (10 минути): Учесниците треба да размислуваат за нивниот претприемачки бренд и како сакаат да бидат професионално перципирани во онлајн просторот.
2. Креирање профил и брендирање (10 минути): Учесниците треба да ги креираат или ажурираат своите профили на LinkedIn со фокус на претприемачкото брендирање.
3. Насочете ги да:
 - Направат привлечен наслов кој го прикажува нивниот претприемачки потфат или аспирација.
 - Напишат привлечно резиме кое ја раскажува нивната претприемничка приказна, ја истакнува нивната визија и ги нагласува вештините поврзани со претприемништвото.
 - Ги прикажат нивното претприемачко искуство, проекти и достигнувања.
 - Наведат вештини релевантни за нивното претприемачко патување.
 - Го постават делот за образование за да го демонстрираат нивното учење и експертиза во претприемништво или сродни области.



Материјални ресурси:

- Компјутер

Време: 30 минути.

Процес (продолжение)



3. Задача за социјално вмрежување (5 минути): Учесниците треба да следат најмалку три релевантни инфлуенсери или организации поврзани со нивните претприемачки интереси или индустрија за да го подобрат нивниот извор на LinkedIn.
4. Поврзување и ангажирање (5 минути): Учесниците треба да се вклучат во неодамнешна објава од еден од инфлуенсерите или организациите што ги следеле со вредни сознанија или да поставуваат промислено прашање.
5. Преглед и повратни информации (5 минути): Во парови или мали групи, учесниците можат да ги прегледаат меѓусебните профили и да дадат конструктивна повратна информација за тоа како да го подобрат нивниот претприемачки бренд и ефективноста во вмрежувањето.
6. Рефлексива (5 минути): Учесниците треба да размислат за тоа како оптимизирањето на нивниот профил на LinkedIn и вклучувањето на релевантна содржина може да придонесе за нивното претприемачко патување и напорите за вмрежување.



 Green Up
yourself 

Practical Exercise



Co-funded by
the European Union



Материјални ресурси:

- Компјутер
- Хипотетичко бизнис сценарио

Време: 30 минути.

Опис на вежбата

Име: Slack зајакната Маркетинг стратегија

Цел на учењето: Овие вежби во стил на предизвик се дизајнирани да ги поттикнат и ангажираат учесниците, охрабрувајќи ги брзо да го применат своето знаење и креативно размислување во временско ограничување. Со центрирање на предизвиците околу Slack, учесниците ќе ги усовршат своите вештини за избор на дигитални алатки и развој на маркетинг стратегија во возбудлива и конкурентна средина.

Компетенции: Создадете динамична стратегија за дигитален маркетинг користејќи Slack.

Процес



1. Преглед на бизнис сценарија и Slack идеи (5 минути): Брзо резиме на хипотетичкото бизнис сценарио и разбирање на начините за интегрирање на Slack во стратегијата за дигитален маркетинг за беспрекорна комуникација, соработка и ажурирања во вистинско време.
2. Маркетинг стратегија Спринт (10 минути): Развијте динамична дигитална маркетинг стратегија за хипотетичкиот бизнис, нагласувајќи ја стратешката употреба на Slack за ефективна комуникација и соработка меѓу членовите на тимот.
3. Quick Pitch (5 минути): Подгответе краток текст за да ја претставите вашата стратегија, нагласувајќи како Slack ја подобрува комуникацијата и соработката во тимот и ги поддржува маркетинг напорите.
4. Презентација (до 10 минути): Презентирајте ја вашата стратегија пред групата или фасцилитаторот, фокусирајќи се на користењето на Slack и неговото влијание врз пристапот на дигитален маркетинг.



Пример за хипотетичко бизнис сценарио



Материјални ресурси:

- Компјутер
- Хипотетичко
бизнис сценарио

Време: 30 минути.

EcoSolutions - Возење одржливи иднини

EcoSolutions е напреден потфат за зелено претприемништво кој се фокусира на развивање иновативни и одржливи решенија за справување со предизвиците на животната средина. Компанијата е посветена на промовирање на кружна економија, минимизирање на отпадот и искористување на обновливите извори на енергија.

Клучни детали:

- 1. Име на бизнисот: EcoSolutions*
- 2. Индустија: зелено/еко-претприемништво, одржливост, чиста технологија*
- 3. Мисија: Да се пионираат еколошки технологии и услуги кои поттикнуваат одржлива иднина, ги намалуваат јаглеродните отпечатоци и позитивно влијаат на заедниците.*
- 4. Целна публика: Поединци, бизниси и заедници кои сакаат да усвојат еколошки решенија и да го намалат нивното влијание врз животната средина.*

- Shah-Nelson, C., Blaney, J. R., & Johnson, H. A. (2020). How HRM and knowledge sharing technologies foster virtual team productivity for globally dispersed workforces: A systematic review. *Journal of HRM*, 23(2), 54–71.
- Using the Stages of Team Development. On: <https://hr.mit.edu/learning-topics/teams/articles/stages-development>
- List of digital collaboration tools - Wikipedia. On: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_collaborative_software
- Top 20 Data Analytics Tools - Datamation. On: <https://www.datamation.com/big-data/top-20-data-analytics-tools.html>
- Digital skills for a digital world - European Commission. On: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1079>
- The Digital Literacy Framework - Jisc. On: <https://www.jisc.ac.uk/guides/developing-digital-literacies>
- Digital Skills: Definitions and Frameworks; - The Open University. On: <https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/digital-literacy/digital-literacy/digital-literacy-definitions-and-frameworks/content-section-2.2>
- Digital Skills for the 21st Century - World Economic Forum. On: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/digital-skills-for-the-21st-century/>

- Google Workspace - Overview - Google Cloud. On: <https://cloud.google.com/gsuite>
- Microsoft Teams – Overview - Microsoft. On: <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-teams/group-chat-software>
- Microsoft Teams vs. Slack: A Comparison for Businesses - Business News Daily. On: <https://www.businessnewsdaily.com/11324-microsoft-teams-vs-slack.html>
- Trello - Overview - Trello. On: <https://trello.com/en>
- Slack – Overview - Slack. On: <https://slack.com/>
- Dropbox - Home - Dropbox. On: <https://www.dropbox.com/>
- What is Dropbox and How Does It Work? - Lifewire. On: <https://www.lifewire.com/what-is-dropbox-3486535>
- Monday.com - Home - Monday.com. On: <https://monday.com/>
- Skype - Home - Skype. On: <https://www.skype.com/>
- Google Meet - Home - Google Workspace. On: <https://workspace.google.com/products/meet/>

Библиографија



- Zoom - Home- Zoom Video Communications. On: <https://zoom.us/>
- WordPress - Home - WordPress.org. On: <https://wordpress.org/>
- Wix - Home- Wix.com. On: <https://www.wix.com/>
- Canva - Home - Canva. On: <https://www.canva.com/>
- WhatsApp Business - Home - WhatsApp. On: <https://www.whatsapp.com/business/>
- LinkedIn - Home - LinkedIn. On: <https://www.linkedin.com/>
- LinkedIn: A Comprehensive Guide - The Balance Careers. On: <https://www.thebalancecareers.com/how-to-use-linkedin-2062597>



info@greenupyourself.eu
www.greenupyourself.eu



**Co-funded by
the European Union**

Проектот Green Up Yourself е кофинансиран од програмата Еразмус+ на Европската Унија. Содржината на оваа презентација е единствена одговорност на партнерството и ниту Европската комисија ниту Шпанската национална агенција (АНЕ) не се одговорни за каква било употреба што може да да биде направена од информациите содржани во неа.

Follow us

