



## Jaunų Amatininkų Verslai Skaitmeninėje erdvėje (“YOU GO”)





# KA220-YOU - Cooperation partnerships in youth

2021-1-ES02-KA220-YOU-000028933

## Galutinė tyrimo ataskaita





"Europos Komisijos remia šio leidinio gamybą, tačiau nėra atsakinga už leidinio turinį. Šio leidinio turinys atspindi tik jo autorių nuomones todėl Europos Komisija negali būti laikoma atsakinga už leidinyje pateikiamą medžiagą."





## Turinys

Projektas

Partneriai

1. Amatų sektoriaus apžvalga
2. Duomenų analizė: Gerosios Praktikos
3. Praktinis tyrimas: Apklausa
  - 3.1. Suinteresuotų šalių apklausa
    - 3.1.1. Bendra informacija apie respondentus
    - 3.1.2. Informacija apie verlumą
    - 3.1.3. Įgūdžiai svarbūs verslo pradėjimui amatų srityje
  - 3.2. Tikslinė grupė
    - 3.2.1. Bendra informacija apie respondentus
    - 3.2.2. Informacija apie skaitmeninę prekybą ir kompetencijas reikalingas verslumui
    - 3.2.3. Moterų migrančių Integracija į Darbo Rinką.
4. Baigiamosios Pastabos

Nuorodos

Priedai





## Projektas

Jaunų Moterų Verslai Skaitmeninėje erdvėje “YOU GO” yra strateginės partnerystės projektas jaunimo srityje, kurio tikslas mokyti moteris skaitmeninių įgūdžių naudingų jaunų moterų (18 – 30 metų), turinčių amatininkavimo pagrindus arba kurios jau yra įsitraukę į kūrybinius/amatų verslus, verslumui ugdyti. Taip pat bus siekiama sukurti tarpsektorinį edukacinį formatą apimantį skaitmeninį, marketingo ir įgūdžius tinkamus verslumui bei elektroninės prekybos vystymą tam, kad moterys amatininkės galėtų išmokti šių įgūdžių bei reklamuoti ir parduoti savo produktus. Šiuo projektu siekiama padėti bet kokią skaitmeninį lygį turinčioms jaunoms moterims, besidominčioms amatais arba įsitraukusioms į amatų gamybą išmokti sukurti mažus amatų verslus. Projekto tikslai:

1. Skatinti pagrindinių kompetencijų (skaitmeninio marketingo ir verslumo) įgijimą ir tobulinimą tam, kad padidinti konkurencingumą ir potencialą sukurti su kūryba susijusį verslą.
2. Įgalinti moteris amatininkes el.pardavimų srityje, sukuriant platformą apie internetinius pardavimus.
3. Skatinti motyvaciją kurti savo verslus, ekonominę nepriklausomybę ir ES šalių moterų socialinę įtrauktį per naujai įgytas skaitmenines kompetencijas.





4. Būti nepriklausomoms įgyjant ir gebant panaudoti skirtingas skaitmenines veiklas, susijusias su profesine veikla.

5. Įgyti pakankamai skaitmeninių įgūdžių, kad galėtų pačios pasinaudoti virtualiomis mokymų užduotimis, sukurtomis įgyti profesinių įgūdžių, kurie būtų naudingi ateityje.

6. Stiprinti jaunų moterų įsidarbinimo galimybes: YOUGO ketina paremti jaunas moteris vystant aukštos kvalifikacijos įgūdžius skaitmeninio raštingumo ir verslumo srityje tam, kad padidintų įsidarbinimo galimybes.

Tikslinė grupė yra 18-30m moterys turinčios amatų pagrindus arba jau dirbančios su amatais, norinčios išmokti skaitmeninio marketingo, verslumo/vadybos pagrindų tam, kad pagerintų savo verslus ir padidintų konkurencingumą pardavimuose internetu (skaitmeninis marketingas).

Pirmame projekto rezultate tarp partnerių buvo identifikuota grupelė (trainers), kurie surado gerą patirtį padėdiančias skatinti jaunų moterų amatininkų įgūdžių lavinimą, verslumą, amatininkystę ES šalyse bei šalyse partnerėse. Ši užduotis vystoma skirtinguose etapuose viso projekto pradedant duomenų analize praktinių atvejų suradimui. Tada bus vykdoma kiekybinė analizė, kad būtų išvystyta apklausa, kuria bus pasidalinta su išorinėm suinteresuotomis šalimis šalyse partnerėse; toliau seks kokybinė analizė. Visi surinkti duomenys yra naudojami suprasti jaunų besimokančiųjų (moterų amatininkų) poreikius. Be to, surinkti duomenys bus panaudoti nustatant mokymų tikslus ir mokymosi rezultatus, naudojantis besimokančiųjų poreikių analizės duomenimis, bei galutinio turinio, užduočių ir metodų įvertinimo įrankių technikoms vystyti, kurios bus panaudotos internetinio mokymosi platformoje. Mokymų mobilumas ir projekto R1 tiesiogiai atsako šį prioritetą, pateikdama dalyviams su specialiai





sukurtais mokymų sprendimais, kuriuose vyrauja inovatyvūs sprendimai suprantamu ir perspektyviu būdu.

Projektas inovatyvus tuo, kad įtraukia mokymų kursų apie inovatyvių interneto mokymų sukūrimą, kurie bus susiję su moterų amatininkų reikiamų įgūdžių, tokių kaip skaitmeninis marketingas ir verslavimas/vadyba, tobulinimu ir/ar kvalifikacijos pakėlimu, persikvalifikavimu. Šie mokymai padės amatininkėms patobulinti konkurencingumą ir gebėjimą sukurti verslą taip, kad pačios dalyvės sugebėtų valdyti savo sukurtus/kuriamus verslus. Inovaciją projekte kuria internetiniai kursai, sukurti būtent amatininkams, į kuriuos dažnai nekreipiama dėmesio darbo rinkoje ir kurie neturi pakankamai jiems skirtų mokymų. Tas pats mokymų formatas bus naudingas visuomenei, nes galės būti panaudotas kitoms jaunimui priklausančioms tikslinėms grupėms. Dėl šios priežasties bus plačiai vykdoma sklaida per išorines suinteresuotas šalis, dirbančias su moterimis, kurie galės panaudoti mokymus su kitomis jaunomis tikslinėmis grupėmis, turinčiomis kitus įgūdžius, sugebėjimus, į kuriuos nekreipiama dėmesio darbo rinkoje. Jie galės pasinaudoti skaitmeninio tobulinimo (raštingumo) mokymais ir panaudoti juos kituose verslo sektoriuose.

## Partneriai

Konsorciumą

sudaro:

1-Association Egeria Desarrollo Social, Ispanija

2- Mine Vaganti NGO, Italija





3- Impact Circles e.V., Vokietija

4- ACPELIA, Kipras

5. MB "Efekto grupe", Lietuva

Konsorciumas sudarytas pagal ankstesnes bendradarbiavimo patirtis ir partnerių rekomendacijas iš ankstesnių bendradarbiavimo patirčių. Visos organizacijos yra vertingos ir patikimos partnerės išreiškusios norą dalyvauti ir prisidėti prie šio projekto. ASOCIACIÓN EGERIA DESARROLLO SOCIAL turi daug patirties su švietimu apie moterų lygybę, agresijos, sąlygotos nusistatymu prieš moteris prevencija ir moterų įgalinimu bei žmogaus teisių gynimu apskritai. Jie skatina neformalų ugdymą kaip įrankį padedantį daryti pozityvią įtaką visuomenei. Egeria, kaip ir kai kurios kitos, priklauso Agora Moterų Federacijai, Savivaldybės Moterų Tarybai, Regijoninei Moterų Tarybai, Andalūzijos Moterų Tarybai ir COMPI (National Coordinator of Women Association for participation and equality – Nacionaliniam Moterų Asociacijų dalyvavimui ir lygybei Koordinatoriui). Ji turi patirties dirbant su Erasmus+ (KA1 ir KA2) ir vietiniais projektais susijusiais su jaunimo dalyvavimu, švietimo programomis, tarpkultūriniu supratimu, verslumu, įtrauktim į darbo rinką, žmogaus teisėmis. Helpu organizaciją sudaro grupė migrantų, kurie siekia prisidėti savo profesinėmis žiniomis tam, kad padėtų migrantams, pabėgėliams gerai integruotis naujose aplinkose ir su programinės įrangos ir skaitmeninių įrankių pagalba išlaisvinti žmones iš jų nesaugių gyvenimo sąlygų ir beviltiškumo bei pagerinti jų gyvenimus. MVI yra tarpkontinentinis 45 NVO tinklas suteikiantis pridėtinės vertės ne tik švietimo srityje, bet deka savo profesinių žinių apie lyčių problemas ir skaitmenines problemas, bei gebėjimo tvarkyti projekto sklaidą, savo ekspertų deka geba vykdyti kasmetines Socialines Kampanijas internetinėje erdvėje ir skaitmeniniu būdu, turėdama taprkontinentinį tikslą. Efektas Group yra MB kurioje dirba profesionalų komanda švietimo ir mokymų, ameninio-profesinio tobulėjimo srityse ir paveikios iniciatyvos nuo 2016m, nuo kurių Efektas Group sukūrė platų ekspertų tinklą verslo, asmeninio ir





profesinio tobulėjimo, ES vertybių, (eko) tvarumo, įtraukties, asmens sveikatos ir aktyvaus gyvenimo stiliaus srityse. Veiklose ir projektuose Efektas taiko NLP (neurolingvistinio programavimo), Coachingą, neformalų ugdymą ir žaidimais paremtą požiūrį, kuris leidžia sukurti inovacijas visose darbo srityse. ACPELIA tarp savo tikslų orientuojasi į socialinę įtrauktį, drebama su socialiniais ir gamtosauginiais verslais, tobulindama skaitmeninius įgūdžius, tarpkultūrinius ryšius ir kultūros tobulinimą. Jos patirties skirtingose srityse ACPELIA gerai išlavino profesines žinias ir lankstumą leidžiantį būti svarbia partnere ir komandos nare. Ji turi ilgą patirtį pritaikant neformalaus mokymosi metodus įgūdžių lavinime, susijusiame su skirtingomis žmonių grupėmis.

Konsorciumas išvystys mokymosi galimybes tam, kad jaunos moterys galėtų įgyti žinių, įrankius mokymuisi, kurie padėtų įvertinti jų gebėjimus, padės atskleisti pilną kūrybinį ir verslumo potencialą mokantis skaitmeninių įgūdžių ir tampant konkurencingomis darbo rinkoje. Tam, akd pasiektų šių tikslų, mūsų projektas atliks gilią analizę apie jaunų moterų (amatininkų) poreikius, ypač susijusius su įsidarbinimu, koncentruojantis į dalyvių būtinų įgūdžių lavinimą tam, kad išvystyti verslumo ir įgalinimo jausmus. Be to, projektas koncentruosis į įgūdžius, susijusius su elektroniniais pardavimais (e-commerce), elektronine erdve sukurta moterų rankomis gaminamų produktų pardavimui. Taip moterys turės galimybę išreikšti gebėjimus verslauti pačios, panaudodamos naujai įgytus įgūdžius. Projekto vykdymo eigoje išsiskelėme tikslą sumažinti jaunų moterų galimybių stygių, ypač moterim iš mažiau privilegijuotos socialinės aplinkos. Norime išauginti verslumo mentalitetą, kartu su reikalingais skaitmeniniais įgūdžiais tam, kad patenkintume šiuolaikinę darbo rinką.

## Amatų sektoriaus apžvalga





Faktas, kad jauniems žmonėms trūksta įgūdžių reikalingų verslams kurti yra įrodytas statistiškai: pagal OECD publikaciją “Trūkstami verslininkai 2019: Politika Įtraukiam Verslumui” (“The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship”) (2019), jaunimas ES yra perpus mažiau dirba savarankiškai, nei suaugę žmonės. Amžiaus skirtumas atitinkamas ir reikšmingas: ES beveik dukart daugiau jaunų moterų (20-29 metų) dirbo savarankiškai lyginant su 2018 metais (8.0% prieš 4.8%). Pagal naujausius statistinius duomenis, tik 34.4% savarankiškai dirbančių ir 30% start-up verslininkų yra moterys, nors moterys sudaro 52% Europos gyventojų skaičiaus. Nors moterų kūrybingumo ir verslumo potencialas vis dar yra nuvertinamas, jis yra laikomas vystymosi įrankiu ne tik moterims, bet ir visuomenei apskritai ir yra Europos Komisijos aukščiausiuose prioritetuose. Kaip pabrėžta ES “2020 Verslumo Veiksmų Plane” (“Entrepreneurship 2020 Action Plan”), jei Europa pasinaudos besivystančios pasaulinės aplinkos galimybėmis, verslumas taps Europos ekonomikos augimo, kuriam “reikia tinkamo, ilgalaikio kultūrinio pokyčio” variklio. Dauguma šiuolaikinių darbų reikalauja puikių skaitmeninių įgūdžių, o dar daugiau įgūdžių prireiks ateityje, nors dauguma jaunų žmonių neturi darbui reikalingų skaitmeninių įgūdžių. Labiausiai reikalingi IRT įgūdžiai, jų poreikis vis dar neišpildytas. Projektas siekia įgalinti savarankišką mokymasi, tęstinę orientaciją ir skaitmeninį mokymąsi sekant suprantamą palaikymo (support) schema padedančią tikslinei grupei jų asmeninių start-up vystymui ir palaikymui.





## Duomenų Analizė

### A. Tyrimo metodologija (kiekvienai šaliai).

#### A.1. Teorinis tyrimas

Duomenų Analizė pagrįsta antrinių duomenų rinkimu. Ji buvo vykdoma trimis etapais vadovaujantis socialinės įtraukties požiūriu, kuris įtraukia:

1. Tinkamų suinteresuotų šalių nustatymą, pvz.: Jaunimo švietimo institutai, Nevyriausybinės Organizacijos, asociacijos, sklaidos kanalai ir Viešosios įstaigos, politikos formavimo institucijos.
2. Amatininkų mokymo kursų, skirtų elektroninei prekybai ir elektroniniam marketingui nustatymas.
3. Moterų amatininkų su tam tikrais projektais nustatymas.

Tokiu būdu, PR1 tikslas buvo nustatyti vietines ir nacionalines moterų mokymosi galimybes tobulinant skaitmeninio marketing ir verslumo įgūdžius tam, kad būtų pagerintas jų konkurencingumas ir gebėjimo sukurti verslą potencialas. Apie tai buvo renkama informacija kiekvienoje šalyje partnerėje tam, kad būtų sukurtas metodiškos gairės mokymo kurso formato dizainui ir vystymui. Surinkti duomenys padės suprasti kaip įgalinti amatininkes elektroninio pardavimo srityje. Bus sukurta elektroninė pardavimų platforma. Yra apibrėžiami pagrindiniai veiksmi, kurie gali būti pritaikyti kiekvienam projekto partneriui priklausomai nuo jų patirties ir





sričių, kuriose jie dirba. Papildomai, šie duomenys bus naudojami nustatyti potencialius partnerius iš vietinių institucijų, NVO (Nevyriausybinių Organizacijų), intitucijų ir viešųjų įstaigų.

Antriniai duomenys duomenų analizei yra renkami ieškant informacijos internetu, įvairiose platformose, kad būtų galima sudaryti sąrašą visų NVO, vietinių asociacijų, vyriausybinių institucijų, mokymo centrų, švietimo įstaigų, spaudos kanalų, kurie teikia paslaugas. Kiekviena šalis suras 15 suinteresuotų šalių. Kiekvienos šalies sąrašas pateiktas Prieduose. Papildomai, mes tyrėme gerąsias praktikas apie Erasmus+ rezultatu (Epale ir pan). Be to, mes peržiūrėjome ataskaitas projektų su panašiais tikslais, kurie vyko konsorciumo šalyse. Tai padėjo suprasti kiekvienos šalies situaciją apie tai, kaip galima padėti amatininkams išmokti elektroninės prekybos, savo verslo marketingo (reklamavimo), ekonominės nepriklausomybės ir moterų socialinės įtraukties ES šalyse per skaitmeninių įgūdžių įgijimą. Kiekviena šalis pateikė 3 gerąsias praktikas (žr. Prieduose).

## A.2. Praktinis tyrimas (Interviu ir/ar klausimynai)

**Klausimyno dizainui**, Vokietijos partneriai, Impact Circles e.V., sukūrė pavyzdį, kurio klausimai ir parašymo būdas buvo diskutuojamas dvejose sesijose. Klausimynas buvo išverstas į arabų, anglų, italų, lietuvių, ispanų ir graikų kalbas, kad būtų suprantamas suinteresuotoms organizacijoms, įstaigoms ir amatininkams visose konsorciumo šalyse.

**Paprastas pavyzdys** buvo panaudotas tam, kad 15 suinteresuotų šalių užpildytų anketas. Visgi buvo sudėtinga surinkti 15 suinteresuotų šalių, nes daug potencialių suinteresuotų šalių atsisakė dalyvauti ir pateikti informaciją.





**Pirminiams duomenims** amatininkų apklausai kiekviena šalis turėjo tikslinę 5 moterų grupę, bet dėl Covid apribojimų kai kuriose šalyse, buvo sudėtinga sudaryti šią tikslinę grupę, todėl mes rinkome duomenis imdami interviu arba apklausos metodus. Kiekvienas partneris surinko 5 apklausas iš 5 moterų per savo profesinį ir asmeninį tinklą per el.paštą, socialinius tinklus (Facebook, Whats app grupes, LinkedIn). Nepaisant to, buvo sunku imti arba suderinti interviu su moterimis, todėl daugumoje prašėme užpildyti anketą kuo greičiau. Primindavome apie anketos užpildymą kelis kartus, kad tikslinė grupė nepamirštų jos užpildyti.

## B. Analizė

### B.1. Suinteresuotų šalių analizė

#### I. Juridinių subjektų, jų institucijos tipo demografija, jų tikslinės grupės ir tikslinių grupių įtrauktį į šių institucijų/organizacijų veiklas išsilavinimo lygis.

**Kipre** juridiniai suinteresuotų šalių statusai pasidalinę taip: 54.5% pelno siekiančios, privačios organizacijos, 18.2% nepelno siekiančios organizacijos, 27.3% Vyriausybines Organizacijos. Kas liečia institucijų tipą, 9.1% yra organizacijos, 18.2% spaudos kanalai, 9.1% bendruomenės tarybos, 36.4% švietimo centrai, 18.2% mokyklos ir universitetai ir 9.1% savanorystės asociacijos.

Į klausimą kas būtų naudingiausia šiai **tikslinei grupei** respondentia atsakė, 54.5% švietimas ir mokymai, 18.2% žurnalizmas, 9.1% moterys, švietimas ir mokymai, amatininkystė, 9.1% mokymai, savanorystė ir aktyvus pilietiškumas 9.1% bendruomenės atstovas.





**Lietuvoje** buvo apklaustos skirtingos organizacijos įtraukiančios moteris į amatų veiklas, edukacijas arba turinčios erdves ir/ar įrankius ir medžiagas dirbiniams gaminti.

Suinteresuotos šalys buvo pasirinktos iš skirtingų Lietuvos vietų tam, kad matytume skirtingų organizacijų, dirbančių su amatininkėmis, spektrą. Buvo pasirinktos sekančios institucijos, įstaigos: amatų centras, bendruomenės centras, viešoji biblioteka, kultūros centras, regioninė vystymo agentūra.



Jaunos moterys turi amatininkystės pamatus arba jau yra dirbančios amatų srityje. Deja, tikslios statistikos apie jų amatininkystės lygį ar išsilavinimą nėra, nes centruose, institucijose, įstaigose, kuriose vykdomi amatų užsiėmimai, niekas neklausia apie išsilavinimą, nes tai gali būti palaikyta privatumo nepaisymu.





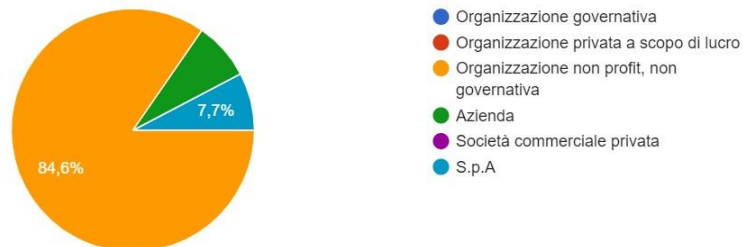
**Ispanijoje**, juridiniai suinteresuotų šalių statusai pasiskirsto taip, 43% (42.9) nevyriausybinės/nepelno siekiančios organizacijos, 28.6% privačios ir komercinės įmonės, 28.6% privačios, pelno siekiančios organizacijos, 14.3% mokyklos/universitetai ir profesinio paruošimo centrai/institutai/ švietimo centrai, kai 28.6% atsakė apklausoje, kad jie dirba su kitomis įstaigomis. Į klausimą kas būtų naudingiausia šiai tikslinei grupei respondentia atsakė, daugiau nei pusė (57.1%) "švietimas ir pramogos". 14.3% buvo svarbu švietimas ir moterų lavinimas, 28.6% atsakė "kita". Į klausimus ar organizacijos dirba su moterim bei ar jų organizacijos imasi konkrečių veiksmų palaikyti moteris, respondentės 100% atsakė teigiamai.

**Italijoje**, juridiniai suinteresuotų šalių statusai pasiskirsto taip, 84,6% nepelno siekiančios organizacijos 7,7% akcinė bendrovė ir 7,7% įmonės.

Che tipo di persona giuridica siete?

13 risposte

Copia



Organizacijų tipai: 69,2% Organizacijos/asocijacijos, 15,4% savanorystės asocijacijos, 7,7% finansinės institucijos ir 7,7% programinės įrangos bendrovė

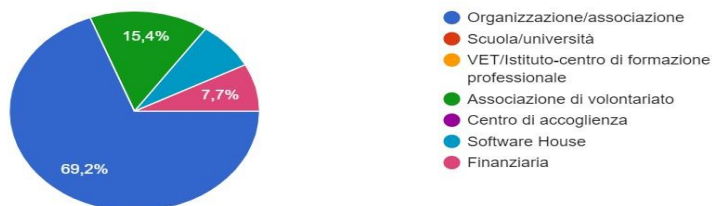




Che tipo di istituzione siete?

13 risposte

Copia

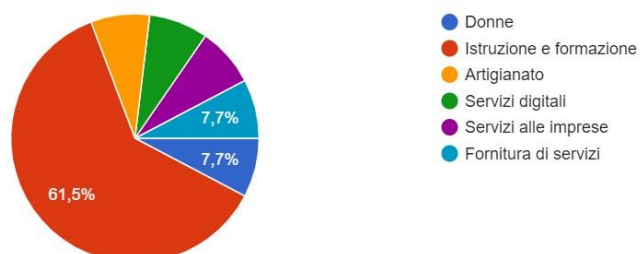


Apklausa klausė apie dalyvaujančių suinteresuotų šalių pagrindinį objektyvą, 61,5% atsakė “Švietimas ir mokymai”, kiti pasiskirstė tolygiai po 7,7% ir atsakė atitinkamai: moterys, amatai, skaitmeninės paslaugos, numatytos paslaugos.

Qual è l'obiettivo principale della vostra organizzazione?

13 risposte

Copia



Į klausimą ar organizacijos dirba su moterimis 92,3% atsakė “taip”, tik 7,7% atsakė “ne”

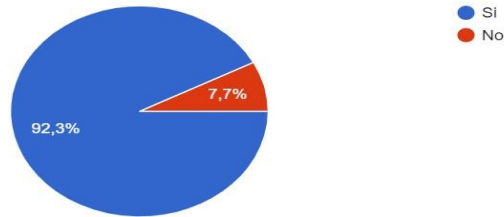




La vostra organizzazione lavora con le donne?

13 risposte

 Copia

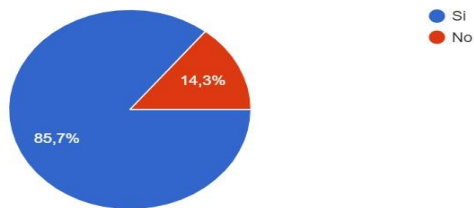


Į klausimą ar organizacija imasi konkrečių veiksmų padedančių palaikyti moteris 88,6% atsakė "taip", kiti 15,4% atsakė "ne".

La vostra organizzazione sta affrontando l'empowerment delle donne attraverso azioni specifiche?

14 risposte

 Copia



**Vokietijai** buvo sunkus pasiekti suinteresuotas šalis ir surinkti duomenis pagal apklausą, todėl į pagalbą buvo pasitelktas internetas. Kai kurios suinteresuotos šalys atsisakė pasidalinti informacija, o kiti neatsakė į elektroninius laiškus ir skambučius. Naudojomės institucijų duomenų analize apie moteris dirbančias su amatais. Suinteresuotos šalių tyrimas buvo





pasirinktas apie skirtingas Vokietijos dalis, kad būtų geriau matyti organizacijų, dirbančių su amatininkėmis vaizdas. Buvo įtrauktos įvairios organizacijos: pelno siekiančios privačios organizacijos, nepelno siekiančios organizacijos, savanorystės organizacijos, valstybinės organizacijos, mokyklos/universitetai, profesinio orientavimo centrai, ugdomojo vadovavimo švietimo centrai ir sklaidos įstaigos.

Pagrindinės **tikslinės grupės, kurioms bus naudos iš šio projekto** yra: verslininkės, amatininkės, aktyvios pilietės. Kai kurios organizacijos organizuoja amatininkystės veiklas, partnerių paieškos programas tarp amatininkų, edukacijas, turi bendras darbo erdves (coworking spaces), skaitmenines paslaugas, elektroninio pardavimo, elektroninio marketing ir verslo paslaugas.

## II. Darbo rinkos integracija moterims (amatininkėms)

**Kipre**, sunkumai su kuriais moterys susiduria darbo rinkoje, pagal mūsų organizacijos patirtį, yra sekantys:

- Fiziologinės priežastys: kai kurie darbai reikalauja raumenų.
- Stereotipai (pvz. Stereotipas, kad vyrai mąsto logiškiau ir įsidarbina daugiau apskaičiavimo reikalaujančiuose darbuose): profesijos mokomos mūsų profesinėse mokyklose yra daugiausiai užimtos vyrų. Mes bandome paskatinti moteris mokytis ir praktikuoti tas profesijas, bet daugumoje atvejų jos susiduria su sunkumais iš visuomenės, nes visuomenei yra sunku priimti jas kaip mechanikos inžinieres, ūkininkes ir pan.
- Stereotipai (pvz. Kad vyrai gali nudirbti daugiau darbų dėl savo): kai kurie darbai yra apibūdinami kaip "vyriški darbai", kaip ūkio darbininkų darbai. Kartais moterims yra sunku integruotis į darbovietę, kur dauguma kolegų yra vyrai.





- Noras(motyvacija) ir atsidavimas: mūsų fakultete yra siūlomos lygios galimybės vyrams ir moterims. Vidutiniškai daugiau moterų, nei vyrų renkasi švietimo ir tyrimų sritį. Kai pasieki tam tikrą lygį, tavo vienintelis trukdis yra noras (motyvacija) tęsti tyrimus įdedant daug atsidavimo ir sunkaus darbo.
- Bendradarbiavimas ir Nuoseklumas: mūsų darbo srityje pagrindinis trukdis yra gebėjimas ir dirbti nuosekliai.
- Namų problemos (pvz. Šeima ir atsakomybė): praeityje lytis lemdavo įdarbinimo galimybes, šiandien darbdaviai labiau rūpinasi žmonių kokybe, jų įgūdžiais ir gebėjimais. Kartais sunkumai ateina iš namų aplinkos (palaikymo ir laisvės dirbti pilną darbo dieną) labiau nei iš darbo rinkos.
- Motinystė, darbai sąlygoti lyčių nelygybės.
- Amžiaus skirtumas: atlyginimo skirtumas, aukštesnių vadybos pareigų gavimas, lyčių rasizmas
- Lyčių lygybė
- Lyčių nelygybė institucijose: kai kuriuose darbuose, lytis yra trukdis, net politinėse pareigose Kipre moterų % yra labia žemas
- Įgūdžių neturėjimas: dauguma nežino kaip įsidarbinti, jos dirba savarankiškai, neįsidarbinę.
- Geriausi būdai integruoti moteris į darbo rinką, remiantis jų patirtimi yra sekantys:
  - 36.4% suteikti profesionalius mokymus
  - 27.3% kovoti daugiau už lyčių lygybę
  - 9.1% paskatinti jas ir leisti joms pasirinkti nepaisant viešos nuomonės
  - 9.1% įgalinimo mokymai, asmeninio tobulėjimo mokymai
  - 9.1% išmokyti tarpasmeninių įgūdžių
  - 9.1% sąmoningumo apie esamas galimybes skatinimas





Į klausimą ar moterys dalyvautų mokymuose, kurių tikslas įgalinti jų asmeninius, skaitmeninius ir verslumo įgūdžius 100% atsakė “taip”.

Lietuvoje, moterys, kuriančios verslus pirmiausiai pirmiausiai susiduria su neišmanymu apie įstatymus, mokesčius ir fondus arba yra finansiškai neraštingos.

Lietuvoje, moterys amatininkės kurdamos verslus dažniausiai susiduria su finansavimo problemomis, finansiniu raštingumu (mokesčių, įstatymų žinojimu) bei skaitmeninio raštingumo trūkumu. Jei moterys yra iš kitos šalies, joms sudėtinga integruotis į darbo rinką dėl kalbos.

Geriausias būdas integruoti moteris į darbo rinką arba padėti joms kurti nuosavus verslus:

- Lavinti darbo rinkai/verslo kūrimui reikalingus įgūdžius.
- Šviesti moteris apie tai, kaip galima pritaikyti reikiamus įgūdžius.
- Parengti mokymus internete apie skaitmeninius ir verslumui reikalingus įgūdžius.

Visos apklaustos moterys pritarė, kad internetiniai mokymai būtų naudingiausi. Apklaustos moterys bei trečiosios šalys (institucijos, centrai, biblioteka) klausė kada veiks mokymų platforma, kad realiai ją galėtų pasiūlyti moterims besilankančioms erdvėse, susijusiose su amatais.

**Ispanijoje** į klausimą su kokiais sunkumais susiduria moterys amatininkės buvo įvairių:

- Moterys turi sunkumų su įsitraukimu į darbo rinką dėl žemų akademinėjų kvalifikacijų, dėl to, kad joms per 45 metus arba dėl to, kad yra migrantės. Yra 3 grupės, kurioms sudėtinga įsitraukti į darbo rinką, dėl to mes joms padedame įgyti profesinių žinių per mokymus ir naujų įgūdžių įgijimą arba patobulinimą.





- Amžius ir susitaikymas su juo.
- Išsilavinimas įgytas mažiau paklausos turinčiuose sektoriuose, kur yra daugiau nestabilumo.
- Sunkumas suderinti darbą ir asmeninį gyvenimą, lyčių pasiskirstymas tam tikrose darbo srityse, prastos darbo sąlygos, apmokymo darbui trūkumas, moterys imigrantės, 45m moterys, kitos priežastys.
- Nelygus atlygis, nevienodi gebėjimai ir sutarimo trūkumas.
- Žemai apmokamų darbų priskyrimas moterims, produktyvaus amžiaus sumažinimas, mažai apmokymo arba žemesnis lygis skaitmeninių įgūdžių ir socialinių įgūdžių apmokymuose, profesionalaus rūšiavimo/pernaudojimo poreikis, savės suvokimas ir socialiniai barjerai, tokie kaip įplaukos, įplaukų dydis ir pan.
- Didžiausias faktorius yra darbo neturėjimas įvairiais aspektais profesinėje srityje.

Dėl šių priežasčių, remiantis patirtimi, moterys mano, kad geriausiai joms padėtų integruotis į darbo rinką:

- Profesionalūs mokymai (28.6%)
- Daugiau kovos už lygias teises (14.3%)
- Visi minėti punkta (57.1%)

3 šalys paklaustos "Ar moterys, su kuriomis dirbate norėtų dalyvauti mokymuose, kurie pagerintų jų asmeninius, skaitmeninius ir verslumo įgūdžius?", 85.7% atsakė "taip", o "ne" atsakė 14.3%.

**Italijoje** sunkumai, kuriuos patiria moterys (migrantės) (iš organizacijos patirties) integruojantis į darbo rinką, yra įvairūs:





- Apmokėjimo trūkumas ir apsaugos motinystei ir vaikams trūkumas
- Nešališkumas
- Lyčių nelygė; atlyginimo diskriminacija
- Įgūdžių pripažinimas
- Atlyginimo skirtumas ir patriarchalinė visuomenė
- Pagrindinė problema yra susijusi su darbo krūviu šeimoje ir darbo-laisvalaikio pusiausvyros trūkumu. Be to, mūsų nuomone, plačiai paplitęs tam tikrų stereotipinių vyro savybių įsiūlymas moterims. Tai taip pat veikia integraciją į darbo rinką.
- Kultūriniai stereotipai ir galimybė siekti aukštų pareigų.
- Diskriminacija
- Asmeninio ir darbo gyvenimo subalansavimas
- Atsirandant naujoms technologijoms sunku rasti aukštų skaitmeninių kvalifikacijų turinčius darbuotojus + darbuotojus, kuri turi aukštą marketing lygį
- Išsilavinimo ir profesinės ekspertizės trūkumas
- Nelygus atlyginimas
- Sumažinta aukštų vadybos pareigų svarba

Apklausoje klausiama, kuris yra geriausias sprendimas integruoti moteris į darbo rinką, respondentia atsakė: 35,7% manau, kad svarbu kovoti dėl lyčių lygybės, 14,3% mano, kad svarbu suteikti galimybę moterims profesionaliai mokytis, 7,1% nori daugiau palaikymo iš politikos kūrėjų ir likusieji 42,9% pasirinko “visus variantus”

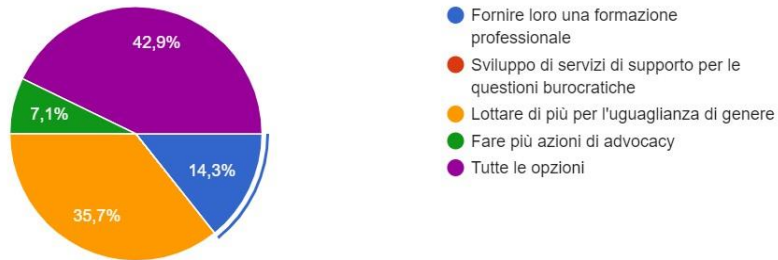




In base alla sua esperienza, il modo migliore per integrare le donne nel mercato del lavoro è:

 Copia

14 risposte



Paklausti " Ar moterys, su kuriomis dirbate norėtų dalyvauti mokymuose, kurie pagerintų jų asmeninius, skaitmeninius ir verslumo įgūdžius?" visi dalyviai atsakė "taip"

**Vokietijoje** sunkumai, kuriuos patiria moterys (migrantės) (iš organizacijos patirties) integruojantis į darbo rinką, buvo labai įvairūs:

- Kalbos barjeras, nes kalbėti vien angliškai Vokietijoje nepakanka.
- Atlyginimo pagal amžių skirtumas ir "Stiklinių lubų" problema (kai neįmanoma prasibrauti pro tam tikrus apribojimus, pvz., pirma moteris pabaigusi inžinerijos studijas), kadangi atlyginimas moterims yra mažesnis ir nėra apsaugos motinystės atostogoms, vaikų turėjimui arba vaiko laukimuisi, dažniausiai moterys parranda esamus darbus arba neturi galimybės būti pasamdytos.
- Kaip amatininkėms, moterims sunku subalansuoti asmeninį ir darbo gyvenimą, ypač su dideliu šeimos pareigų krūviu.





- Su naujų technologijų atsiradimu, sunku rasti internetinius mokymus Vokietijoje anglų kalba, kuria galima būtų mokytis elektroninės prekybos, elektroninio marketingo.
- Mokymų, kuriuose būtų galima įgyti daugiau vadybos, informacijos apie prekės ženklo kūrimą ir asmenybės kūrimą trūkumas.

Geriausi sprendimai kaip integruoti moteris į darbo rinką yra suteikti galimybę mokytis skirting kalbų, lyčių lygybės ir palaikymo politikos kūrėjų mąstų.

## B.2. Klausymynų analizė

### I. Dalyvaujančių moterų demografija

**Kipre**, į projektą visų įtrauktų moterų amžius yra panašus: 22-25. Visos jaunos moterys yra kiprietės, išskyrus vieną, kuri turi albaniškas šaknis. Daugiausia jaunų moterų yra studentės, neseniai pabaigusios studijas arba neseniai pradėjo profesionaliai dirbti. Jų išsilavinimai – įvairūs, nuo ką tik baigusių studijas su Multimedia ir Grafiniais Menais iki Psichologijos, Teisės ir Projektų Vadybos. 60% iš šios grupės jaunų moterų, kurios yra pradėję dirbti (pradžioje savo darbo karjeros) kaip Projektų Vadybinninkės, Individualiai kaip Grafikos Dizainerės ir Amatų srityje. Tas pats procentas turi pakankamai patirties **amatų srityje**, kad paverstų amatininkystę pilnaverčiu pilnos darbo dienos darbu. 20% (1 viena jauna moteris) iš dalyvių užsiima amatais profesionaliai, bet lanksčiai, kai turi laiko. Ji nuo labai jauno amžiaus domėjosi tapyba ir menais ir dirba su amatais. Kiti 20% (1 viena jauna moteris) domisi amatų sritimi, bet jos patirtis ribota.

**Lietuvoje** buvo paimtas interviu iš verslo konsultantės apie moterų verslus ir mažus verslus apskritai. Pasirodo, kad jaunų moterų skaičius versluose auga (iki 30 metų), bet tai negarantuoja,

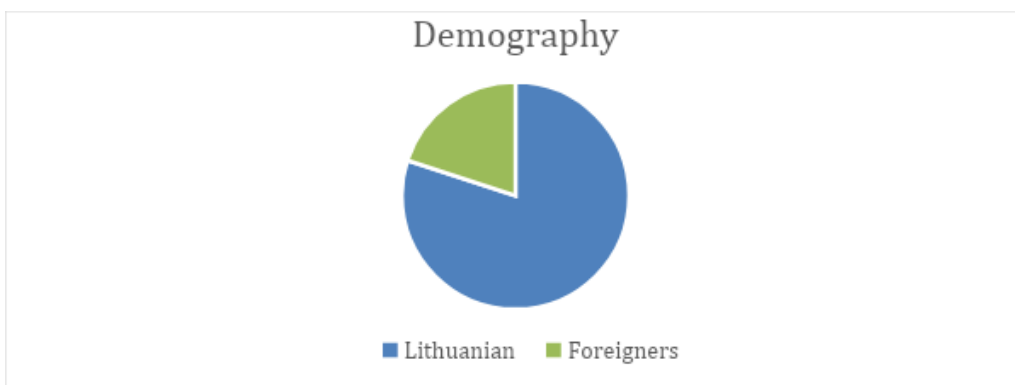




kad jo sir liks versluose. Anot verslo konsultantės, moterys bando kurti verslus, bet kartais suvokia, kad verslas ne joms ir meta besikuriantį ar sukurtą verslą.

Pirmiausiai, buvo sudėtinga rasti jaunų amatininkių, dauguma amatais užsiimančių moterų yra vyresnės. Buvo paimtas interviu iš 5 moterų. Buvo 2 jaunesnės: 22, 29 years old. Kitos 3 moterys buvo virš 30 iki 40.

Visos moterys buvo Lietuvos, išskyrus vieną, kuri yra iš Jamaikos.



Yra svarbu paminėti, kad 2022 imigrantų bangą, bet kalbant apie moteris migrantas, nedaugelis kuria savo verslus, nors yra nemažai moterų amatininkių. Anot verslo konsultantės, jei užsieniečiai kuria verslus Lietuvoje, dauguma jų – vyrai. Bet koku atveju, yra keletas moterų užsieniečių atveju, kurios sukūrė savo verslus (kavos verslą, kosmetikos verslą).

Visos apklaustis moterys turėjo Aukštąjį išsilavinimą, tik viena turėjo Profesinį išsilavinimą. Visos apklaustos moterys turėjo 2 profesijas:

1- Bibliotininė, kuri gamina vientinius muilus, kuri dirbo kaip florist. Ji turi muilų verslą, bet jis yra nišinis ir šiuo metu yra sustojęs. Ji turi šiek tiek patirties verlaujant, bet turi problem su kai kuriom jo dalim, pvz., marketing ir skaitmeniniais įgūdžiais.





2- Socialinė darbuotoja, kuri persikvalifikuoja, pradėjo mokytis juvelyrką ir svajoja turėti savo parduotuvę ir savo juvelyrkos liniją. Ji neturi patirties verslaujanč, bet mokosi kaip to pasiekti:

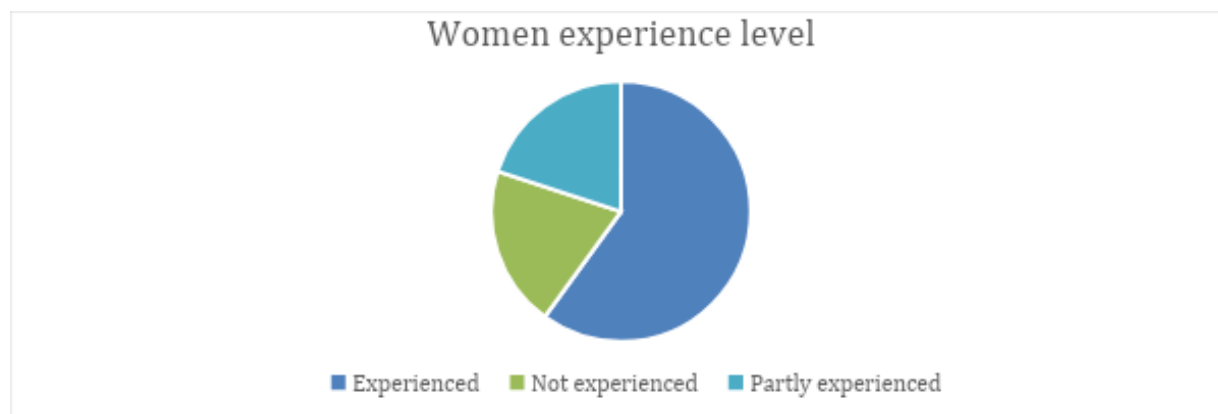
1) Ji dalyvavo YouWeen (Efektas Group) projekto mokymuose apie verslus kaimo vietovėse ir verslo kūrimą apskritai. 2) ji mokosi juvelyrkos profesinėje menų mokykloje.

3- Teisininkė, kuri gamina kosmetiką ir turi savo parduotuvę, bei internetinę. Ji turi daug patirties verslo kūrime ir gali pasidalinti savo žiniomis.

4- Seselė, kuri kepa tradicinius lietuviškus desertus, rengia įvairias edukacijas, bendradarbiauja su universitetu iš Estijos, kuriame pasakoja apie šakočio gaminimą.

5- Paskutinė dalyvė yra dirbusi su projektais, su mokymais ir turi savo sodybą, ūkininkauja ir kartu rengia edukacijas, gamina sviestą, aliejų ir pyragus iš vietinių gamintojų produkcijos. Ji turi patirties su verslo kūrimu ir gali pasidalinti sukaupta patirtimi.

Apibendrinant, žemiau matosi moterų patirčių rezultatas:





**Ispanijoje** dalyvės moterys buvo 40 - 65 metų, jų išsilavinimai yra nuo Mokyklinio iki Aukštesniojo ir Aukštojo. Visos dalyvės Ispanės, išskyrus vieną, kuri yra iš Venesuelos, bet ilgą laiką gyvena Ispanijoje. Profesijos yra įvairios: nuo pardavimų vadybininkės, disainerės, mezgėjos iki dainininkės ir psichologės. Pastaruoju metu, visos dirbą esamuose darbuose, išskyrus vieną, kuri yra pensijoje.

Daugiausiai šios moterys turi daugiau nei 30 metų amatininkystės patirtį. Tik viena iš apklaustųjų turi apie 5 metų patirtį.

**Italijoje**, dalyvės įsitraukę į projektą YOU GO, buvo iš skirtingos aplinkos ir priežastys, kodėl jos dalyvavo apklausoje taip pat skyrėsi. Tačiau jų amžius buvo panašus: nuo 20 iki 35 metų. Visos moterys – italės. Didžiausi skirtumai jose yra išsilavinime ir darbo patirtyse. Jos taip pat siekia skirtingų dalykų ir turi skirtingus gyvenimo kelius. Daugiau nei 30% yra mados dizainerės, kitos yra biologės, teisės ekspertės, studentės ir projektų vadybininkės su Humanitarių mokslų, Mados, Teisės ir Mokslų biografija.

Visi šie skirtumai parodo kaip amatų sritis atrodo ne tik amatininkams bet ir žmonėms iš įvairių aplinkų: mados, humanitarinės, mokslo, tarptautinių santykių aplinkos. Apklausa atskleidžia, kad susidomėjimas amatininkyste persipina su kitomis sritimis ir kad amatininkystė gali būti pritaikyta įvairiose srityse ir atvirkščiai, kad įvairios sritys gali būti pritaikytos amatininkystėje.

Kaip jau buvo minėta, dauguma jų jau yra susidūrę su amatininkyste. 50% dalyvių jau yra amatininkės (profesionalios arba pradedančios) arba jau dalyvavo profesiniuose su tuo susijusiuose kursuose. Tarp daug patirties turinčių dalyvių, dauguma turėjo amatininką/ą savo šeimoje (abiejuose atvejuose tai buvo tėvas). Likę 50% yra vidutiniškai patyrę amatų srityje arba nepatyrę, bet besidomintys amatininkystės galimybėmis.





**Vokietijoje** dalyvių amžius yra tarp 26-56 metų. Jų išsilavinimo lygis yra Aukštasis pvz., Bakalauro, Magistro laipsnis arba Doktorantūra. Be to, jų patirties lygis amatų sektoriuje yra vidutinis. Jos naudojami elektroninio pardavimo platformomis, kad parduotų rankdarbius, bet turi sunkumų parduoti. Dauguma be amatų verslo turi kitą darbą. Dauguma pardavinėja internetinėse parduotuvėse arba realiose parduotuvėse tokius dirbinius: rankomis gamintus papuošalus, žvakes, maistą, medžio dekoracijas, mozaikos portretus.

## II. dalyvių supratimas apie amatų sektorių ir iššūkius palaikant amatininkes

### a) Verlumo termino suvokimas

**Kipre** 60% tos pačios grupės jaunų moterų atsakė, kad verslumas joms reiškia išsireiškimą ir kūrybingumą. Joms patinka jų hobis, nes jų manymu, jei hobis nepatiktų, neliktų ir kūrybingumo.

Likę 40% atsakė kad verslumas joms reiškia laisvę rinktis, nepriklausomybę ir finansinį stabilumą. Tai pastangos suvaldyti savo pačios gyvenimą nepriklausant nuo išorinių vadovų, tam kad pasiektum savo tikslus. Tai reiškia daug asmeninio darbo tam, kad pasiektum savo asmenines savjones ir nedirbtum dėl kažkieno kito svajonės.

**Lietuvoje** visos 5 moterys suprato verslumo apibrėžimą kaip galimybę kurti ir parduoti savo suskurtą produktą.

**Ispanijoje** dalyvės sutiko, kad verslumas yra investicija ir daug valandų darbo. Kitavertus, jos mato verslumą kaip galimybę pradėti asmeninę veiklą ir dirbti pačiai. Buvo vienas komentaras apie tai, kad verslūs yra pradedama asmenine iniciatyva, su asmeniniais ištekliais arba

Co-funded by  
the European Union





minimalia

institucijų

pagalba.

**Italijoje** verslumo supratimas buvo skirtingas pagal moterų išsilavinimo lygį, aplinką ir požiūrius. Kažkuri yra stipriai susijusi su verslu apskritai (Ilaria – verslumas yra galimybė sukurti nuosavą verslą), kitoms šis žodis yra stipriai susijęs su inovacija (Alice – verslumas yra būdas būti įkvėptai ir pagimdyti inovatyvią idėją). Į verslumo apibrėžimą buvo žiūrima ir kaip į įrankį suvokti savo svajones ir suvaldyti dalykus, kurie mums rūpi (Roberta – verslumas reiškia, kad savo pagrindinį hobį gali paversti savo darbu).

**Vokietijoje** moterys verslumo apibrėžimą suvokė kaip nuosavo verslo sukūrimą ir buvimą nepriklausomomis.

**b) Svarbūs įgūdžiai pradedant Amatininkystės verslą**

**Kipre** dauguma moterų teigė, kad patys svarbiausi įgūdžiai be dirbinių kokybės yra: biudžetas, kurio reikia pradėti verslui, atsidavimas sunkiam darbui, partnerių paieška, bendravimas, pardavimai, marketingas.

**Lietuvoje** paminėti svarbiausi įgūdžiai pradedant verslą buvo šie:

- Išmanyti Socialines Medijas.
- Skaitmeninis raštingumas.
- Įstatymų išmanymas (ypač jei amatai yra susiję su kosmetika arba maistu)
- Raštingumas apie verslo kūrimo struktūrą ir nuo ko pradėti.
- Finansinis raštingumas (apie finansus ir reikalingus dokumentus kuriant verslą)

Co-funded by  
the European Union





**Ispanijoje** dalyvės yra įsitikinę, kad labai svarbu mokytis apie rinką ir turėti strateginį planą. Jų nuomone labia svarbu yra išsilavinimas ir mokymai. Kiti svarbūs įgūdžiai yra: kūrybingumas, atkaklumas, atsidavimas ir geri organizavimo įgūdžiai.

**Italijoje** kiekviena dalyvė atsakė skirtingai, išvardindama skirtingus reikiamus įgūdžius. Pagal atsakymus, pagrindiniai įgūdžiai reikalingi pradėti verslui Amatų srityje yra:

- Ekonominiai (finansinės žinios, inovacija, švietimas, vadyba)
- Meniniai (kūrybingumas, gabumas)
- Asmeniniai (pasiryžimas, aistra, bendravimas, kantrybė, atidumas)

Labiausiai tarp šių įgūdžių išryškėja įvairių įgūdžių turėjimas, kurie būtų naudingi amatininkams-verslininkams, kad jie galėtų pradėti savo verslus. Anot apklausos dalyvių verslininkas-amatininkas turėtų būti įvairialypis žmogus, gebantis rasti pusiausvyrą tarp ekonominių įgūdžių, žinių apie rinką, kūrybingumo ir tarpasmeninių įgūdžių. Terminas "inovatyvios idėjos" yra vienas iš vyraujančių terminų. Apklausoje pabrėžiama, kad Inovacija reiškia, kad bus sukurta kažkas originalaus ir ji yra labia svarbi verslininkams-amatininkams.

**Vokietijoje** į klausimą kokie įgūdžiai yra reikalingi verslams Amatų srityje, apklausos dalyvės atsakė, kad yra svarbu prekės ženklo dizainas, verslo plano vystymas, laiko valdymas, organizaciniai sugebėjimai, pardavimai, finansų valdymas, tapatybės kūrimas, marketingas ir pristatymo įgūdžiai.





c) Iššūkiai/sunkumai su kuriais moterys susiduria kuriant verslus Amatų srityje.

d) Sunkumai parduodant internetinė erdvėje vietinės rinkos kontekste. Kokius produktus yra lengviau parduoti internetu.

**Kipre** sunkumai parduodant (ypač vietinės rinkos kontekste) yra patikimi vartotojai: žmonės nenori mokėti kainos, kurios dirbinys nusipelno. Pavyzdžiui, kad pagamintume meno dirbinį, gali prireikti virš 15 valandų jam užbaigti bet žmonės nori mokėti tik daugiausiai 20-30 eurų. Tai neteisinga suma už darbą, kurio prireikia dirbiniui pagaminti. Tokia pati situacija yra su juvelyrika ir rankdarbiais. Tokia pati nuomonė vyrauja ir su skirting dydžių dirbiniais. Žmonės neatkreipia dėmesio kokio dydžio dirbinys, ypač jei tai tapybos darbas (pvz., klientai ieško didelių išmatavimų, bet pigaus tapybos darbo, kas yra neįmanoma, nes didelių išmatavimų tapybos darbai reikalauja daugiau medžiagų ir daugiau darbo valandų).

Iš šių duomenų atrodo, kad vietiniai ir internetiniai klientai nesupranta įdėtų pastangų ir įgūdžių tam, kad būtų sukurtas meno kūrinys. Jie reikalauja žemesnių kainų, nuvertindami kūrėjo pastangas. Tai parodo, kad vartotojai liovėsi vertinę nuoširdų, sunkų darbą ir nori kiekybės vietoj kokybės.

**Marketingo įgūdžiai:** jaunoms moterims marketing įgūdžiai yra gana didelis iššūkis. Jau buvo paminėta, kad yra gana sunku įtikinti žmones pirkti kūrinius tokia kaina, kurios jie nusipelno, nes yra didelė didžiųjų įmonių konkurencija, kurios parduoda mažesnėmis kainomis. Marketingas turi ir kitų iššūkių, tokių kaip laiko valdymas, nuoseklumas, prisitaikymas, nuolatinis tyrimas, duomenų analizė ir rinkimas. Visi šie įgūdžiai yra reikalingi nepaisant kūrybos proceso.

**Biudžetas pradžioje verslo kūrimo:** Be marketing įgūdžių, kitas populiarus jaunų moterų atsakymas buvo apie biudžetą verslo pradžioje. Atitinkamas biudžetas reikalingas verslo





kūrimo pradžioje tam, kad būtų galima pradėti kurti verslą prieš prasidedant kitiems sunkumams.

**Kipre** 80% moterų jau yra pardavinėję internetu ir tęsia savo veiklą. Kai kurios pakomentavo klausimą:

- “Taip, dažniausia klientai, kurie su manim susisiečia internetu, cituoja buvusių klientus. Tai yra gerai, nes visada galima peržiūrėti žinutes ir pažiūrėti, ko klientai prašė iš pradžių”
- “Taip, dažniausiai bendravimas vyksta telefonu ir tada per socialinę mediją, nes tada klientas gali siųsti nuotraukas kokio galutinio produkto norėtų. Tai malonus procesas, kuris duoda galimybę gerai komunikacijai.”
- “Taip, suvokiu, kad yra stipri konkurencija, nes galiu dirbti daug darbo valandų, bet gauti mažai pinigų už tai.”
- “Taip, patirtis gana gera. Tam reikalingos pastovios pastangos, bet viskas einasi sklandžiai.”

Nors jaunos moterys, su kuriom susisiekėm nėra profesionalės amatų srityje, jos labai stengiasi parduoti savo dirbinius internete. Nagrinėdami šiuos duomenis matome, kad skaitmeniniai įgūdžiai yra labia svarbūs pardavinėjant internete. Gera reputacija taip pat yra labia svarbi. Kai paklausėme ar jaunos moterys mano, kad teisinės procedūros yra sudėtingos, moterys atsakė, kad teisinės procedūros nėra svarbios, jei iš verslo negali uždirbti daug pinigų. Leidimo pardavimui internete gavimas nėra sudėtingas, nes už jį nereikia mokėti jokių mokesčių dėl to, kad jos mažai uždirba. Tokia pardavimo internete patirtis buvo gana paprasta jaunoms moterims. Sunkiausia joms buvo padidenti pardavimų apimtis.

Kiti 20% moterų atsakė, kad jos pardavinėjo produktus nesusijusius su amatais, pvz., automobilius arba nereikalingus daiktus (antrų rankų internetinės parduotuvės) ir pan. Jos





pasakė, kad pardavimas tuo atveju yra gana paprastas: pristatai daiktą tam tikru format ir neuždedi didelės kainos.

Kipre produktai, kuriuos galima parduoti internetu yra susiję su jau jaunų moterų pardavinėjamais produktais:

- Juvelyrikos dirbiniai pagaminti iš gėlių ir ritino.
- Tapybos darbai, portretai, logotipai, grafikos dirbiniai (plakatai, socialinės medijos lentelės ir pan.)
- Tapybos darbai, means pagamintas iš vario, skirtingi ornamentiniai dirbiniai arba rėmai.
- Juvelyrika, kosmetika ir pan. Domisi vario gamyba.

60% moterų buvo labiau susidomėję parduoti savo juvelyrikos darbus ir kosmetiką įvairiomis formomis, kai 40% labiau domėjosi tapybos darbais ir skaitmeninio meno darbais.

20% moterų atsakė, kad bet kuris produktas gali būti parduotas internetu, jei yra tinkamai reklamuojamas. Tai gali būti daroma turint keletą nuotraukų/tapybos darbų ir keletą kartų apsilankius realioje parduotuvėje, kad pamatytų darbus fiiškai.

20% atsakė, kad ne viskas gali būti parduodama. Daug paprasčiau parduoti skaitmeninį darbą, pvz., dėl to, kad skaitmeninis darbas gali būti peržiūrėtas ir išanalizuotas potencialių pirkėjų. Kitavertus, realius darbus gali būti sudėtinga parduoti.

Kiti 60% atsakė, kad paprasčiausia internetu parduoti juvelyrikos dirbinius. To priežastis, kad realūs dirbiniai yra pigesni ir juos paprasčiau pakeisti kiekvieną sezoną. Be to, keramikos ir pan. produktai yra populesni šiandien.

**Lietuvoje**, 4 moterys turėjo patirties su internet pardavimais, viena ne.





Patirtys buvo skirtingos:

- Visos turėjo interneto platformas pvz., facebook ir/arba Instagram.
- Viena moteris, kuri pardavinėjo internetu, turėjo problem su reklama/marketingu.
- Viena moteris turėjo sunkumų pritraukti klientams, nes jos produktas (muilas) yra nišinis produktas. Jis greičiau yra dizaino dalis, nei įprastas muilas.
- Trys verslai buvo pagrįsti moterų bendruomene, kurios rūpinasi savimi, gamta, šeima, tradicijomis ir moterų vertybėmis, kurios laiko šeimą ir bendruomenę drauge (rūpinimasis kitais, bendravimas, viena kitos palaikymas)

Pirmiausia, kaip paaiškino trečios suinteresuotos šalys (organizacijos, institucijos), moterys, kurios užsiima amatais, daro tai kaip antra arba papildomą darbą, vadinasi ne kaip pirmą veiklą. Jos dažniausiai turi kitą darbą, kuris moka už mokesčius ir padengia kas mėnesines išlaidas, o amatus naudoja daugiausia kaip saviraišką. Jos gali pardavinėti dirbinius, jei kažkas nori jų įsigyti, bet tai nėra pirmas įplaukų šaltinis. Dėl tos priežasties dirbinių kainos yra gana žemos. Jei kai kurios moterys nori užsiimti amatais kaip pagrindiniu darbu, jos susiduria su nesąžininga konkurencija. Nėra taisyklių kas liečia amatų verslą ir dirbinių kainas, todėl gali būti sudėtinga amatininkams, kurie amatais užsiima kaip vieninteliu verslu.





Antra, moterys kuklesnės, nei vyrai ir drovisi pradėti savo verslus, nes:

- Neturi pakankamai žinių apie verslo kūrimą, darbą su partneriais ir kaip sukurti Verslo Planą.
- Nežino institucijų/organizacijų kur galima pasikonsultuoti apie verslo vystymą.
- Neturi pakankamai finansų ir nežino kur galima rasti fondus, bijo imti paskolą iš banko.
- Pradėti Verslą yra labia rizikinga ir jos gali neišsilaikyti rinkoje.
- Moralinės paramos stygius iš atsakingų institucijų ir/arba šeimos bei aplinkos. Kai kurios šeimos mano, kad verslas yra didelė rizika ir taip numuša jaunimo motyvaciją kurti savo verslus.

Vienintelė moteris, iš apklaustųjų, kuri patyrė problemas parduodant buvo verslininkė, kuri pardavinėjo muilus. Jos muilai nišiniai, jie dažniausiai nėra skirti asmeninei higienai, bet dizaino tikslams (skirting spalvų, tekstūrų, pagaminti su šviečiančiom naktys medžiagom ir pna.). Ji turėjo problemų oarduodant šiuos muilus dar ir todėl, kad jai nepakako marketing ir Socialinių Medijų žinių ir negalėjo gerai pareklamuoti savo produkto.

3 moterys neturėjo problemų parduodamos produktus tiek vietiniu, tiek tarptautiniu mastu. Viena iš jų, kuri gamina kosmetiką, parduoda ją tarptautiniu mastu, nes jos produktai yra orientuoti į juodaodžių moterų diaspora Europoje ir Amerikoje.

Visos moterys parduoda arba norėtų parduoti savo gaminamus produktus. Produktus, kuriuos moterys norėtų parduoti yra: kosmetika, juvelyrikos dirbiniai, means, maistas. Jos mano, kad geriausiai parduodama yra kosmetika, higienos produktai, maistas, nes tai yra dalykai, kurių mums visada reikia.





**Ispanijoje** dauguma apklaustų moterų pardavinėja internetu ir pažymi, kad jų pardavimo patirtis yra gana teigiama. Viena iš jų turi savo internetinę parduotuvę, kurioje parduoda savo produktus. Iššūkiai ir problemos su kuriom moterys susiduria vystant verslus Amatų sektoriuje skiriasi: nuo žinių stygiaus, pinigų, laiko stygiaus ir entuziazmo stygiaus iki savės reklamavimo/pripažinimo problem, o taip pat išskirtinumo (lyginant su didesnėmis kompanijomis) tobulinimo savo sektoriuje. Jos taip pat pabrėžia sunkumus planuojant laiką tarp namų/šeimoms pareigų ir darbo, o taip pat institucijų palaikymo trūkumą.

Dauguma dalyvių atsakydamos apie vietinės rinkos iššūkius atsakė, kad sunkiausia tapti žinomu prekybos ženklu jų srityse. Daugiausia verslų **Ispanijoje** norėtų pardavinėti arba jau pardavinėja šablonus rūbams gaminti, išskirtinius nertus arba megztus drabužius, rankomis nertus dirbinius, apskritai išskirtinius drabužius su originaliais raštais. Dalyvės mano kad šiais laikais įmanoma parduoti bet kokį gaminį, jei žinai kaip rasti klientus. Nors jos pabrėžia, kad geriausiai pardavinėjami žaislai ir dydžio neturintys rankomis gaminti gaminiai (pvz., rankinės, piniginės, šalikai ir pan.), nes jiems nereikalingas dydžio pritaikymas ir tada juos galima gaminti didesniais kiekiais.

**Italijoje** apklausa atskleidžia, kad dauguma apklaustųjų niekada nepardavinėjo internetu, o tos, kurios naudojosi internetiniu pardavimu, tai darė kartą nuo karto, tam, kad pasiektų tam tikrą klientų grupę arba parduodavo dalykus, nesusijusius su jų amatu (pvz., automobilius, skaitmeninę įrangą). Pagrindiniai sunkumai, su kuriais susidūrė parduodamos internetu buvo susiję su:

- Mokesčių problemomis.
- Teisės procedūromis.
- Skaidrumo normomis.





- Leidimo pardavinėti internetu gavimu.

Išvardintos problemos pabrėžia dvi pagrindines kliūtis. Pirma yra susijusi su biurokratija skaitmeninėje srityje ir elektroninės prekybos procesuose, o tai reali kliūtis užkertanti kelią dalyvių verslumo skatinimui. Antra problema yra susijusi su žinių apie procedūras neturėjimu, o tai užkerta kelią supratimui kaip sukurti verslą nuo pat pradžių.

Tik viena dalyvė teigė neturinti jokių problemų prekiaujant internetu, ji 50% dalyvių su gerom skaitmeninėm žiniom ir yra kvalifikuota amatininkė. Ji teigia pasirinkusi pardavinėjimą internetu, kad pasiektų tolimesnes klientų grupes. Anot jos, be internet tokia praktika būtų neįmanoma.

Kalbant apie iššūkius/sunkumus, sukuriais moterys susiduria kurdamos verslus amatų sektoriuje,

83% atsakymų pabrėžia, kad didžiausia moterų problema vystant verslus amatų sektoriuje yra susijusi su moters vaidmeniu visuomenėje. Taiga, pagrindinė problema yra kultūrinė ir nesusijusi su negebėjimu kažką daryti ar sunkumais kažką vykdyti. Anot moterų, visuomenė nelaiko moters pajėgia išlaikyti verslą apskritai ir ypač šiame sektoriuje, kuris istoriškai yra užimtas vyrų, todėl moterys čia yra laikomos mažiau pajėgiomis, nei vyrai. Kai kurios dalyvės pabrėžė kaip nusistatymas prieš moteris versle gali privesti prie socialinės atskirties. O 17% nematė jokios problemos įsiliejant į verslo pasaulį.

Moterys susidūrė su sunkumais pardavinėti internetu, o kai kurios net nebandė to daryti. Tai atskleidė sekančias problemas susijusias su:

- Biurokratija
- Skaitmeninių žinių stygiumi





- Klientų paieška ir pasitikėjimu
- Teisės normomis

Be problem analizuojamų 2 skyriuje, šis klausimas atskleidė problemas susijusias su “skaitmeniniais įgūdžiais” ir “ kliento paieška ir pasitikėjimu”. Šie du elementai dar kartą atskleidė gebėjimų trūkumą šiose srityse, o taip pat pasitikėjimo elektronine prekyba ire l.prekybos instrumentais trūkumą.

Apskritai **Italijoje** yra atitikimas tarp profesinių/praeities patirčių ir produktų, kuriuos norima oarduoti.

Produktai, paminėtų apklausoje yra šie:

- Organiška ir tvari kosmetika ir muilai.c and sustainable cosmetics and soap.
- Juvelyrika.
- Suknelės (dvi dalyvės).
- Rankų darbo rankinės ir skrybėlės.
- Papuošalai.

Į klausimą kokius produktus geriausiai parduoti internetu, respondentės atsakė:

- 33% paminėjo tvarius produktus.
- 66% buvo įsitikinę, kad mados gaminiai yra populiariausi internete.
- Viena respondentė pabrėžė kaip naujos technologijas paprasčiau parduoti per elektronines parduotuves nepaisant mados produktų.

Geriausiai parduodamų produktų internetu sąrašas yra:

- Tvarūs produktai





- Juvelyrikos dirbiniai
- Suknelės
- Technologijos

*Tvarūs produktai:* dėl stiprėjančio visuomenės sąmoningumo apie šią team, kuris sutampa su kylančia paklausa tokiems tvariems produktams ir eco-draugiškiems/be plastmasės amatų dirbiniams.

*Mados produktai:* tokie kaip juvelyrika ir suknelės, nes jų kokybė ir šių produktų vertinimas yra paprasčiau pasiekiamas, nei kiti produktai.

**Vokietijoje** moterys susiduria su iššūkiais ir sunkumais neturėdamos sekančių gebėjimų. Dalis iššūkių, su kuriais susiduria vystydamos verslus amatų srityje yra: pasiekti tinkamą tikslinę grupę, laiko valdymas, marketingas, finansų valdymas ir sugebėjimas praplėsti prekybos tinklą į daugiau nei asmeninius kontaktus. Be to, jos paminėjo, kad pagrindiniai sunkumai su kuriomis susidūrė prekiaudamos internetu buvo žinių ir gebėjimų trūkumas verlo ir skaitmeninėje srityse, paprastos, lengvai naudojamos platformos trūkumas, marketingo kampanijų įgūdžiai, grafikos ir internetinių puslapių kūrimo žinių trūkumas. Vadinasi, ne visos mano, kad turi pakankamai verslumo įgūdžių, kad pradėtų savo verslus. Joms reikia pagerinti savo verslumo įgūdžius, tokius kaip: prekės ženklo kūrimo ir vystymo ir laiko vadybos ar organizacinių įgūdžių. Visgi, jos yra turėję problemų versluose, pvz., dėl pakavimo, prekių pristatymo greitai ir pigiai, konkurencijos su kitais tų pačių paslaugų tiekėjais.

Viena iš moterų jau turi internetinę parduotuvę. Anot moterų respondencijų mano, kad geriau internete parduodami produktai yra pageidaujami nedūžtantys, nedideli ir produktai, kuriems galiojimo data nereikalinga.





### III. Amaty sektoriaus pagerinio privalumai

**Kipre** privalumai, kurie gali būti pasiekti pagerinant marketingo ir verslumo įgūdžius. Šioje srityje, marketingas ir verslumo gebėjimai yra labia svarbūs. Jaunos moterys gana gerai tai supranta ir tiki, kad patobulindamos savo įgūdžius gales pagerinti pardavimus, susirasti patikimų klientų ir išplėsti savo verslus. Kadangi marketingas daugumai jų sudarė nemažai sunkumų, jos jį mato kaip svarbiausią įgūdį, nes jei kažką sukuri, tai reikalauja pastovių pastangų ir marketing, kad išpopuliarintum verslą. Jos sutiko, kad marketing žinių neturėjimas joms atima motyvaciją tęsti/išlaikyti savo verslus, nes be pardavimų, neįmanoma toliau kurti kitų (naujų). Be pasitenkinimo tuo, ką darai labia sunku daug dirbti.

Privalumai, kurių galima pasiekti patobulinant bendravimo ir skaitmeninius įgūdžius: kai kurie svarbūs dalykai, išskirti apklausos dalyvių yra:

- Ištikimų klientų padidinimas.
- Susipažinti su daugiau žmonių.
- Padidinti pardavimus.
- Padidinti produktų žinomumą.
- Padidinti pažinčių tinkle ir tuo pačiu pagalbą vystant verslą.

Iš šių duomenų matome, kad egzistuoja glaudus ryšys tarp bendravimo ir skaitmeninių įgūdžių. Taip yra dėl to, kad bendravimas ir didesnis pažinčių tinklas leidžia suvokti skaitmeninius trūkumus. Jeigu turi patikimus vartotojus, daugiau draugų ir platesnį socialinį tinkle, yra didesnė tikimybė kažkas iš jų paminės, ką darai ne taip.

**Lietuvoje** privalumai, kuriuos pasiektų patobulindamos marketing ir verslumo įgūdžius yra sekantys:





Tai padės moterims:

- pagerinti pardavimus
- išvystyti ir/ar sukurti verslus

Privalumai, kurių gales pasiekti patobulindamos bendravimo ir skaitmeninius įgūdžius:

Tai padės joms:

- tapti labiau savimi pasitikinčiomis
- plėsti pažinčių ratą, susirasti naujus partnerius
- geriau save reklamuoti
- rasti naujų klientų

**Ispanijoje** privalumai, kurie gali būti pasiekti patobulinant marketing ir verslumo įgūdžius yra tie, kad kuo geresni įgūdžiai, tuo geresni rezultatai. Moterys pabrėžia norinčios parodyti produktų esmę, produktų, kuriuos parduoda, idėją stovinčią už produkto. Jos taip pat tiki, kad tai ves prie aukštesnių pardavimų ir tai skatins verslo augimą.

Kas liečia privalumus pagerinant komunikacijos ir skaitmeninius įgūdžius, dalyvės pabrėžia, kad kuo daugiau įgūdžių turės, tuo geriau jų verslui, kadangi vadybos įgūdžiai nuo to tik gerės ir jos paprasčiau gales pasiekti tikslines grupes. Jos taip pat tiki, kad pagerinant skaitmeniniu įgūdžius, jos bus labiau matomos rinkoje, turės didesnes galimybes pritraukti daugiau klientų, pasieks daugiau grįžtamojo ryšio iš susidomėjusios bendruomenės ir įgis daugiau lankstumo administravimo procesuose.

**Italijoje** privalumai, kurie gali būti pasiekti patobulinant marketing ir verslumo įgūdžius yra dideli, nes marketingas ir skaitmeniniai įgūdžiai, anot dalyvių, yra būtini įgūdžiai, kuriuos reikia





įgyti arba patobulinti. Visos dalyvės pritarė, akd patobulinant šiuos įgūdžius joms padės pasiekti sėkmingesnę ir prasmingesnę karjerą, o taip pat padės įgyvendinti verslo idėjas. Kai kurios iš jų pažymėjo faktą, kad šie įgūdžiai motyvuotų pagerinti savo verslą/karjerą.

Kalbant apie komunikacijos ir skaitmeninius įgūdžius, dalyvės mano, kad bendravimo ir skaitmeninių įgūdžių lavinimas (svarbių dirbant šiame sektoriuje ir bandant parduoti savo produktus) padės:

- Pagerinti komunikacija su kitais panašiais verslininkais
- Padarys verslą labiau matomą
- Duos verslo augimą ir padaugės klientų
- Pagerins bendravimo įgūdžius
- Padės geriau suprasti technologijas
- Gerės verslo konkurencingumas

**Vokietijoje** moterys paminėjo, kad privalumai, kurie gali būti pasiekti patobulinant marketingo ir verslumo įgūdžius padės joms praplėsti tikslinės grupės klientų ratą ir pagerinti kainas, kurios leis parduoti savo produktą už tinkamą kainą, neprarandant savo lėšų. Be to, privalumai, kurie gali būti pasiekti tobulinant komunikacijos ir skaitmeninius įgūdžius gali padėti parduoti produktus internetu daugiau, nei fiziniėje parduotuvėje. Be to skaitmeninių įgūdžių pagerinimas padės joms geriau valdyti laiką naudojantis skaitmeninėmis paslaugomis.

## išvada





You Go yra projektas Jaunimo srityje, kuris siekia skatinti įgūdžių tobulinimą moterų su amatininkystės pagrindais skaitmeninį raštingumą, naudojant tarpsektorinio švietimo formatą įtraukiantį skaitmeninį marketingą, verslumo įgūdžius ir elektroninės prekybos vystymą, kad moterys amatininkės išmokytų geriau reklamuoti ir parduoti savo produktus.

Projektas naudoja inovatyvų požiūrį į jaunimo integraciją į darbo rinką, kai darbo rinka pastoviai keičiasi. Nors darbinantis ir darbo rinkoje jauni žmonės yra laikomi suaugusiais, iš tikro jie turi kitus specifinius poreikius, kuriuos reikia iširti, išanalizuoti, pasiekti tam, kad išvystytume funkcionalias ir efektyvias švietimo ir įgūdžių reikalingų darbo rinkai lavinimo metodologijas. Projektas yra partnerystė, kuria siekiama bendradarbiavimo. Jis siekia skatinti jaunų moterų (18-30), kurios turi amatininkystės pagrindus arba, kurios jau yra įsitraukusios į amatininkystę, įgūdžių tobulinimą skaitmeniniame verslume. Siekiama sukurti tarpsektorinį švietimo formatą įtraukiantį skaitmeninį marketingą ir verslumo įgūdžius, bei elektroninių pardavimų platformos sukūrimą, kurioje moterys gales reklamuoti ir parduoti savo produktus. Siekiant sukurti strategijas, kad būtų pagerintas įsidarbinimas ir darbo sukūrimas, verslumas yra aukštai vertinamas, kaip priemonė ir vertinga papildoma strategija kuriant darbus ir gerinant gyvenimo kokybę ir jaunų žmonių ekonominę nepriklausomybę.

Buvo iššūkių/apribojimų darant apklausas, susisiekiant su respondentais, tai gali būti apibūdinama kaip:

- trečios šalys kai kuriose šalyse greitai neatsako į klausymynus, o kai kurios atsisako prisijungti prie projekto ir dalintis informacija.
- amatininkų klausymynui buvo sudėtinga rasti jaunų moterų, dauguma moterų buvo vyresnės, nei 18-25 metai.

Iš partnerių šalių surinktų duomenų moterims pasitaiko sekančių sunkumų:





- Seksualinė diskriminacija ir darbo paskirstymas pagal lytis, arba kitaip tariant yra teigiama, kad vyrai mąsto logiškiau ir dirba logikos/apskaičiavimo reikalaujančius darbus arba, kad vyrai gali dirbti daugiau darbų dėl savo fiziologijos ir kūno sudėjimo.
- Atlyginimų skirtumas ir Stiklo lubų problema.
- Lyčių nelygybė; darbo užmokesčio diskriminacija
- Moterų diskriminacija, Motinystė, darbai, skirstomi pagal lytį
- Kultūriniai stereotipai ir lyderystės pozicijų pasiekiamumas
- Asmeninio ir darbo gyvenimo subalansavimas
- Fiziologiniai veiksniai: kai kurie darbai reikalauja raumenų, stereotipai pvz., apie virus, kurie mąsto logiškiau ir gali geriau susidoroti su logikos/apskaičiavimo reikalaujančiais darbais.
- Skaitmeninių įgūdžių, bei įgūdžių, susijusių su naujomis technologijomis trūkumas.

Moterys prašė jų įgalinimo per:

- Profesionalių mokymų joms teikimą.
- Didesnį įsitraukimą į kovą dėl lygių teisių.
- Moterų įgalinimą ir joms suteikiamą galimybę pasirinkti savo darbą nepaisant viešos nuomonės
- Asmeninio Vystymosi Mokymų įgalinimą.
- Mokymų apie tarpasmeninius įgūdžius tiekimą.
- Teikiamų galimybių sklaidą.

Yra trečiosios šalys ir moterys, kurios klausė kada bus užbaigta platforma, kad jos galėtų ja naudotis ir dalintis su pažįstamomis moterimis.

Bet kokių atveju, kai kurios moterys sėkmingai atidaro internetinius verslus, nors susiduria





su sunkumais susijusiais su patikimais klientais, kurie liaujasi vertinę sunkų darbą, kai pradeda labiau vertinti/pasirenka kiekybę vietoj kokybės. Taip pat sudėtinga suprasti elektroninį marketingą, laiko valdymą, žinojimą, kaip parašyti verslo planą, kaip pradėti legaliai dirbti su savo veikla, rizikų vadybą kai kainos kyla dėl infliacijos.

Visgi būti moterim amatininke ir dar migrante svetimoje šalyje, kur yra kalbos barjeras, mokesčių sistemos ir teisės supratimo trūkumas, fondų užsieniečiams pasiekiamumo trūkumas, gali dar labiau apriboti.

**Todėl pagrindiniai iššūkiai, su kuriais moterys susiduria vystydamos savo verslus amatų srityje yra sekantys:**

- Marketingo įgūdžiai.
- Finansinės problemos ir įrankių kaip rasti sponsorių ar finansavimą trūkumas.
- Internetinės prekybos įgūdžiai.
- Tvarus finansavimas.

## Rekomendacijos Platformai ir internetiniams prekybos mokymams.

**Kiprui** yra keletas svarbių minimų rekomendacijų praktiniam el.prekybos internet puslapio/platformos kūrimui:

- Patikimumas ir Saugumas: dėl šios funkcijos, reikia paminėti, kad Platforma turi būti patikima. Patikimumas vartotojams (produktų pardavėjams): jeigu parduodi produktus internete, internetinėje platformoje, kainos, kurias uždeda platformos





naudotojai (produktų pardavėjai) turėtų būti patikrintos platformos administratorių (savininkų), kad kainos būtų tinkamos, teisingos ir priklausytų nuo platformos naudotojų darbo kokybės. Patikimumas clientams (produktų vartotojams/pirkėjams): platformos administratoriai/ savininkai turėtų užtikrinti klientų finansinių duomenų saugumą. Platforma turėtų būti:

- Aiški ir paprasta: Platforma turėtų įtraukti medžiagą, kurią paprasta skaityti ir ji yra patraukliai pristatyta (ypač kas liečia statistiką apie klientus ir pardavimus)
- Aiški: platformoje neturėtų būti nereikalingo turinio ir informacijos.
- Nuoseklumas: platformos tikslai turėtų būti atitinkantys turinį. Dažnai turinys neatitinka tikslų numatytų pradžioje ir pan. Be to, visi platformos puslapiai turėtų atitikti kitus platformos puslapius pagal struktūrą, logiką ir funkciją.
- Įperkamumas: Platforma turi būti įperkama (jei įmanoma, nemokama) arba bent jau turėti skirtingus “premium” planus, pagal kiekvieno vartotojo poreikius.
- Patikima Pagalba Klientams: gana dažnai klientai negauna pagalbos. Nėra el. Pašto arba kito būdo susiekti su Klientus Aptarnaujančiu Personalu. Dažnai nutinka, kad yra funkcija susiesiekti su Klientų Aptarnavimu, bet ji neveikia, niekas neatsako į iškilusius klausimus. Some recommendations for the platform design and structure that have been given are the following:
- Video Iliustracijos: Platforma turėtų turėti daugiau vaizdinės medžiagos. Pvz.: rankdarbiuose, jei kažkas neparodo pavyzdžio, neįmanoma suprasti kaip sukurti rankdarbius.
- Stipendijos, Nemokama mokymų medžiaga: turėtų būti būdas pasiekti platformą nemokamai, nes daugumai moterų yra nepasiekiamas mokamos skaitmeninės žinios/mokymai.





**Lietuvoje**, moterys mokytųsi informaciją iš platformos (skaitytų, žiūrėtų video, jei jų bus) tam, kad panaudotų tą informaciją savo verslams kurti ir vystyti. Svarbiausia, anot apklaustų moterų, tokiai el.verslo platformai yra:

- aiški struktūra
- aiški, neilga informacija skaitimui ar žiūrėjimui
- užduotys, klausimai medžiagos kartojimui

Ispanijoje apkalsutoms moterims buvo svarbu, kad Platforma būtų lengvai naudojama ir praktiška, nes dalyvės pabrėžė sekančias charakteristikas: sklaida, apimtis, gera žiūrėjimo kokybė, vartotojui paranki naršymo sistema, palanki kaina. Rekomendacijos You Go el.pardavimų Platformos vystymui, anot apklaustųjų, yra: padaryti Platformą lengvai naudojamą, padaryti prieinamą profesionalams, nesusijusiems su technologijomis; atsižvelgti į tuos žmones, kurie tik pradeda verslus, susijusius su amatais; neviršyti veiklos sąnaudų ar komisinių.

**Italijoje** produktų, patirčių ir profesinio išsilavinimo skirtumas tarp apklausos dalyvių, kurios nori pardavinėti savo prekes yra žymus.

Apklausos dalyvės pabrėžė sekančius elementus, kurie būtų svarbus kuriant ir vystant el.pardavimų platformą:

- Puslapio dizainas, dėmesys detalėms.
- Tikslinės grupės žinojimas
- Lengvas pasiekiamumas, "draugiška" vartotojui
- Įvairiarūšis produktų asortimentas





- Geras komunikacijos stilius
- Prieinamumas 24 h
- Matomumas

Dizainas: Apklauso dalyviai pabrėžė, kad yra svarbus Platformos dizainas, tam, kad atkreipti Platformos vartotojo dėmesį ir kad būtų malonu naršyti platformoje.

Tikslinės grupės žinojimas: tam, kad suskurtume turinį atitinkantį tikslinės grupės poreikius.

“Draugiška” vartotojui: tam, kad Platformos vartotojai jaustūsi gerai joje apsipirkinėdami, ja naudodamiesi.

Įvairiarūšis produktų asortimentas: tam, kad specifinės prekės išsiskirtų iš kitų parduodamų prekių.

Geras komunikacijos stilius: tam, kad patrauktų potencialių klientų dėmesį ir jie pirktų produktą.

Pasiekiamumas 24 valandas: tam, kad klientas galėtų prieiti prie produktų jam/jai tinkamu metu.

Matomumas: tam, kad padidėtų galimybė parduoti produktą platesnei auditorijai.





Vokietijoje, kai kurios apklaustosios dalyvavo Coursera arba Udemy internet mokymuose. Anot jų, prie minėtų platformų lengva prisijungti ir lengva mokytis. Šių platformų ir internetinių mokymų silpnybės: komunikacija ir dėmesys teorinėms žinioms.

Viena iš moterų jau turi internetinę parduotuvę. Svarbiausias internetinės pardavimų platformos bruožas -interaktyvumas, tam, kad jos vartotojas galėtų užduoti klausimus ir gauti atsakymus, labia svarbu, kad būtų ryšys tarp vartotojo ir Pagalbos Centro(so it is more interactive between instructors and participants)

Galiausiai, apklausos dalyvės rekomendavo keletą dalykų YouGo el.prekybos Platformos vystymui: turėti skirtingus įrankius Platformos reklamavimui žema kaina, tiekti nemokamus pažangius kursus, kuriuose būtų pažangios žinios.

Be to, kursai turėtų būti ne teoriniai, o praktiniai, pateikti daugiau praktinių pavyzdžių, kurie padėtų dalyvėms pasiekti savo tikslus sukurti verslą. Platforma taip pat galėtų pasiūlyti praktinius patarimus apie skaitmeninį marketingą ir kaip sėkmingai reklamuotis. Taip pat Platforma turėtų patarti (provide mentorship)tiems, kam šios informacijos reikia.

## Annex Konsorciumo gerosios praktikos





## GERŪJŲ PRAKTIKŲ SANTARAUKA

### PROJEKTAS YOU GO/ ACPELIA

## Kipras

**Gerosios praktikos Kipre** daugiausiai susiję su pirminio kapitalo numatymu, apmokymu ir mentoryste mažiems moterų valdomiems verslams.

Pirma geroji praktika pritaikyta 2015 buvo “*Moterų Verslumo padidinimas.*” *Pagrindinis projekto tikslas* buvo išvystyti, palaikyti ir paskatinti moterų verslumą. Tikslinė grupė moterys nuo 18 iki 55 metų, kurios nori išvystyti savo įmones gamybos, paslaugų, turismo srityse, bei elektroninėje prekyboje. Technologijos Paslaugų Pramonė vykdė šį projektą; MECI buvo finansuojama Kipro Respublikos ir Europos Struktūrinių Fondų.

Programa siekė padėti moterims, kurios prieš tai neturėjo verslo nei viename sektoriuje ir turėjo sekančius *tikslus*:

1. Technologijų vystymas, inovatyvūs metodai ir gamyba.
2. Produktų ir paslaugų reklama.
3. Verslo žinių auginimas gamtosauginėje srityje.
4. Modernaus verslo veiklų skatinimas, siekiant sukurti konkurencingų įmonių dinamiką.





Antroji geroji praktika su panašiomis, bet ilgalaikėmis paslaugomis yra *Moterys Versle* (WiB) organizacijos, vadovaujama Europos Rekonstrukcijos ir Vystymo Banko (European Bank for Reconstruction and Development). Organizacija *skiria savo laiką* padėdama mažiems moterų verslams, teikdama mokymus, mentorystę, start-up finansinę ir bendrą paramą. Tam, kad verslas atitiktų šią programą, bendra įmonės vadybininkų atsakomybė turi būti moterų rankose, kurios dalinai ar pilnai gali turėti nuosavą verslą.

Programa yra finansuojama Europos Regijoninių Vystymo Fondų, Kipro Respublikos, Struktūrinių ES fondų ir Energetikos Ministerijos. Programa turi sekačiuose *tikslus*:

5. Moterų dalyvavimo versle reklamavimą.
6. Finansavimo pasiekiamumą.
7. Verslo patarimus.
8. Įgūdžių įgijimą, žinių ir išteklių, reikalingų sekantiems žingsniams, įgijimą.
9. Verslo patarimų pasiekiamumą, skirtą moterų vadovaujamoms MVI, tam, kad šios įmonės taptų konkurencingesnės.
10. Siūlyti mokymus, mentoriavimą ir kitą paramą tam, kad įgalintų moteris verslininkes dalintis patirtimis ir mokytis viena iš kitos patirčių.

Galiausiai, trečioji geroji praktika yra vadovaujama organizacijos Junior Achievement Cyprus, didžiausios NVO organizacijos nares. Programos *tikslinė grupė* yra mokytojai, studentai ir jaunimas (nuo 18 iki 30 metų). Organizacija siūlo eksperimentinį mokymą apie finansinį raštingumą, pasiruošimą darbo rinkai ir verslumą.





Programa yra finansuojama Švietimo, Kultūros, Jaunimo ir Sporto Ministerijos, o taip pat remiama Kipro Bankų Asociacijos. Programos **tikslai**:

11. Išvystyti ilgalaikius verslo rezultatus (start-up ir įdarbinimo galimybes)
12. Išvystyti mokymosi metodus, susijusius su pasiruošimu darbui, verslumu ir finansiniu raštingumu.
13. Išvystyti kompetencijas, pvz. problemų sprendimą, bendradarbiavimą, lyderystę, kūrybingumą, efektyvumą. Šios savybės padės pasiekti sėkmę.
14. Verslumas.
15. Finansinis raštingumas.
16. Pasiruošimas darbui.

## Lietuva

Gerosios Lietuvos praktikos daugiausia susiję su moterų verslais, kurie yra pagrįsti bendruomenės suvienijimu, vertybėmis susijusiomis su gamtos apsauga, tradicijomis, vietine produkcija, šeimos vertybėmis.

Vietoje 3 gerųjų praktikų buvo surastos 4. Viena iš jų gerųjų praktikų apima dug vietinių verslų (didesnė dalis, apie 80% jų yra moterų valdomi verslai). Kitos 3 gerosios praktikos yra vietiniai moterų verslai iš skirtingų Lietuvos vietų.

Pirmoji gera praktika, tai “**Lokali**“ parduotuvė/kultūros centras atsidaręs 2020 metais. Šis kultūros centras sukūrė unikalią erdvę, kur žmonės gali susitikti įvairiuose renginiuose,





parodose arba tiesiog išgerti kavos/arbato ir pasikalbėti. Jis taip pat turi tiek fizinę, tiek internetinę parduotuvę. Fizinė erdvė sujungia Kultūros Centra ir Parduotuvę, kurioje savo prekes pristato daugiau nei **100 mažų vietinių gamintojų**. Parduotuvėje vietiniai gamintojai pardavinėja suvenyrus, drabužius, juvelyrinius dirbinius, kosmetiką, maistą ir gėrimus (pvz. kavą, arbatą), gėles ir meno dirbinius.

Šio Kultūros Centro/Parduotuvės **tikslas** yra palaikyti vietinius verslus, kurie yra daugiausiai valdomi moterų. Bet kas, kas turi mažą (dažniausiai amatų) verslą ir nori parduoti savo prekes, gali susisiekti su Parduotuve (nepaisant amžiaus) ir susitarti parduoti savo prekes šioje Parduotuvėje/Kultūros Centre.

Projektas buvo **išvystytas** bendruomenės lyderių, bendruomenės reikmėms. Tai Viešoji įstaiga. Jos **pagrindiniai tikslai**:

- Pasiūlyti pardavimo platformą vietiniams gamintojams.
- Suteikti galimybę vystyti naujas verslo pažintis.
- Turėti vietą bendruomenės susibūrimams ir bendravimui.
- Turėti erdvę renginiams pagal veitinės bendruomenės poreikius, pvz. meno parodoms, kur menininkai galėtų ne tik eksponuoti, bet ir parduoti savo meno kūrinius.

Projektas vadovaujasi paprasta maža bendruomene pagrįsta filosofija: “Vietiniai gamintojai yra populiarešni ir labiau vertinami, jei pirkėjas žino iš ko jis perka produktą.”





**Antra geroji praktika** yra vadovaujama užsienietės Menns, sostinėje Vilniuje. Parduotuvės pavadinimas “Hazel Berry Skin Food”. Menns turi tiek fizinę, tiek internetinę parduotuvę Instagram platformoje.

Parduotuvė buvo įkurta verslininkės lėšomis, nors užsieniečiams verslininkams yra skiriami Europos Sąjungos Fondai. Ji paminėjo, kad ES fondų trūkumas – ilgas jų gavimo procesas ir lankstumo trūkumas.

Šio verslo **tiklas** yra suvienyti bendruomenę per tvarią kosmetiką ir suteikti moterims, kurios turi panašiomis tvarumo idėjomis, bei turi panašias odos problemas, erdvę būti kartu.

Šio verslo **tiksiai**:

- Sukurti tvarią kosmetiką iš vietinių aliejų ir pernaudoti produktus (pvz. kavos atliekas iš vietinės kavinės)
- Sukurti pakuotes, neteršiančias gamtos. Pvz. kietus šampūnus, kuriems nereikia plastmasinių pakuočių.
- Sukurti kosmetiką juodaodžių moterų diasporai Europoje (atsižvelgiant į tai, kad jos turi specifines kūno charakteristikas, kaip sausi plaukai, strijos, todėl joms reikia specialios odos priežiūros)
- Sukurti kosmetiką jautriai odai.
- Daryti edukacijas apie natūralią kosmetiką.
- Suteikti erdvę moterims, turinčioms tas pačias idėjas, panašias kūno problemas, kad jos galėtų būti drauge ir dalintis patirtimis.





- Suteikti erdvę įmonių, vakarėlių edukacijoms įvairioms progoms.

Pagrindinė šio verslo vertybė yra vertinti bendruomenę, moteriškas vertybes ir nebijoti turėti verslą būnant moterimi, kuris yra pagrįstas moters vertybėmis. Mennis skatina būti vieningesnėmis, skirtingomis ir turinčiomis savo vertybes kaip moterys, mamos, besirūpinančios šeima, palaikančios viena kitą. Šio verslo savininkė nekalba lietuviškai, bet sukūrė savo verslą aplink angliškai kalbančią bendruomenę.

**Trečioją gerąją praktiką** įkūrė Lina 2020 metais Panėkėlių kaime, netoli Krekenavos, vos pora valandų nuo Kauno. Verslo pavadinimas “ Panėkėlių Sodyba”. Verslas prasidėjo nuo Linos šeimos (brolių, sesių), kurie norėjo turėti sodybą poilsiui ir ši sodyba išaugo į Air BnB nakvynės vietą su įvairiais patogumais, veiklomis, **vietinio maisto** degustacijomis ir vieta renginiams.

Sodyba buvo įkurta asmeninėmis lėšomis. Buvo galimybė parašyti projektą, bet tai būtų trukę per ilgai ir projektas nebūtų lankstus.

Veiklos sodyboje: ūkininkavimo edukacijos apie gyvūnus, augalus, maistą, aliejaus spaudimą, bei bendradarbiavimas su bendruomene, vietiniais verslais prasidėjo žingsnis po žingsnio ir išsivystė į viešbučio tipo sodybą su sauna, masažo paslaugom, renginių organizavimu ir nuomos erdvę.

Pagrindiniai besivystančio verslo tikslai yra:





- Bendradarbiauti su mažais vietiniais verslais, kaip: restoranai, bendruomenės džiovykla, vietinis kepėjas ir pan.
- Gaminti produkta iš vietinių ingredient, pvz.: meškinio česnako(sviestą), rapsų (aliejų), Šeivamedžio (gėrimą).
- Sukurti erdvę įmonių privatiems renginiams.
- Sukurti dekoracijas iš vietinių augalų.
- Lavinti apie ūkininkavimą ir vietinį maistą/augalus/gyvūnus/rankdarbius gaminamus toje vietovėje.
- Suteikti žmonėms viešbučio paslaugas ir sauna.
- Reklamuoti vietinius verslus.
- Sujungti tradicinę idėją būti arti gamtos ir kaimo ir modernią tvarumo idėją apie žmogaus ir gamtos gerbuvį.

**Galiausia, ketvirtoji geroji praktika** yra Beduonės kaime, prie Lukšių miestelio vadovaujama Renatos, oficialiai vykstanti nuo 2020, jos pavadinimas “Gamtos Girnos”. Verslas buvo išvystytas daugiau Covid-19 laikotarpiu nes tuo laikotarpiu vystyti verslą buvo daugiau laiko. Prieš išvystant verslą, jo savininkė eksperimentavo su tradicinio Šakočio receptu ir kitais **tradicinių desertų** receptais. Ji gamindavo desertus pagal užsakymą. Covid-19 laikotarpiu pagaliau atsirado galimybė pilnai išvystyti verslą.

Renata gamina pagal įvairius tradicinius receptus, be to augina savo vistas, antis ir turi šviežių kiaušinių, gaminiuose naudoje vietinį, netoli gaminamą sviestą.





Pagrindiniai šio verslo tikslai yra:

- Gaminti tradicinius desertus iš vietinių ingredientų.
- Lavinti apie Šakočio gamybą.
- Sujungti Šakočių edukacijas su 3d spaudintuvo edukacijomis, kai vyksta kepimo edukacijos procesas. Pvz.: galima pagaminti 3d Šakočio modeliuką, kaip raktų pakabuką, kol Šakotis kepa.
- Reklamuoti Šakočio gamybos procesą ir šį desertą, kaip tradicinį universitetuose ne tik Lietuvoje, bet ir Estijoje (Renata buvo pakviesta padaryti seminarą Estijos Universitete). Reklamuoti šį desertą per TV programas su garsių šefų pagalba, bei per Instagram platformą.
- Reklamuoti aukštos kokybės produktus.

Renatos patarimas yra užsiimti veikla, kuria tikite, kuri yra laisvalaikio praleidimo būdas, tuomet visi iššūkiai bus lengvesni.

## Ispanija

**Dvi gerosios praktikos** yra paimtos *Gido "Veršlumas iš lyčių perspektyvos: gerosios praktikos"*.

Projektai *"išversti lyčių perspektyvą iš vidaus ir iš išorės"* ir *"Programos pritaikyti būdus nelygybės mažinimui"* buvo išvystyti 2016 metais skirtinguose regijonuose Baskų Šalyje (Ispanijoje). Projektai buvo vykdomi įstaigų dviejose savivaldybėse bendradarbiaujant su





Bizkaia Srities Taryba bei reklamos įmonėmis. Programos, finansuojamos Ekonomikos Departamento ir Bizkaia Teritorinio Vystymo Skyriaus, tui sekančius **tikslus**:

1. Didinti įvykdyto šioje srityje darbo matomumą.

Bizkaia įstaigos/įmonės skaitna verslo matomumą.

2. Įkvėpti ir pritraukti daugiau įmonių, kurios dirba su verslo reklamavimu, motyvuoti juos įgyvendinti praktikas naudingas moterų verslų vystymui.

Tai pareikalaus konkrečių ir pasiekiamų priemonių įgyvendinimo, kurios palengvins verslininkų ir verslininkių paskatinimą ir sugeneruos pasikeitimus kurie padės pasiekti pokyčių visuomenėje siekiant lygių galimybių moterims ir vyrams. **Tikslinė grupė** yra šie projektai ir įmonės, kurios nori integruoti su lytimis susijusią perspektyvą ir tikslą savo verslų veiklose arba nori integruoti su lytimis susijusius tikslus į įmones tam, kad palaikytume įmonių įkūrimą.

**Trečioji geroji patirtis** Ispanijoje vykdoma verslumo laboratorijoje

**#LasIndiasEmprendeLab.** Inicatyva yra finansuojama Kanarų Salos valdžios bendradarbiaujant su Švietimo Ministerija, Universitetais, Kultūra ir Sportu, ji tęsėsi nuo 2018 iki 2019. Į projektą buvo įtrauktos vietinės įstaigos/įmonės: universitetai, įmonės ir mokyklos (IES Virgen de la Candalaria, IES San Matías, IES Tegueste, IES Barranco de las Lajas). Kai kurie šios programos objektyvai buvo:

- Skatinti lyčių lygybę mokykloje.





- Sumažinti verslumo spragą tarp vyrų ir moterų.
- Skatinti ir gerinti (ypač jaunimo)įsidarbinimo lygį apskritai.
- Sukurti bendradarbiaujančių organizacijų/įstaigų tinklą tarp pagrindinių įmonių/įstaigų, kurių tikslas yra skatinti verslumą ir skatinti lyčių lygybę Kanarų Salose.
- Skatinti student palaikymą ir kūrybingumą.

To pasekoje tikslinė programos grupė buvo nedirbančios moterys. Daugiau nei 150 studentų buvo įsitraukę į šį projektą.

## Italija

**1- Annie Hall Made in Italy:** Annie Hall parduotuvė gimė 2011 metais, Cortonoje, Etruskų mieste Toskanoje. Ji parduoda labai unikalias skrybėles ir juvelyrinius dirbinius “*Made in Italy*” (*Pagamintus Italijoje*), kuriuos gamina nedirbančios moterys ir žmonės rizikuojantys patirti darbo atskirtį. Projekto inovacija yra idėjoje suderinti moterų amatininkų produkciją su praktiniu įgūdžių gerinimu. Šio projekto metu, darbo rinkoje mažiau galimybių turinčios moterys buvo samdomos ir gavo galimybę dirbti amatų sektoriuje. Dėl to šio projekto tikslai yra stipriai susiję su naujų galimybių pasiekiamumu, moterų talent stiprinimu ir tekstilės įmonių atliekų perdirbimu.

Website & Contacts: <https://anniehallshop.com/> --- [info.anniehall@gmail.com](mailto:info.anniehall@gmail.com)





**2 -WOMEN LAB (Moterų Laboratorija):** E-women Lab projektą koordinuoja DINTEC Konsorciumas Technologinėms Inovacijoms įkurtas Italijoje 2020 metais, kuris palaiko moterų verslumą ir moterų dalyvavimą STEM srityse. Mažos ir vidutinio dydžio įmonės moterims reprezentuoja suinteresuotos šalys. E-women Lab suteikia galimybę 40 moterų verslininkų pagerinti kvalifikaciją ir patobulėti profesinėje srityje, el-pardavimų temoje, o taip pat pasinaudoti proga gauti techninę paramą atidarant virtualią e-Bay parduotuvę. Mokymų programa buvo išskirtinai internete ir numato 2 moterų grupių po 20 suformavimą. Projekto veiklose buvo prašoma pritaikyti pardavimų metodus ir strategijas, kurių buvo mokoma. Laimėtojomis suteiktas matomumas per nacionalines reklamos kampanijas ir sklaidą socialiniuose kanaluose (e-Bay, Dintec, Prekybos RūmųPID), Moterų Verslininkų Komitetų tinkle. E-Women Lab inovacija – įrankių, leidžiančių siekti numatytų tikslų derinys. Tikslinė projekto grupė buvo skatinama siekti naujų įgūdžių ir kompetencijų.

Website & Contacts: <https://www.dintec.it/P42A0C328S128/e-Women-Lab--progetto-di-Empowerment-femminile.htm> ----- [dintec@dintec.it](mailto:dintec@dintec.it)





**3- Mirta:** Mirta yra Italijos startup, kuris nuo 2019 skatina “*Made in Italy*” (“Pagaminta Italijoje”) amatininkus gaminti užsienyje žinomus produktus. Projektas išsiskyrė savo stiprių GSV (Gamtosauginiu, Socialiniu, Vadovavimu) komponentu ir vien moterų verslininkų komanda. Tai dvi pagrindinės įmonės įsteigimo vertybės. Šio projekto metu žmonės, turintys aistrą madai, pradėjo savo profesionalią kelionę Mirta įmonėje ir dabar dirba šiame sektoriuje. Šiame projekte inovatyvus pats tikslas, kuris siekia atstatyti santykį tarp Italų amatininkų, amatų istorijos, amatų meno ir galutinio vartotojo. Projekto tikslinės grupės yra: žmonės rizikuojantys prarasti darbą ir nedirbančios jaunos moterys. Mirta tikslas yra sujungti Italų amatininkus, atkurti amatininkystės ir asmeninę patirtį su produktais pagamintais žmonių žmonėms.

Website & Contacts: <https://www.mirta.com/pages/about> --- [hello@mirta.com](mailto:hello@mirta.com)



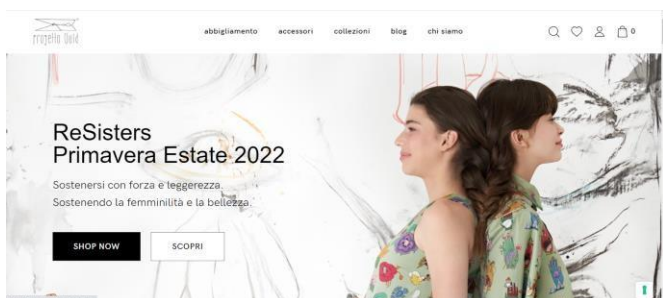


**4- Projektas Quid:** Quid Socialinis Verslas remia perdirbimą ir atliekų mažinimą. Kadangi ištekliai nėra neriboti, drabužiai yra gaminami ribotais kiekiais. Šis Socialinis Verslas siūlo darbą ir apmokymo galimybes žmonių grupei, labiausiai rizikuojančiai prarasti darbą Italijoje, ypač moterims. Jis suderina mados industriją su perdirbimo praktika. 52 medžiagų tiekėjų dėka, bendradarbiaujant tiekimo grandinės modeliai yra testuojami tam, kad sumažintų mados poveikį gamtai. 90% susigražintų medžiagų, skirtų projekto kolekcijoms kurti, yra gaminamos Italijoje ir 10% Ispanijoje, Anglijoje ir Kroatijoje. Įmonė gauna dovanų medžiagas arba perka už sumažintą kainą iš istorinių įmonių, prekės ženklų, kurios turi savo sandėlius Italijoje ir didmeninkai, kurie paverčia atliekas vienetinėmis kolekcijomis, taip pailgindamos medžiagų gyvenimo ciklą. Taip įmonės aukoja likusias atsargas Socialiniams Projektams artimiems jų vertybėms. Todėl projektas Quid duoda prieigą naujoms galimybėms, stiprindamas moterų talentus ir atliekų iš tekstilės įmonių pernaudojimą.





*Website & Contacts:* <https://www.progettoquid.com/upcycling/> ---  
[support@progettoquid.com](mailto:support@progettoquid.com)



**5- Women A(r)t Work:** Women A(r)t Work yra inovatyvūs mokymai moterims, gimę Bolonijoje, kurie remia moteris asmeniškai ir profesionaliai, revoliucionuodami amatus, kad jie taptų efektyvia ir tvaria priemone socialinei ir darbo integracijai pasiekti. Projekto bendras tikslas yra pasiūlyti galimybę išmokti parduoti, išsireikšti, iš naujo atrasti gebėjimus ir rasti stiprybę grupėje per moterų grupes, kurios turi sunkių ar jautrių patirčių, o tuo pačiu turinčių potencialą ir išteklius. Rezultatai pasiekti projekto “Women A(r)t Work” metu yra susiję su amatininkyste ir miesto erdvių atstatymu, asmeniniu tobulėjimu, skirtumų vertinimu ir socialine įtrauktimi, bei įtrauktimi į darbo rinką.

*Website & Contacts:* <https://www.associazioneterraverde.it/sezione/women-art-work-artigianato-al-femminile/> --- [spaziowaw@associazioneterraverde.it](mailto:spaziowaw@associazioneterraverde.it)





Un gruppo di DONNE con vissuti difficili o fragilità, ma anche potenzialità inespresse e risorse.

Un LABORATORIO ARTIGIANALE pensato per accoglierle, orientarle e formarle a livello professionale e creare insieme manufatti originali.

## Vokietija

### 1- CUCULA – Pabėgėlių Amatų ir Dizaino įmonė buvo fabrikas Berlyne.

CUCULA platforma yra skirta tarpkultūriniam mainams ir eksperimentinio darbo pasiruošimo programai – projekto modelis, kuris palaikė pabėgėlius siekiančius profesinės ateities, savarankiškai besimokantiems amatų ir dizaino.

Programa tiksliai grupę pasirinko pabėgėlius Vokietijoje ir buvo remiama Crowdfunding kampanijos, kuri surinko apie 120,000 Eurų. Projektas įgyvendintas Cucula e.V. S27 - Kunst und Bildung/ Asociacijos, kuri skatina tarpkultūrinį jaunimo darbą nuo 2014 metų iki 2018..

Programa siekė sudaryti struktūrą, kad įgalintų socialinių tinkle pasiekiamumą, kad skatintų savarankiškumą ir gebėjimą veikti ir vystytis, panuoti ir pritaikyti ameningą profesinį požiūrį.

### 2- INICITYVA SELBSTÄNDIGER IMMIGRANTINNEN E.V. Berlyne





Iniciatyva prasidėjo 1990 ir dabar yra vis dar vykstanti projektas susijęs su moterimis, turinčiomis migrantės biografiją, nepaisant tautybės ar išsilavinimo lygio, kurios nori suskurti savo verslus tam, kad būtų ekonomiškai nepriklausomos ir vystytis tiek profesionaliai, tiek asmeniškai.

Iniciatyva yra remiama ES, Berlyno miesto, Europos Socialinio Fondo, Mokslo Skyriaus Senate, Sveikatos priežiūros ir Lyčių lygybės, Moterų ir Lyčių lygybės Departamento.

Iniciatyvos tikslai

- Integruoti savarankiškai dirbančias imigrantes į darbo rinką, išvystant ir palaikant resursus: kompetencijas, daugiakalbystę, tarptautines gyvenimiškas patirtis tų moterų, kurios nori tapti ekonomiškai nepriklausomomis.
- palaikant jas pakeliui į savarankišką darbą ir įkuriant įmones, bei palydint jas asmeniškai nuo jų idėjos sugalvojimo iki tos idėjos pritaikymo.
- Skirti joms kvalifikaciją bendruose start-up versluose ir ypač Interneto versluose. Jie siūlo migracijai pritaikytus start-up mokymus, sutrumpintus seminarus, renginius ir galimybes sukurti partnerių tinklą.

### 3- WomActivity Göttingen

Projekto tikslinė grupė yra moterys, kurios nori tapti savarankiškai dirbančiomis ir vyrai, kurie ima tėvystės atostogas nuo Sausio 1d. 2018, iki Gruodžio 31, 2019. Projektas buvo





remiamas Žemosios Saxonijos Valstijos ir Europos Sąjungos(ESF) su bendrom išlaidom:  
EUR 399,892.66, dotacija iš ES iš ESF fondo: 50.00%

Šio projekto tikslas buvo patarti, kvalifikuoti moteris, bei suteikti partnerių tinkle moterims, kurios nori dirbti savarankiškai ir pasiruošti šiam darbui kaip darbingumo alternatyvai.

#### Projekto aprašymas

- Apmokyti individus apgalvoti galimą savarankišką darbą ir palaikyti moteris, kurios nusprendžia, kad šis kelias yra joms tinkamas.
- Tiekiti seminarus, edukacijas tam, kad įgalinti moteris plėsti savo žinias temomis, reikalingomis įmonei įkurti ir sudaryti tinkamą partnerių ratą, kad būtų galima dalintis idėjomis su kitomis moterimis verslininkėmis ir jaunais verslininkais.

