

Інтелектуальний продукт з Методичні рекомендації для професіоналів



Підтримка інтеграції новоприбулих жінок-переселенок
через підприємництво

2019-1-SE01-KA2045-060421



Розробник:



Координатор:



Партнери:



REVALENTO

Quality by learning



VDNYTSLA INSTITUTE OF TRADE AND ECONOMICS
OF KYIV NATIONAL UNIVERSITY
OF TRADE AND ECONOMICS



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Підтримка Європейською Комісією випуску цієї публікації не означає схвалення змісту, який відображає лише погляди авторів, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в ньому.

ЗМІСТ

Вступ	2
1. Перешкоди в інтеграції жінок-переселенок.....	5
2. Чи може підприємницька компетентність подолати перешкоди інтеграції?	7
3. Матеріали WeCan для розвитку підприємницької компетентності	12
4. Картування та вивчення можливостей	19
5. Планування та проведення заходу.....	30
6. Оцінка заходу	33
7. Подальші дії.....	36

ВСТУП

Інтелектуальний продукт № 3 спрямований на ефективне навчання та підтримку жінок у контексті їхньої інтеграції на ринку праці через підприємництво. Як зазначалося у грантовій заявці WeCan, ці Рекомендації допоможуть жінкам-переселенкам (біженкам) розробити та оцінити власну бізнес-ідею. Метою Рекомендацій відповідно до заявки, є:

- розробка відповідного інструменту для підтримки бізнес-ідей майбутніх жінок-підприємців,
- перевірка та підтвердження дієвості цього інструменту в конкретній ситуації створення підприємства жінкою-переселенкою,
- використання стратегії підтримки як інструменту моніторингу для бізнес-консультацій, стартап-агенцій тощо.

Рекомендації також мають на меті допомогти жінкам-переселенкам у визначенні життєздатності та прибутковості ідеї продукту та у формуванні «внутрішнього погляду» на ринок та продукт, щоб бути впевненою в ефективності побудови власного бізнесу. Цей інструмент допомагає жінкам-переселенкам у прийнятті рішень щодо можливості перетворення власної ідеї на бізнес, підтримує їхню віру щодо реалізації бізнес-ідеї і, нарешті, гарантує стабільність і сталість розвитку.

Завдяки дослідженням, проведеним на початкових етапах проекту та пілотному впровадженні тренінгів WeCan, команда підійшла до написання Рекомендацій таким чином, щоб задовольнити реальні потреби жінок-переселенок, які виникали під час роботи на проектом. Останні Рекомендації для професіоналів, які працюють із низькокваліфікованими жінками, розроблені спільними зусиллями учасників проекту. Вони містять пропозиції щодо поліпшення існуючих програм інтеграції жінок з низьким рівнем кваліфікації завдяки розвитку їхньої підприємницької компетентності. Для тих жінок, які мають власні підприємницькі ідеї, тут пропонуються вказівки щодо того, як розвинути ці ідеї на один крок далі.

Під час роботи на проектом з'ясувалося, що потреба в розробці стартапів та бізнес-ідей жінок-переселенок була невеликою. Натомість існувала реальна потреба в розвитку



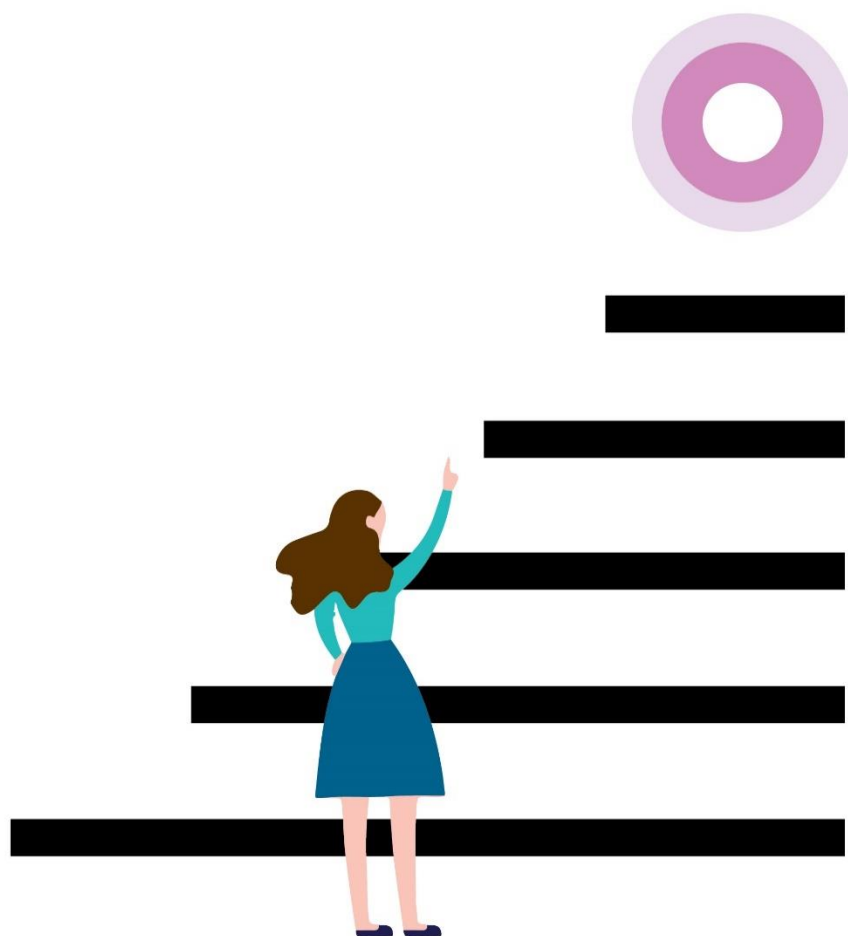
підприємницької компетентності жінок-переселенок. Отже, Рекомендації є багатофункціональним інструментом для професіоналів, які працюють як із низькокваліфікованими жінками-переселенками, так і з тими, хто має певні підприємницькі ідеї. Сфера їхнього застосування – різні навчальні тренінги, програми, курси, консультації. **Основна ідея полягає в тому, що професіонали, які працюють із низькокваліфікованими жінками або жінками з підприємницькими ідеями, використовують таке навчання як симуляцію для використання певних підприємницьких навичок.**

Більш детально в першому розділі розглядатимуться перешкоди, з якими стикаються жінки-мігрантки на шляху до інтеграції в новий соціум. У другому розділі пояснюється, як підприємницька компетентність може здолати перешкоди, з якими стикаються ці жінки в процесі інтеграції. Третій розділ присвячений матеріалам WeCan і тому, як теорія та заходи WeCan сприяють розвитку підприємницької компетентності. Потім у розділі 4 професіоналам, які працюють із жінками-переселенками, будуть надані поради щодо планування та вивчення можливостей, а також щодо створення та розробки ідей для проведення різного роду заходів. Розділ 5 проаналізує планування та проведення заходу. У розділі 6 буде надано алгоритм оцінки заходів, організованого переселенками. Нарешті, останній розділ також дає поради щодо того, як особа, яка працює з жінками-переселенками, може відстежувати їхню роботу після спільного навчання та спільної роботи.

ПЕРЕШКОДИ В ІНТЕГРАЦІЇ ЖІНОК-ПЕРЕСЕЛЕНОК

1

MIGRANT WOMEN'S BARRIERS (IN) TO INTEGRATION



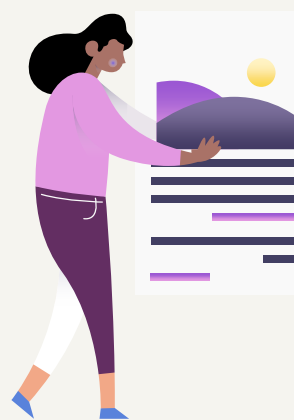
1. ПЕРЕШКОДИ В ІНТЕГРАЦІЇ ЖІНОК-ПЕРЕСЕЛЕНОК

Не секрет, що під час того, як мігранти прагнуть створити нове життя та оселитися в нових країнах, які їх прихистили, жінки-переселенки нерідко стикаються з низкою перешкод їхньої інтеграції, не кажучи вже про задоволення їхніх підприємницьких амбіцій. Існують різні причини, які створюють ці перешкоди. Жінки-переселенки постають двічі вразливими в цьому сенсі. Залишаючи поза увагою особливості проблем в кожній країні проживання, звернемося до спільних для всіх жінок-переселенок проблем: значні мовні та фінансові труднощі, а також відсутність необхідних навичок і досвіду. Крім того, жінки нерідко стикаються з гендерними проблемами, закоріненими в їхній власній культурі, а іноді навіть у культурі приймаючої країни. Щоб підвищити нашу обізнаність про ці перешкоди, далі перерахуємо основні з них:

Культура та міграція:

- Травма, втрата та горе;
- Порушення власних традицій, рольових моделей, а також очікуваних обов'язків (наприклад, сімейна ситуація);
- Відсутність впевненості в собі, низька мотивація;
- Небажання ризикувати і страх невдачі;
- Нерозуміння нових норм поведінки, цінностей та очікувань приймаючої країни; дезорієнтація;

- Гендерна дискримінація, стереотипи та знеохочення;
- Синдром самозванця;
- Розлучення через нову реальність і усвідомлення власної гендерної ролі.



Трудові компетенції, знання, навички та освіта

- Відсутність відповідного досвіду роботи;
- Невідповідність досвіду роботи через гендерні ролі;

- Відсутність самоуправління;
- Відсутність відповідної освіти;
- Низька мова та математична грамотність, невміння спілкуватися (особливо в країні перебування);
- Проблеми з доступом до освітніх програм (навіть реінтеграція).

Перешкоди, пов'язані з системою та правилами поведінки

- Відсутність розуміння правових вимог для відкриття бізнесу та того, як боротися з бюрократією;
- Відсутність гендерно чутливого підходу до інтеграції в політиці приймаючої країни;
- Брак знань, щоб звернутися до допоміжних організацій за допомогою з бізнес-планом, фінансування тощо;
- Відсутність відповідного оточення;
- Обмежений доступ до послуг і підтримки, пов'язаний із власним

розвитком, а також підприємницькою діяльністю.

Для успішного процесу інтеграції жінок-переселенок треба спрямувати діяльність на подолання низки потенційних перешкод. Для цього необхідні не лише знання та навички, але (що не менш важливо) власні переконання, особливо самосвідомість, впевненість у собі, мотивація, самосвідомість та самоуправління. Таке поєднання навчальних цілей вплинуло на вибір підходу в роботі із жінками-переселенками. Він поєднує реальні життєві події та допоміжні тренінги для індивідуальної підтримки низькокваліфікованих жінок, а також жінок із підприємницькими амбіціями.

ЧИ МОЖЕ ПІДПРИЄМНИЦЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПОДОЛАТИ ПЕРЕШКОДИ ІНТЕГРАЦІЇ?

2

ENTREPRENEURIAL COMPETENCE IN SOLVING BARRIERS TO INTEGRATION?



2. ЧИ МОЖЕ ПІДПРИЄМНИЦЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПОДОЛАТИ ПЕРЕШКОДИ ІНТЕГРАЦІЇ?

Підприємництво (яке передбачає вияв ініціативи) є однією з ключових компетентностей, які Європейська комісія вважає важливими для всіх громадян. Європейська комісія визначає підприємництво (або «вияв ініціативи») як здатність діяти на основі можливостей та ідей і перетворювати їх на цінності для інших. Воно засноване на творчості, критичному мисленні та вирішенні проблем, ініціативі та наполегливості, а також здатності працювати в команді, щоб планувати та керувати проєктами, які мають культурну, соціальну чи комерційну цінність.

Розвиваючи підприємницьку компетентність, ми звертаємося до базових компетентностей та вмінь, яких нерідко бракує жінкам-переселенкам у приймаючих країнах через перешкоди, з якими вони стикаються під час процесу інтеграції. Брак компетентностей пояснюється також негативним досвідом їхнього колишнього життя в рідній країні. Часто жінки не вміють керувати собою, виявляти ініціативу та контролювати власне життя та кар'єру. На малюнку узагальнено всі дотичні до підприємницької компетентності сфери (Джерело: Рамкова система підприємницьких компетентностей ЄС: eplatform.eu, 2018).



Ресурси:

Мобілізаційні ресурси
 Мобілізація інших
 Фінансова та економічна грамотність
 Самосвідомість та самоєфективність
 Мотивація та наполегливість

Ідеї та можливості:

Пошук можливостей
 Креативність
 Візія
 Оцінка ідей
 Етичне та стале мислення

Дії:

Подолання невизначеності, невпевненості та ризику
 Надання ініціатив
 Планування та менеджмент
 Робота в команді
 Навчання через досвід

ЄС наголошує на необхідності цієї компетентності для стартапів та інновацій, а також вказує на її зв'язок із концепцією активного громадянства. Отже, це одна з ключових компетентностей для всіх громадян, покликана стати та залишатися активними, сприяти розвитку суспільства та отримувати вигоду від пропозицій суспільства. Процес надання допомоги громадянам спрямований на розвиток їхньої активної громадянської позиції та розвитку вміння долати майбутні перешкоди. Таким чином, для новоприбулих мігрантів ключовою вважається компетентність опанування та перетворення їхніх інтеграційних зусиль на успіх.

Як розвивати таку компетентність?

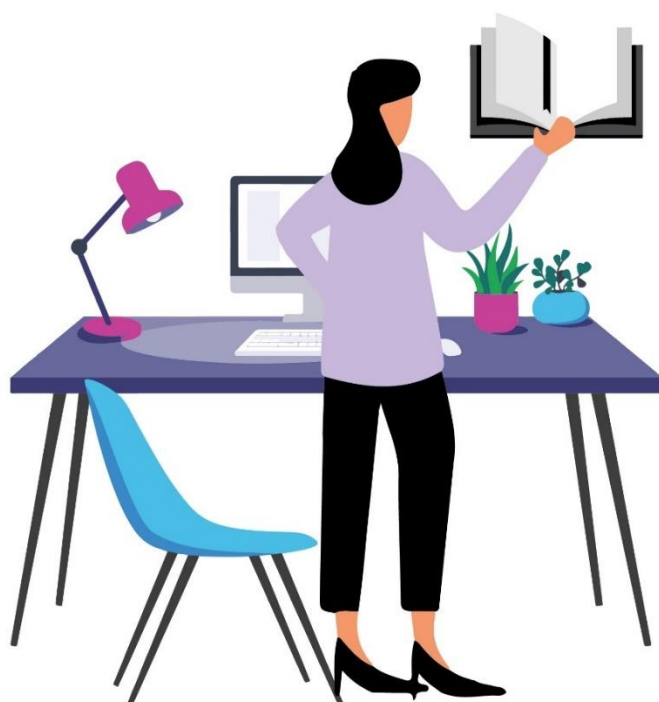
Цей посібник допоможе жінкам-мігранткам розвинути підприємницьку компетентність через організацію реальних життєвих подій. Така діяльність є корисною для місцевої громади; вона може стати першим кроком для справжнього підприємництва. Діяльність організовують як навчання через дію. Сам навчальний процес додатково буде забезпечений корисними навчальними матеріалами, які можна використовувати на тренінгах/сесіях, де учасники крок за кроком готуються до підприємницької діяльності.

Результатом практичного досвіду та допоміжного навчання буде:

Підприємницький підхід	Здатність діяти відповідно до можливостей та ідей і перетворювати їх на цінності для інших
Загальні навчальні результати:	«Здатний спільно планувати, організовувати (забезпечувати ресурсами, виконувати) і оцінювати діяльність на рівні громади, використовуючи досвід співпраці, знання та досвід»
Ідеї та можливості	«Здатний колективно висувати ідеї, які є актуальними/підтримують місцеву громаду, і перевіряти їхній потенціал»
Ресурси	«Здатний колективно організовувати ресурси, необхідні для діяльності на рівні громади»
Перетворення ідей в дії	«Здатний (колективно) розробити план дій для діяльності на рівні громади та успішно його виконувати»

3

WECAN MATERIAL TO BUILD ENTREPRENEURIAL
COMPETENCES



3. МАТЕРІАЛИ WECAN ДЛЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Пропонований навчальний матеріал є своєрідною дорожньою картою та пакетом пропозицій, з яких ви, як професіонал, що працює з жінками-переселенками, можете черпати ідеї для створення свого курсу та робочих занять.

Завдання можуть бути адаптовані до конкретної групи та окремих осіб, з якими ви зараз працюєте, а також контексту, у якому ви працюєте. Жінки-переселенки з підприємницькими амбіціями є такою ж неоднорідною групою, як і будь-яка інша, і не існує єдиного підходу, який би всім сподобався. Дізнайтеся про свою групу та розвивайте процес з огляду на те, що вам ситуативно підходить.

Сподіваємося, матеріали допоможуть вам підтримати жінок у їхньому прагненні сформувані необхідні компетентності для планування, організації, проведення та оцінки заходу в місцевій громаді. У подальшому вони можуть узагальнити отримані знання для розвитку успішної підприємницької діяльності.

Актуальність матеріалу визначений реальними потребами тих, хто хоче розпочати власну справу, а також всіх тих, хто прагне бути творчим, ініціативним та активним (їх ще називають «інтрапренерами»).

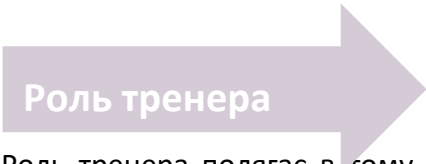
Тренінг WeCan — це інтерактивний та надихаючий курс, розроблений спеціально для новоприбулих жінок. Він має на меті надати їм інструменти та мотивацію для відкриття бізнесу. Зміст курсу передбачає створення мережі професійних і соціальних контактів і допомагає жінкам інтегруватися в місцеву громаду.

Цей тренінг може значно підвищити бізнес-потенціал жінок. Навчальні центри пропонують окремі курси для стартаперів або вбудовують їх до навчальних програм. Навчальний матеріал WeCan може бути корисним інструментом, який можна додати до таких курсів. Він також може бути окремих курсом для тренерів, які бажають розвинути підприємницьке мислення жінок-переселенок, надаючи їм освітню допомогу.

Навчання на практиці – Придумайте захід

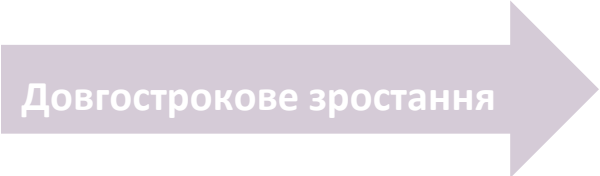
Підхід «навчання на практиці» був обраний невипадково. На переконання експертів, необхідні для розвитку бізнесу навички найкраще формуються під час реального життя. Жінкам пропонується втілити в життя ідею організації справжнього, реального заходу. Для цього потрібно дослідити місцеві цільові групи, згенерувати ідеї щодо можливих заходів протестувати та розвинути ці ідеї, обрати найкращу та нарешті спланувати та провести захід. Можливі активності: визначення сфери діяльності, близької до їхньої власної зони комфорту/компетенції, розробка ідеї на основі отриманих знань від цільової групи, розрахунок, пошук ресурсів, організація місця, розробка рекламних заходів, продаж і управління.

Учасники розвиватимуть такі навички, як спілкування, цифрова компетентність, робота в команді, продажі та менеджмент. Розуміння того, як їхні сильні сторони, попередній досвід і знання можуть бути використані в новій країні проживання, може підвищити їхню впевненість у собі та полегшити наступні кроки в кар'єрі та процесі інтеграції.

A light purple arrow pointing to the right, containing the text "Роль тренера".

Роль тренера

Роль тренера полягає в тому, щоб навчити учасників розвивати навички, необхідні для побудови бажаного професійного життя і для інтеграції в нове суспільство. Як уже згадувалося, цю роль можна адаптувати відповідно до потреб і рівня осіб та групи загалом. Хтось може бути більш досвідченим і амбітним і потребувати переважно емоційної підтримки, тоді як інші можуть мати менший професійний досвід і потребувати більш детальних інструкцій і більшої допомоги.

A light purple arrow pointing to the right, containing the text "Довгострокове зростання".

Довгострокове зростання

Під час підготовки тренер повинен враховувати час, відведений учасникам для роботи над власними ідеями. Важливим є також розуміння того, як ця конкретна програма вписується в регулярне навчання та цілі. Слід пам'ятати, що оцінювання є невід'ємною частиною цього способу навчання, і тому йому потрібно приділяти належний час, щоб забезпечити довгострокове особистісне зростання.

Перед початком:

- Подумайте, як учасники можуть ближче познайомитися один з одним, щоб більше довіряти.
- Тренерам варто бути гнучкими під час курсу, реагувати на запити групи і змінити формат заняття чи його зміст, якщо відчувається потреба у формування інших компетентностей.
- Переконайтеся, що час і місце, обрані для проведення, є зручними для жінок і враховують їхні потреби. Наприклад, доцільним може бути спеціально облаштоване місце для дітей та гнучкий графік перерв для годування дітей чи забирання їх зі школи.
- Будьте гнучкими щодо часових рамок, необхідних жінкам для навчання та застосування знань на практиці.
- Створіть систему підтримки та комунікаційну стратегію під час навчання, відповідайте на запитання, які можуть виникнути, та корегуйте навчальний процес відповідно до ситуації.

Чи необхідні жінкам, які влаштовують заходи, наставники?

- *Можливо, є такі, хто колись вже організовував місцеві заходи, а отже може підтримати жінок-переселенців, коли ті влаштовують щось подібне.*
- *Зв'яжіться з такими людьми та попросіть їхньої допомоги; наприклад, вони можуть час від часу зустрічатися з переселенками і обговорювати труднощі*

Наставники/ Рольові моделі

- Ментори можуть поділитися власним досвідом щодо свого бізнесу. Жінки та ментори можуть проводити зустрічі у форматі «питання – відповіді» щодо організації заходу. Можливо, їхня допомога буде доречною впродовж усього процесу.
- Кілька практичних порад, як ментори можуть допомогти, поділившись досвідом:
 - Поділитися своєю цільовою групою, познайомити жінок-переселенок зі своїми знайомими;
 - Показати приклади того, як вони рекламували свій захід (брошури, соціальні мережі тощо);
 - Розказати, які канали вони використовували для маркетингу (місцева бібліотека, розмовний клуб, власні контакти тощо);
 - Один наставник – добре, кілька – краще. Проаналізуйте, яких знань бракує учасникам і запросіть відповідних наставників.

Правильний початок

Початок визначає успіх подальшого навчання і тренінгу. Ретельно продумайте, з чого розпочати. Наступні поради допоможуть вам у цьому:

- Навчання має починатися зі створення сприятливої та теплої атмосфери для учасників. Один із способів зробити це — провести невеликі активності, щоб учасники могли пізнати один одного для полегшення командної роботи.
- Збираючи всю групу разом, подайте ідею організації заходу як симуляції відкриття бізнесу та опишіть шлях, яким повинна пройти група.
- Важливо визначити очікування учасників від тренінгу. Учасники досягнуть взаєморозуміння, якщо підтримуватимуть відкриті і чесні дискусії про нинішню ситуацію та майбутні плани, а також зрозуміють переваги командної роботи.
- Зверніть увагу на рівень активності та вмотивованості жінок-новачків і, якщо потрібно, відкоригуйте інтенсивність навчання.

Рухайтесь в правильному напрямку

- Важливо розвивати у жінок впевненість у собі протягом усього навчання. Перше знайомство, встановлення контакту, робота жінок у парах та малих групах, де їм буде легше спілкуватися, – все це позитивно вплине на процес;
- Використовуйте життєві історії успіху, в яких підприємницька компетентність стала корисною. Адаптуйте їх для тих жінок, які раніше не мали досвіду роботи в офісі. Наприклад, це можуть бути прості життєві ситуації, в яких треба проявити ініціативу: підготовка до весілля, організація школи для своїх дітей, налагодження побуту в сім'ї, пошук житла тощо.
- Зверніться до Структури підприємницької компетентності, щоб зорієнтуватися, які саме підприємницькі знання, вміння і навички треба розвинути.
- Інтегруйтеся в Європейську систему стандартів навчання протягом життя (ERF).
- Пропонуйте матеріал і практичні вправи для самостійного вивчення в перервах між очними тренінгами, це сприятиме кращому засвоєнню матеріалу.
- На заняттях поєднуйте різні методи роботи. Фасилітатор може обирати і змінювати методи залежно від потреб і вподобань групи.
- Використовуйте презентації – PPT, а також інші формати презентацій із таблицями та візуальними матеріалами, такими як графіки, діаграми або блок-схеми; візуалізація покращує сприймання і розуміння.
- Залучайте учасників до виступу перед аудиторією. Загалом, гарною педагогічною ідеєю є залучення учасників до перевернутого навчання.
- Використовуйте аудіовізуальні засоби (відео, документальні фільми або зображення), після перегляду яких можна організувати обговорення.
- Іншим корисним методом є групова дискусія, під час якої учасники обмінюються знаннями і думками. Можна організувати колективний аналіз і оцінку якогось заходу, використовуючи конкретні запитання/завдання.
- Рольова гра - це потужний спосіб переживання різних ситуацій. Наприклад, багато хто боїться йти на інтерв'ю зі своєю цільовою групою, але воно є вкрай важливим для проведення заходу. Розігрування таких ситуацій співбесіди допомагає подолати страх і підготуватися до реальних подій.

Рефлексуйте після кожного заняття

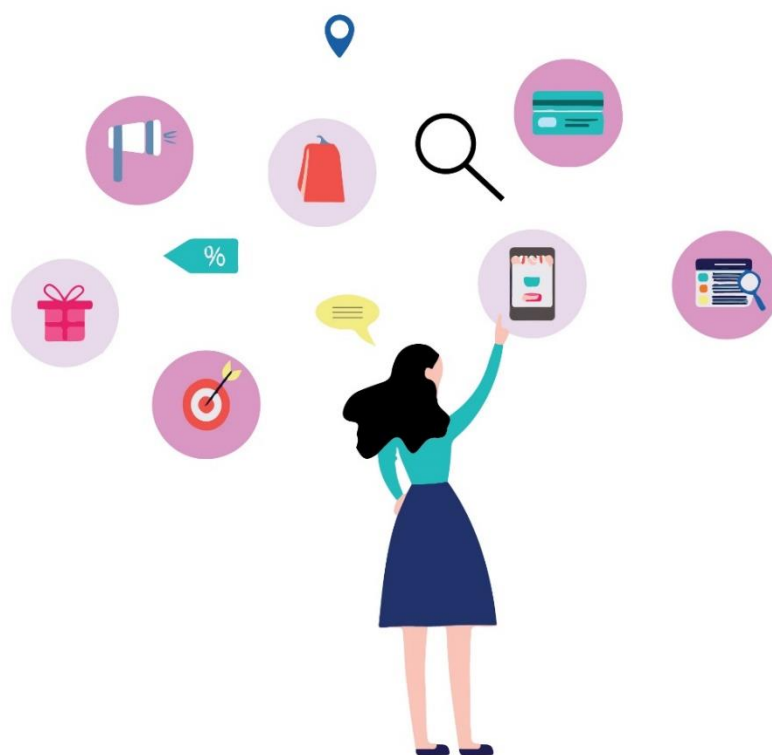
Наприкінці кожного заняття або завершеної роботи доцільним буде розмова про отриманий учасниками досвід (як позитивний, так і негативний), обговорення новин дня та формулювання очікувань від майбутніх занять. Це дозволить тренеру отримати зворотний зв'язок, зрозуміти проблеми та значно підвищити мотивацію.

Обговоріть, як отриманий досвід допоможе в досягненні цілей і задоволенні амбіцій у майбутньому. Якщо учасники мають бажання продовжувати спілкуватися і підтримувати один одного під час курсу та після нього, допоможіть їм у цьому. Можливо, вони є ресурсними один для одного.



4

MAPPING AND EXPLORING OPPORTUNITIES



4. КАРТУВАННЯ ТА ВИВЧЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ

Організація гарного заходу має багато спільного із організацією справжнього бізнесу. Вам необхідно вивчити найкращу цільову групу, дізнатися про неї якомога більше, щоб зрозуміти, яким має бути ваш захід.

Звичайно, зміст заходу певною мірою залежить від зацікавлень, вмінь та професійних очікувань самих жінок-переселенок. Завдання полягає в тому, щоб придумати такий захід, в якому будуть враховані бажання як переселенок, так і цільової групи.

Багато підприємців створюють те, що не потрібно іншим, тільки тому, що недостатньо добре вивчили свої цільові групи. Щоб організувати бажаний та корисний захід, вам потрібно знати, для кого ви його організовуєте. Треба детально вивчити потреби цільової аудиторії. Такий спосіб роботи позитивно вплине і на інтеграцію учасників, оскільки їм потрібно буде спілкуватися та взаємодіяти з окремими особами з можливих цільових груп на місцевому рівні.

Можлива структура мозкового штурму:

- Дайте можливість кожній із учасниць самостійно подумати над питаннями і записати відповіді:
 - Чим вона любить займатися (рукоділля, танці, волейбол, перегони, випічка тощо)
 - Що вона добре вміє робити.
 - Які ресурси для неї є доступними для підготовки заходу (місцеві жителі, сусіди, громадські місця, футбольні клуби, учасники студії художників тощо).
 - Яких корисних для заходу людей вона знає (члени сім'ї, колеги, друзі, члени церкви тощо).
 - Які потреби та бажання має громада, де вони живуть (більше заходів для дітей, більше фізичної активності для батьків, підтримка людей похилого віку тощо). Якщо вони не знають, було б добре піти та дізнатися.
- Поділіть учасниць на пари або об'єднайте їх у невеликі групи, щоб вони бачили нотатки одна одної та могли їх доповнити.
- Нехай кожна з учасниць самостійно подумає над можливими ідеями щодо заходу на основі комбінацій того, що вони записали. Заохочуйте їх мати якомога більше ідей, можливо, 10-30 ідей, щоб максимально творчо підійти до процесу. (Наприклад, якщо у когось є син, який танцює сальсу і має доступ до громадського простору, де добре танцювати, то однією з ідей може бути проведення фестивалю сальси.) Не аналізуйте ідеї, просто напишіть стільки, скільки можливо, навіть якщо вони видаються нездійсненими чи дивними.
- Знову поділіть учасниць на пари або об'єднайте їх у невеликі групи і дайте їм змогу придумати якомога більше можливих заходів.

- Тепер настав час більш аналітичної роботи. Нехай учасниці ще раз переглянуть свої 10-30 ідей і оберуть кілька, які вони дійсно хотіли б реалізувати і які є більш-менш реалістичними.
- Ніхто не може однозначно визначити, наскільки успішною буде ідея. Концепцію ідеї передусім треба перевірити та зрозуміти. Це можна зробити, більш детально заглибившись у дослідження цільових груп місцевої громади.

Мозковий штурм ідей! Якщо їм треба разом організувати заходи:

Після мозкового штурму під час оцінювання:

1. Складіть короткий список різних ідей.
2. Запишіть короткий список на дошці.
3. Роздайте критерії, за якими можна оцінити ідею проведення заходу.
4. Оцініть ідеї за кожним із критеріїв.
5. Зберіть усі оцінки.
6. Визначте переможця.

Техніка творчого розв'язання проблеми, за якої проблема повертається та розглядається з іншої точки зору, щоб стимулювати нові та інші рішення

Коли створюєте ідеї за допомогою мозгового штурму:

1. Як найкраще збалансувати бажання учасників та потреби місцевої громади?
2. Чи слід голосувати за представлені ідеї та обирати їх?
3. Зважайте на обмеження, які допоможуть тримати ситуацію під контролем і, відповідно, реалізувати ідею.
4. Думайте позитивно, встановлюючи обмеження.
5. «Організуйте» натхнення: запросіть жінок-переселенок, які успішно інтегрувалися, і дозвольте їм розповісти свою історію, яка може бути прикладом для наслідування.
6. За потреби сформуйте команди.
7. Попросіть команду спочатку придумати ідеї щодо того, як діяти далі, а потім вже почніть коучинг.
8. Пам'ятайте, що стійка інтеграція не є односторонньою. Не лише іммігранти мають адаптуватися до свого нового суспільства. Суспільству теж є чому навчитися та чим збагатитися у своїх новоприбулих співвітчизників. Нові та привабливі речі, запропоновані місцевій громаді (нова їжа, нова музика, інша культура тощо), урізноманітнюють її життя. Жінки вразі запропонувати громаді те, що вони знають і що сподобається місцевій громаді.

Прийоми роботи фдля тренера

Дивіться на проблеми всебічно.

Попросіть групу поглянути на проблему по-іншому. Щойно люди почнуть однаково сприймати речі, потік ідей сповільниться. Нехай учасники скомунікують з тими, хто думає по-іншому. Попросіть їх подивитися на проблему з точки зору іншої групи. Попросіть їх подумати, як би їхня бабуся чи 8-річна дитина розв'язали проблему. Це прості способи змусити людей дивитися по-новому, і нові погляди породять більше ідей.

Створіть оригінальні поєднання.

Ідеї під час мозкового штурму зазвичай розглядають відокремлено одна від одної. Нехай група шукає способи поєднання двох або більше ідей для створення нових.

Встановіть зв'язки.

Коли група складе свій початковий список ідей, запропонуйте їм слова, малюнки або предмети. Об'єкти можуть бути випадковими предметами, слова можуть бути семантично різними і не спорідненими, це можуть бути заголовки у журналах чи газетах. Коли у людей є випадкове слово, малюнок або предмет, попросіть їх створити зв'язки між проблемою та їхнім предметом. Використовуйте запитання на кшталт «Як цей предмет може вирішити нашу проблему?», «Які частини цього предмета

можуть нам допомогти розв'язати проблему?»

Візуалізуйте думки.

Нехай люди малюють! Дуже часто під час мозкового штурму всі сидять, окрім того, хто фіксує ідеї. Дозвольте людям писати та малювати, і ви здивуєтесь, які неочікувані ідеї можуть виникнути.

Зайдіть з протилежного боку.

Замість того, щоб поставити пряме запитання про проблему, запитайте протилежне. Наприклад, запитайте: «Як так сталося, що ніхто не купив цей новий продукт?» Перемикання на протилежний результат допоможе виокремити реальну проблему та її вирішення.

Думайте метафорами.

Цей підхід схожий на встановлення зв'язків (і є ще одним способом залучення певних слів, зображень чи предметів). Виберіть довільну ідею/предмет і запитайте групу: «Чим цей предмет схожий на нашу проблему?» Метафори можуть бути дуже потужним способом створення нових ідей там, де їх раніше не було.

Готуйтеся.

Дуже часто людей просять обмірковувати проблему без попереднього обдумування. Якщо у людей є час подумати над темою певний час, вони

створять більше, а самі ідеї будуть кращими. Дайте змогу людям психологічно підготуватися до зустрічі, заздалегіть озвучивши тему чи проблему, над якою будете працювати.

Поставте ціль.

Дослідження показують, що постановка кількісної мети перед початком мозкового штурму призведе до більшого списку ідей, з якими потім можна працювати. Сформулюйте вашу ціль, трохи завищивши ваші очікування та досягнення групи. Поставте мету і спостерігайте, як група рухається на шляху до її досягнення.

Розробка ідеї та дослідження ринку

Інколи створення, розроблення і запуск ідеї може відбутися без детального дослідження цільової аудиторії, з надією, що розроблений продукт все ж таки куплять. Це можливий, але безперспективний шлях. По суті, мова йде про дослідження ринку. Пошук інформації в інтернетівському просторі може бути гарним доповненням до живої розмови з людьми. Якщо ви сподіваєтеся побачити людей із цільової групи на своєму заході, треба зустрічатися і говорити з ними до цього. Нехтування цим правилом є однією з головних причин невдалих проєктів і починань.

- **Маючи пару ідей щодо можливого заходу, наступним кроком може бути створення ідей про те, хто може бути найкращою цільовою групою для них.**

Наприклад, для фестивалю сальси однією із цільових груп можуть стати виконавці сальси із сусідньої громади; іншою групою можуть бути танцюристи із сусідньої громади, які хотіли б навчитися танцювати сальсу; третьою групою можуть бути танцювальні пари із сусідньої громади віком від 20 до 50 років, які раніше відвідували танцювальні гуртки міста. Будь-яка сукупність людей, об'єднаних швидше спільним досвідом, а не віком, допоможе зрозуміти, де можна знайти таку аудиторію і як швидко зв'язатися з цими особами.

Подія для всіх насправді і подія для нікого.

Увага і час людей є безцінними ресурсами. На них «зазіхають» не лише ви, але і ваші конкуренти. Тому орієнтація на широку аудиторію є хибною. Поширеною помилкою є бажання залучити якомога більше людей, які, як думають організатори, в перспективі куплять більше продукції. Але це робить захід нецікавим і непривабливим, оскільки втрачається відчуття клієнта. Будьте сміливими та звузіть захід, спрямуйте його на певну, обмежену групу людей. У такий спосіб принаймні для них цей захід буде особливим.

- **Продумайте, як ви будете запрошувати та спілкуватися з представниками визначених цільових груп.**

Відвідатете уроки танців? Звернетесь до місцевих груп Facebook? Підете до місцевих громадських організацій? Запитаєте друзів і колег? Інтернет-форуми? Церква? Громадські центри? школи?

- **Підготуйте запитання, які вам потрібно поставити цим людям, щоб зрозуміти, який захід вони б хотіли відвідати.**

Не пояснюйте їм ідею заходу та не запитуйте, чи вони вважають його вартим уваги, тому що більшість людей ввічлива і буде уникати відвертості, аби не образити ваші почуття. Натомість підготуйте відкриті запитання, які дійсно дозволять вам отримати від співрозмовників правдиві відповіді, наприклад: Ви танцюєте? Чому? Ви колись були на

танцювальних заходах? Що змушує вас відвідувати танцювальні заходи? На яких танцювальних заходах ви б хотіли побувати? Що для вас важливо, коли ви виходите «в люди»? Чому (Не бійтеся починати зі слова «Чому?»).

- **Орієнтуючись на живе спілкування із представниками цільових груп**, ви зможете обрати ідею, варту втілення в життя, а також спосіб її втілення, аби задовольнити всі потреби і бажання.

- **Розмова з людьми задовго до того, як ви фактично придумаете та спробуєте прорекламувати захід, принесе вам бонуси. Адже коли настане час, ви вже будете знати вашу аудиторію.**

У вас вже є зв'язки всередині групи, яку ви хочете залучити. Люди познайомилися з вами та певною мірою вплинули на те, щоб захід відбувся. І тому вони з більшою ймовірністю дійсно відвідають захід, щоб оцінити його.

- **Завжди підтримуйте зв'язок зі своєю цільовою групою під час розробки заходу.**

Відповідь на питання про те, яким має бути захід, стане дуже простою і очевидною. Вам не потрібно буде щось придумувати самій. Усі рішення мають ґрунтуватися на тому, що ви дізналися про цільову групу, і якщо ви пропустили якусь інформацію, зверніться до них знову та запитайте. (Наприклад, про те, яку їжу чи напої вони люблять, коли і де краще провести захід тощо.)

Про що варто пам'ятати, продовжуючи підготовку

1. Чи існує ніша на ринку для цього заходу, чи проводилися такі заходи раніше, і якщо так, чи варто модифікувати свою ідею для іншої цільової групи?
2. Якщо ви вважаєте, що знайшли чудову ідею, будьте критичними – подивіться на проблеми та обмеження, пов'язані з ідеєю, і продумайте різні варіанти.
3. Зберіть відгуки про ідею від ваших цільових груп.
4. Проаналізуйте конкуренцію: дізнайтеся, що пропонують ваші конкуренти.
5. Поговоріть з іншими підприємцями: дізнайтеся, як вони це зробили, отримайте їхні поради/відгуки.

Групові активності – можна використовувати, якщо це зручно, у будь-який час

П'ять хвилин

Прийом, який дозволяє адаптувати різні стилі мислення та звички і допомагає швидко організувати обговорення. Люди думають і приймають рішення по-різному. Так, екстравертам краще думається вголос. Інтроверти звикли думати «про себе», мовчки. Прийом «П'ять хвилин» гарантує інтровертам час і тишу для того, щоб зібратися з думками. Розуміти інших, не намагаючись змінити чи засудити їхню поведінку, — це вже чудова навичка. Врахування відмінностей у стилях мислення дає змогу максимально комфортно залучити до роботи всіх членів групи. Після того, як ви розпочнете навчання, сформулювавши спільну мету для учасників, варто зосередитися на тому, як думають люди. Скажіть їм, що ви будете використовувати техніку, яка враховуватиме їхні різні стилі мислення. Розподіляючи учасників тренінгу на окремі групи, запропонуйте кожному приділити кілька хвилин (наприклад, п'ять), щоб упорядкувати свої думки та ідеї. За бажанням вони можуть скласти письмовий список. Ви можете попросити учасників зробити це до початку зустрічі і принести готові нотатки. Після такої п'ятихвилинної тиші група починає обговорення.

1-2-4 - Всі

За допомогою цієї техніки ви одночасно залучаєте всіх до генерування питань, ідей та пропозицій».

Є кілька варіантів такого прийому, проте основним правилом є поділ роботи на чотири раунди.

Індивідуальна робота кожного учасника. Час обмежено однією хвилиною.

Робота в парах, заснована на ідеях попереднього раунду. Час обмежений двома хвилинами.

Робота в четвірках з ідеями, взятими із роботи в парах. Час обмежено чотирма хвилинами.

Кожна четвірка ділиться однією ідеєю з усією групою. Час обмежено п'ятьма хвилинами.

Мета полягає в тому, щоб створити природну відверту розмову, водночас активно залучаючи до прийняття рішень кожну особу.

Не стримуй себе

Метод фасилітації «Не стримуй себе» передбачає запис 20 ідей, які починаються фразою «А як ви дивитися на те, щоб...»

У фіналі група надасть багато творчих рішень. І хоча на початку вправи твердження можуть бути очевидними та передбачуваними, з кожним реченням вони ставатимуть все більш креативними.

Рейтингування

Рейтингування (чи ранжування) — це техніка прийняття рішень, яка допомагає групі вибрати найбільш вдалу та релевантну ідею, якщо це має бути групове рішення, а не індивідуальне. По-перше, ви можете використовувати мозковий шторм, щоб отримати необхідну кількість ідей. Потім група повинна визначити критерії відбору для об'єктивної оцінки власних рішень.

Наприклад, кожен може застосувати рейтинг від одного до шести, де шість відповідає кращому варіанту. Нарешті бали кожного учасника додаються разом, щоб визначити найбільш вдалу та рейтингову ідею.

Бізнес-план заходу

Бізнес-план – це інструмент, який може допомогти людям, зацікавленим у розвитку своїх підприємницьких ідей. Він не завжди потрібний для проєкту, більш важливим він є для реального майбутнього бізнесу. Ефективний бізнес-план не лише допомагає підприємцям зосередитися на конкретних кроках, необхідних для досягнення успіху в реалізації бізнес-ідей, але й для досягнення короткострокових і довгострокових цілей. Одним із шаблонів бізнес-плану є «Lean Canvas». Він є в Інтернет-доступі і за потреби може використовуватися для планування заходу.

Пітчінг заходу

Після того, як розробка ідеї заходу знайшла підтвердження (проведена робота з цільовими групами, захід викликає зацікавленість у громаді), увагу зосереджують на такій частині просування заходу, як «пітчінг».

Якщо коротко описати цей процес, то про заплановану подію повідомляють в усній чи письмовій формі для того, щоб залучили до заходу необхідних людей і засоби масової інформації, які можуть зробити рекламу про захід та запросити спонсорів.

Інформаційне повідомлення про захід на етапі пітчінгу є вкрай важливим. Воно повинно бути чітким, лаконічним та привабливим. Можливою є наступна структура:

- «Гачок» – Скажіть те, що приверне увагу цільової групи (риторичне запитання, жарт, розповідь тощо).
- Проблема/потреба/бажання – опишіть проблему, потребу чи бажання, які існують сьогодні (на які буде спрямовано подію) та їхні наслідки.
- Рішення – опишіть, як ваша подія вирішує цю потребу.
- Вигода – опишіть переваги та цінність вашої події.
- Кінцівка – чітко окресліть, що вам потрібно (щодо спонсорства, участі, заявки, фінансування, волонтерства тощо).

На що слід звернути увагу при розробці бізнес-плану

Які коротко- та довгострокові цілі ідеї?

Які проблеми пов'язані з цим?

Як може розвинутиися ідея?

Чи є у вас схожі ідеї, які могли б бути кращими? Чи можна покращити ідею?

Які можливості надасть ідея?

Які у вас є ресурси (гроші, час)?

Ідеї від проекту WeCan

1. **Асу'WO'men:** створіть веб-платформу для підтримки жінок у всьому світі з легким доступом і доступною ціною.
2. **Організація заходів міжнародного рівня:** створіть міжнародну агенцію з організації заходів.
3. **Підтримка новачків** у вирішенні їхніх проблем у безкоштовних заходах (як чоловіків, так і жінок).
4. **День безхатченків:** відвідування стоматолога, перукаря, ветеринарного огляду домашніх тварин, гарячої їжі тощо.
5. **Культурний фестиваль їжі** з кіосками, кулінарними уроками, кулінарними демонстраціями, конкурсом шеф-кухарів і дегустаціями їжі та напоїв різних культур.

5

PLANNING AND EXECUTING THE EVENT



5. ПЛАНУВАННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ ЗАХОДУ

Проаналізуйте різні моменти організації заходу. Заохочуйте учасників згадати заходи, на яких вони були, і задуматися над тим, що, на їхню думку, вдалося, а що ні. Тут можна звернутися до практики використання ментальних карт та інших інструментів критичного мислення.

Кроки для розвитку заходу

- Визначте мету та причину планування цього заходу. Визначте, чого ви прагнете досягти, і як ця подія допоможе вам у цьому.
- Визначте набір цілей, які слугують вашій кінцевій меті. Визначивши свої цілі та завдання, ви можете створити попередній план заходу.
- Складіть список справ із ключовими деталями та вкажіть, як ви досягнете поставлених цілей. Деталі події, зокрема:
 - **Дата:** часові рамки проведення заходу, наприклад, через 9 місяців.
 - **Учасники:** це буде захід для 10 осіб, захід для 100 осіб чи захід для 1000 осіб? Треба почати думати про це. Ваші учасники приїжджають з усієї країни чи це місцевий захід? Вам також необхідно подумати про реєстр відвідувачів.
 - **Місцезнаходження:** ваш захід локальний? Почніть створювати короткий список міст і місць, які мають значення для вашого заходу. Можливі місця проведення:
 - ☐ Міська бібліотека
 - ☐ Місцеві клуби
 - ☐ Мовні курси для місцевих
 - ☐ Кампус університету/професійно-технічного закладу
 - ☐ Мовне кафе/соціальне кафе у вашому місті
- **Кінцеві терміни:** переконайтеся, що ви встановили кінцеві терміни у своєму списку справ.
- **Тип події:** Ви підвищуєте поінформованість про новий продукт? Це може бути одноденна подія з основною доповіддю. Об'єднати тисячі клієнтів? Вам може підійти дводенна конференція для ваших клієнтів. Проведення внутрішньої зустрічі чи зустрічі асоціації? Тоді підійде формат одноденних невеликих засідань.
- Створіть робочу групу, яка відповідатиме за реалізацію плану, та делегуйте завдання. Буде добре, якщо члени команди будуть підтримувати постійну комунікацію між собою.
- **Пропозиція щодо організації команди:**
 - i. Лідер групи
 - ii. Адміністратори – займаються всім: від організації харчування до планування заходів.

iii. Творча команда – займається маркетингом, залученням відвідувачів тощо.

iv. Волонтери для допомоги на місці події/заходу.

- **Складіть бюджет події.** Створення бюджету є важливим кроком у плануванні заходу, який допомагає прояснити інші аспекти вашого плану. Крім того, встановлення бюджету допомагає уникнути небажаних сюрпризів (наприклад, брак грошей на декор тощо). Ваш захід буде більш успішним, якщо ви заздалегідь сплануєте бюджет, будете корегувати його у разі потреби та притримуватися його під час усіх етапів.
- **Виберіть місце та час.** Вибір місця та часу проведення заходу — це два основні моменти, які впливатимуть на решту плану вашого проєкту. Почніть досліджувати місця проведення якомога раніше.
- **Працюйте з постачальниками** відповідно до ваших потреб.
- **Маркетинг і реклама заходу** – прорекламуйте подію в блогах, використовуйте відео та онлайн-рекламу.
- **Спробуйте записати 3-4 ключові слова**, які можуть охарактеризувати ваш захід. Для прикладу: Захід 1: #бізнес #освіта #молодь #сучасне. Захід 2: #святкуємо #діти #граємося. Ключові слова можуть допомогти вам розробляти, рекламувати та приймати рішення.
- **Розробіть план для налагодження комунікації з відвідувачами** – чи варто створювати для цього нову групу в соціальних мережах? Чи будемо зустрічатися потім? Можливо, варто створити список електронних скриньок для тих, хто виявив бажання більш тісно комунікувати з вами?

ОЦІНКА ЗАХОДУ

6

EVALUATION OF THE EVENT



6. ОЦІНКА ЗАХОДУ

Оцінка кожного заняття

Розділіть групу на менші групи та дайте час наприкінці кожного заняття жінкам, щоб обговорити те, чого вони навчилися, і подумати про кожен крок, який вони зробили на цьому шляху. Потім знову зберіть групу та дайте змогу обмінятися думками.

Допоміжними можуть бути такі можливі запитання:

- Чому я навчилася на цьому занятті?
- Як я можу пов'язати це з організацією заходу?
- Які можуть бути проблеми, про які мені потрібно знати, пов'язані з цією темою?
- Як я можу їх подолати?

Оцінка заходу

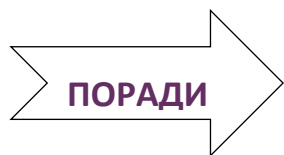
Це зразок анкети, яку можна використовувати під час оцінювання. Анкету можна розробити на основі ваших потреб.

Evaluation of the event		
1.	Думаю, що я розвинула своє підприємницьке мислення	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
2.	Вважаю, що я отримав відповідні навички для створення нових ідей	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
3.	Вважаю, що я отримав відповідні навички для проведення заходів	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
4.	Я стала більш впевненою після тренінгів.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
5.	Відчуваю, що здатна щось створити в своєму житті.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
6.	Тренер / ментор надавав усіляку допомогу і підтримку під час навчання.	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5
7.	Що вам найбільше сподобалося під час навчання і що, на вашу думку, було успішним у процесі?	
8.	З якими проблемами ви стикнулися під час навчання?	
9.	Ви б хотіли щось змінити? Якщо так, то що?	

Презентація досвіду

Організуйте зустріч, на якій жінки поділяться досвідом організації заходу. Можливі теми:

- Підведіть підсумки заходу
- Якими були різні аспекти планування?
- Наведіть графік заходів, які були проведені.
- Які проблеми виникали і як їх вирішували?
- Як вони працювали в команді? Чи були проблеми та як вони були вирішені?
- Чому навчив цей досвід, що можна використати в майбутньому?



- Плануйте оцінювання заздалегідь як частину всього процесу
- Святкуйте свій успіх; навіть невдача може стати успіхом у навчанні
- Обговоріть, чим пишаються окремі учасники
- Зберіть відгуки відвідувачів заходу
- Оцініть кожну частину процесу: плануванням, виконання, реклама, відгуки гостей
 - Що б вони зробили інакше?
- Пов'яжіть оцінювання з процесом інтеграції, кар'єрними перспективами та перешкодами, які доводиться брати до уваги щодня
- Який особистий успіх кожного учасника?

Пов'яжіть свій досвід із майбутньою кар'єрою чи підприємництвом

Наставники та тренери, які допомагали жінкам у створенні бізнес-плану, могли ознайомитися з роботою кожної окремої особи, щоб оцінити, чи належним чином дотримувався план, і усунути будь-які недоліки. Це робиться у співпраці з жінкою-підприємцем, а також враховує національний контекст і ринок праці.

Якщо можете, зверніться до бізнес-консультантів або успішних підприємців, які могли б оцінити кожну з презентацій жінок і запропонувати керівництво для майбутніх починань.

7. ПОДАЛЬШІ ДІЇ

7

FOLLOW-UP



7. ПОДАЛЬШІ ДІЇ

Тренери/наставники, які використовуватимуть матеріали WeCan та сприятимуть процесу створення заходу з жінками-переселенками, також можуть стежити за впливом процесу. Подумайте над наступними запитаннями / рефлексіями, щоб оцінити процес, у якому ви були задіяні:

- Як ви оцінюєте процес? Чи виправдалися ваші амбіції щодо заходу та учасників? Якщо ні, то чому? Що б ви зробили інакше?
- Чи було у вас достатньо ресурсів, щоб дозволити вам зробити те, що було необхідно?
- Які практики ви засвоїте і що б ви зробили по-іншому наступного разу?
- Збирайте відгуки від учасників та підприємців про їхній внесок, їхні очікування та досвід.
- Повідомте свою організацію про результати та про те, як це можна було б покращити/як це можна перетворити на сталу діяльність у вашій програмі.

Подальші дії:

1. Заохочуйте учасників супроводжувати навчання відповідними діями для використання, вдосконалення, розвитку та зміцнення отриманих знань.
2. Ініціюйте обговорення теми і таким чином будьте дотичними до діяльності, якою вони займаються.
3. Розробіть план подальших дій, щоб порівняти очікування та амбіції кожної навчальної вправи з тим, чому слухачі фактично навчилися.

Організації, які можуть допомогти жінкам-підприємцям-переселенкам у країнах партнерства WeCan

Греція

Інкубатори

Ашока Греція

Афінський центр підприємництва та інновацій (ACEin)

Athens Startup Business Incubator (THEA)

Центр бізнес-інновацій Attica

Центр «ERGANI»

Xirgc

Impact Hub Греція INNOVATHENS

Апельсиновий гай

Соціальне Динамо – Фундація Бодоссакі

Місія солідарності

Athens Makerspace

Фессалійський університет



Програми фінансування

Програма NSRF: «Дія За.1.4.1.1: Підтримка існуючих підприємств у використанні патентів та/або інновацій та допоміжних послуг для покращення їх продуктивної діяльності та/або розробки нових продуктів і послуг» та

«Дія За.1.4.1.1.4: Підтримка нових підприємств для використання патентів і/або інновацій, а також допоміжні послуги для покращення їх продуктивної діяльності та/або розробки нових продуктів і послуг».

Технопарк

Joist - JOIST — це фізична екосистема, яка сприяє інноваціям і передачі знань у сферах підприємництва, технологій, науки, мистецтва та дизайну

Зв'язки з підприємцями малого та середнього бізнесу, які готові підтримати/сприяти процесу.

Економічна палата Греції -

STHEB Послуги, які надає STHEB, зосереджені на представництві та підтримці, сприянні дослідженням та інноваціям, просуванні експорту, освіті, інформації, налагодженні робочих контактів та бізнес-солідарності.

НІДЕРЛАНДИ

UWV / Werkpleinen

Торгова палата / Ondernemersplein

Служба обслуговування муніципалітетів

Websie: Ik ga starten

ШВЕЦІЯ

Drivhuset

Drivhuset – це фонд, який підтримує людей з підприємницькими мріями. Він проводить тренінги та навчальні заходи для реалізації ваших ідей та амбіцій.

Алмі

Алмі надає консультації, підтримку та позики компаніям з потенціалом зростання та допомагає у розвитку їхнього бізнесу. Це стосується як підприємств на початковій стадії, так і зареєстрованих компаній.

Verksamst

На verksamst.se можна знайти інформацію, інструменти та електронні послуги від кількох органів влади. Verksamst.se для тих, хто веде або хоче почати бізнес.

Група підтримки

Група підтримки – це група для новоприбулих іммігрантів у Швеції, яка надає різні види підтримки, зокрема для відкриття власної компанії, зв'язки з підприємцями малого та середнього бізнесу, які готові підтримати/сприяти процесу.

Tosterud & Friends AB

Tosterud & Friends допомогли розробити цей навчальний матеріал. Засновник Ерік Тостеруд є бізнес-економістом, менеджером проєктів та лідером інновацій, який надає послуги на користь сталого розвитку в наших суспільствах.

Афіни

Соціальне підприємництво – це підприємці, які знайшли вирішення соціальних та суспільних проблем. Вони є підприємцями, які створюють стале суспільство. У них є ідея, яку вони хочуть реалізувати, яка приносить користь і допомагає суспільству, занурюючись у різні проєкти. Надішліть наших лекторів, щоб побачити, про що вони говорять, або зв'яжіться з нами, і ми допоможемо вам знайти те, що підходить для вашої події!

UK

На національному рівні уряд пропонує поради та підтримку на своєму веб-сайті

<https://www.gov.uk/browse/business/setting-up>. Це включає інформацію про законодавство, потоки фінансування та загалом практичні аспекти відкриття бізнесу/

Національна мережа підприємств <https://www.nationalenterprisenetwork.org/>, які також пропонують підтримку.

На регіональному рівні, зокрема в Лондоні, існують місцеві центри розвитку <https://www.lepnetwork.net/local-growth-hub-contacts/>, які є місцевими партнерствами державного та приватного секторів під керівництвом Партнерства місцевих підприємств (LEPS) [https:// www.businesshub.london/](https://www.businesshub.london/) зі спеціальними бізнес-консультантами

КІПР

Веб-портал Республіки Кіпр

Кіпрська рада у справах біженців

Карітас Кіпр

УКРАЇНА

Громадська організація «Освітній простір 2.0»;

«Нова ІТ школа»;

Громадська організація «Вінницький клуб ділових людей»;

Департамент соціальної та молодіжної політики Вінницької обласної державної адміністрації