

Neformalaus verslumo ugdymo programa

**„Mano verslo idėja ir kaip aš galiu tapti verslininku“**

Mokomoji medžiaga

(16-19 metų jaunimui)

Autorius: UAB „Ateities personalas“

2017

**TURINYS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Įžanga | 3 |
| 1. | Verslo esmė: verslumo samprata bei reikšmė ekonomikoje ir visuomenėje | 4-5 |
| 2. | Psichologiniai verslininko asmenybės aspektai. Lyderystė ir jos galia versle | 5-6 |
| 3. | Verslo idėjų generavimas, metodai idėjoms siūlyti | 6-7 |
| 4. | Verslo pradžia: įmonės kūrimo, verslo organizavimo principai, verslo įmonių svarba žmogaus ir visuomenės gyvenime | 7-9 |
| 5. | Verslo plano rengimas | 9-10 |
| 6. | Naujo verslo finansavimas ir finansų valdymas | 10-11 |
| 7. | Verslininkiška rinkodara | 11-12 |
| 8. | Prekės/paslaugos ženklo registravimas | 12-13 |
| 9. | Reklamos galia parduodant prekes ir paslaugas | 13-14 |
| 10. | Žmogiškųjų išteklių pritraukimas ir valdymas | 14-15 |
| 11. | Verslo galimybės tarptautinėse rinkose | 15-16 |

**Įžanga**

Mieli mokytojai ir bibliotekų darbuotojai, pristatome Jums neformalaus verslumo ugdymo programos „Mano verslo idėja ir kaip aš galiu tapti verslininku“ (skirta 16-19 metų jaunimui) mokomąją medžiagą.

Mokomosios medžiagos tikslas – realizuoti mokymo programą bei būti pagalbiniu įrankiu vykdant mokymus. Mokomoji medžiaga suskirstyta 11 teorinių ir praktinių skyrių.

Kiekviename skyriuje pateikiama neilga teorinė medžiaga, kuri iliustruojama panaudojant šiuolaikiškus ir inovatyvius mokymo metodus ir priemones (darbu grupelėse, minčių lietumi, projektiniu darbu ir pan.). Kiekvieno skyriaus pabaigoje pateikiami savikontrolės klausimai su pridedamais atsakymais.

Metodinėje medžiagoje pateikiamas išplėstinis dėstymo planas, kuriame pateikiama kiekvieno užsiėmimo trukmė. Programų kūrėjai rekomenduoja atkreipti dėmesį, kad trukmė priklauso nuo grupės pasirengimo ir motyvuotumo lygio bei kitų faktorių, todėl dirbant su konkrečios grupės mokiniais kiekvienas užsiėmimas gali pailgėti arba sutrumpėti.

Praktinės užduotys parengtos dirbant grupelėse iki 3- 4 dalyvių, kadangi tokiu atveju pavyksta išvengti grupinio darbo trūkumų ir visų dalyvių sugebėjimai, iniciatyva ir idėjos yra efektyviai panaudojamos, o dalyviai turi galimybę ugdyti komandinio darbo įgūdžius, kurie bus reikalingi tiek asmeniniame, tiek profesiniame gyvenime, ateityje.

Mokymų pradžioje labai svarbu paskatinti dalyvius išsakyti savo lūkesčius, kaip jie save įsivaizduoja, kai pabaigs mokslus. Pagal išsakytus lūkesčius ir aplinkybes programą galima koreguoti, ilginant arba trumpinant nustatytų užsiėmimų trukmę.

Atkreiptinas dėmesys, jog teorinę dalį kiekvienų mokymų vedėjas turėtų iliustruoti pavyzdžiais iš savo patirties arba rastais internete. Mokymų efektyvumas tik didės, jeigu teorija bus kuo labiau siejama su praktika.

Kiekvienas verslas yra unikalus, todėl ir jo kūrimo procesas gali būti specifinis. Mokymų procese derėtų: a) neskubinti mokinių, kai jie ieškos idėjų savo veiklai ir kai tą veiklą planuos; b) nekritikuoti ir neneigti pasiūlymų; c) leisti patiems mokiniams prieiti prie išvados dėl pasirinkimo tinkamumo; d) visus dalyvius išklausyti, nepertraukinėti; e) vienodai gerbti kiekvieno nuomonę; f) būti patarėju, konsultantu, darbo koordinatoriumi, bet netapti vadovu, kritiku ar sprendimų priėmėju.

**1 tema. Verslo esmė: verslumo samprata bei reikšmė ekonomikoje ir visuomenėje**

**Įžanga. Dalyvių individualus prisistatymas „Mano ateities vizija. Kodėl svarbu ją turėti?“**

**Teorija.** Jau aptarėme ankstesnių verslumo ugdymo mokymų metu, kad kaip ir skaitmeninis raštingumas ar kalbų mokėjimas, verslumas šiandien yra aktualus visiems, o ne tik tiems, kurie planuoja studijuoti verslą, vadybą ar ekonomiką. Norintiems sėkmingai įsidarbinti šiuolaikiniame pasaulyje, jau mokyklos, o ne tik studijų metu reikėtų išugdyti geresnį verslumo suvokimą.

<https://www.youtube.com/watch?v=FfLiK4Et6MA>

Verslumas – tai siekimas naujų idėjų, projektų įgyvendinimo, t.y. sugebėjimas sėkmingai organizuoti ir valdyti savo gyvenimą ir verslą. Tai yra mąstymas ir veikimas. Verslumas reikalingas kiekvienam visuomenės nariui, jeigu jis tik nori dirbti ir užsidirbti.

Verslas – tikslinė efektyvi žmonių veikla, norint gauti pelno sau bei tenkinant kitų žmonių poreikius per laisvus mainus.

Labai svarbu skirti sąvokas verslumas, verslas. Verslumo ugdymas skirtas formuoti įgūdžius, elgesio normas ir savybes, dažniausiai priskiriamas verslininkams. Dėl šios priežasties verslumas dažnai neteisingai tapatinamas su verslu. Pagrindinį skirtumą tarp verslumo ir verslo sudaro aplinkybės, kurioms esant naudojami suformuoti įgūdžiai, elgesio normos ir savybės. Verslininkai minėtuosius įgūdžius, elgesio normas ir savybes taiko versle, tačiau tie patys verslumo įgūdžiai ir su jais susijusios elgesio normos gali būti taikomos esant bet kokiomis aplinkybėmis, tai yra darbe, užsiimant laisvalaikio veikla, auginant vaikus ar dirbant samdomu darbuotoju.

Kodėl verslumo ugdymas yra svarbus?

Verslumo įgūdžiai apima gebėjimą kūrybiškai spręsti iškylančias problemas, įtikinėti, derėtis, strategiškai mąstyti, užmegzti reikiamus ryšius, sprendimus priimti vadovaujantis intuicija. Verslumu pasižymintis žmogus ieško galimybių ir jas išnaudoja, imasi iniciatyvos pakeisti situaciją, prisiima atsakomybę, tai – ką asmuo pradeda ir padaro iki galo, imdamasis pamatuotos rizikos, vadovaujasi sveiku protu. Verslumu pasižyminčiam žmogui būdingos šios savybės: rezultatų ir tikslo siekimas, pasitikėjimas savimi ir tikėjimas savo jėgomis, veiklumas, siekis mokytis išbandant žinias praktiškai, ryžtas ir atkaklumas. Akivaizdu, kad minėtuosius įgūdžius, elgesio normas ir savybes galima taikyti esant įvairioms aplinkybėms ir nebūtinai tik versle.

**Pasidalinimas nuomonėmis „Verslumas: įgimta ar įgyta?“**: perskaitykite šioje nuorodoje esantį straipsnį. Ar sutinkate su pašnekovo mintimis? <https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/komentarai/daumantas-mikucionis-verslumas-igimtas-ar-ismoktas-500-203982>

**Teorija**. Šiandien verslas daugelio Lietuvos žmonių akyse atrodo viliojantis ir kartu rizikingas užsiėmimas. Tačiau akivaizdu ir tai, kad būtent jis padeda įgyvendinti asmeninius tikslus ir siekius, susikurti materialinę gerovę.

Daugumoje valstybių jaunieji verslininkai susiduria su sunkumais, išsiaiškinant verslą reglamentuojančią teisinę aplinką dėl patirties stokos, bet pastaraisiais metais Lietuvoje buvo padaryti svarbūs žingsniai, siekiant supaprastinti teisinius įsipareigojimus verslininkams. Tai lengvina verslo registravimo tvarka ir mažiną reikalavimus dėl kapitalo. Daug investuojama buvo, siekiant padidinti viešųjų paslaugų prieigą elektroniniu būdu. Juniesiems verslininkams šios investicijos buvo išties naudingos.

**Straipsnio analizė**: <http://lzinios.lt/lzinios/Ekonomika/siuolaikinis-verslumas-daug-romantikos-ir-per-mazai-uzsispyrimo/226092> Ką manote apie straipsnyje išsakytas mintis? Pasidalinkite nuomonėmis klasėje.

**Savikontrolės klausimai**:

1. Ką vadiname verslininku?
2. žmogų, kuris nuolat svajoja; **b) žmogų, kuris užsiima verslu**; c) žmogų, kuris daug mokosi.
3. Kodėl verslumo ugdymas jaunimo tarpe dabar ypač aktualus?
4. **skatina kurti verslą**; b) moko, kaip sumažinti riziką.

**2 tema. Psichologiniai verslininko asmenybės aspektai. Lyderystė ir jos galia versle**

**Teorija.** Napoleonas Bonapartas buvo vienas iškiliausių generolų ir lyderių Prancūzijos istorijoje. Jonas Paulius II buvo popiežius, Katalikų bažnyčios vadovas, plačiai pripažintas vienu įtakingiausių XX a. lyderių ir ryškiausia asmenybe Bažnyčios istorijoje. Stevenas Paulas Jobsas buvo garsus amerikiečių verslo magnatas ir išradėjas, geriausiai žinomas kaip vienas iš korporacijos „Apple“ įkūrėjų. Ir daugybė kitų pavyzdžių. Visi šie žmonės panašūs tuo, kad mūsų atmintyje išlieka kaip išskirtiniai savo srities lyderiai. Nors šios asmenybės labai skyrėsi, daugybė žmonių juos laiko autoritetais ir stengiasi sekti jų pavyzdžiu, siekdami savo tikslų. Tad kokia jų lyderystės paslaptis? Lyderystė domina žmones ne vieną amžių: koks vadas ar generolas yra tikras lyderis? Kaip lyderis veikia komandą, darbo procesą ir rezultatus? Vienos teorijos pabrėžia įgimtų savybių reikšmę (gerai, jei lyderis aukšto ūgio ir patrauklus), kitos labiau gilinasi į elgesį (geriau būti demokratiškam ar autokratiškam?), dar kitos teigia, kad svarbiausia yra situacija (įmonėje situacija kinta ar yra stabili?) ir pan. Kaip ir daugelyje kitų psichologijos sričių, rasti lengvus atsakymus į sunkius klausimus beveik neįmanoma. Lyderystė lyg chameleonas nuolat kinta ir sužiba vis naujais atspalviais, dažnai prisitaikydama prie visuomenės madų.

Taip XXI a. atsirado naujas požiūris į lyderystę – autentiška lyderystė. Autentiškumas yra vadovavimasis savo vertybėmis, suvokimu, o lyderis yra tas, kuris geba vesti kitą. Autentiškai vesti kitą reiškia remtis savo asmeninėmis vertybėmis, vidine branda ir tikruoju „aš“. Šios lyderystės krypties pradininku laikomas Harvardo profesorius Billas George’as, teigiantis, kad vadovautis reikia savu būdu, o ne kopijuoti kitus. Kitaip sakant, jei patys negalime sukurti originalaus, savito lyderystės stiliaus, paremto asmeninėmis vertybėmis, žinojimu, kas esame, bei nusistovėjusiais įsitikinimais, jokia kitų kopija nepadės užimti lyderio pozicijų nei organizacijoje, nei gyvenime.

Autentišką lyderystę reiktų suvokti kaip natūraliai rodomą pavyzdį kitiems. Tarkime, būdami nuoširdūs ir atsakingi, skleidžiame šias savybės ir savo organizacijoje. Nebijodami pasirodyti pažeidžiami ir pripažindami savo klaidas, mokome ne silpnumo, o pasitikėjimo savimi ir tvirtumo. Kad ir kas nutiktų, kad ir kaip pasijustume, gebame išlaikyti savo poziciją. Pagarbiai ir lygiavertiškai bendraudami su kolegomis, dalydamiesi ir įtraukdami kitus, tarsi parodome, kokio bendravimo tikimės

Kasdienė įmonės vadovo veikla, vadovavimas organizacijai nėra automatiškai lyderystė. Klausimas, ar vadovai skiriasi nuo lyderių bei kaip jie skiriasi, jau seniai kelia nesutarimų. Kai kurios kompanijos bando savo darbuotojus išmokyti abiejų, o kitos laiko šias sąvokas visiškai skirtingomis. Tačiau iš tiesų atsakymas į šį klausimą lieka iki galo neaiškus, kadangi vadovas ir lyderis yra ir tas pats, ir du skirtingi dalykai.

Vadovas – žmogus, pasirūpinantis, kad darbai būtų įvykdyti. Vadovas vadovauja žmonėms bei yra atsakingas už kasdienį logistikos, komunikacijos, darbo eigos bei užduočių organizavimą. Jis pasirūpina, kad viskas eitųsi sklandžiai – kad kiekvienas būtų tarsi didelio įrenginio dalis, be kurios įrenginys negalėtų tinkamai funkcionuoti.

Lyderis – tai žmogus, įkvepiantis kitus, turintis misiją, numatantis ateitį ir gebantis visą tai pateikti taip, kad aplinkiniai patikėtų tikslu – bei norėtų būti jo dalimi – ir būtų motyvuoti. Tam tikra prasme, darbovietės lyderiai turi pasekėjų.

Taigi, verslui reikia vadovų, gebančių įkvėpti žmones jais sekti, bei lyderių, gebančių palaikyti tvarką ir sklandų darbą. Idealiu atveju – vadovas ir lyderis yra vienas ir tas pats asmuo

**Savarankiško darbo užduotis/diskusijos „Ilja Laurs: Apie lyderystę“.** Paklausykite šią laidą. Padiskutuokite su dalyviais, ką naujo sužinojote apiie lyderystės sąvoką? https://www.youtube.com/watch?v=C9L9X1y2UGg

**Savarankiško darbo užduotis „Susitikimas su verslinininku, vizitas į įmonę arba informacijos paieška apie Jums labiausiai šiuo metu įspūdį darantį verslininką“.** Jeigu yra galimybė, suderinti susitikimą su verslininku, sužinant, kaip ir kodėl jis įkūrė verslą, kokios savybės padėjo tai padaryti, su kokiais sunkumais susiduria ir kt. Jeigu tokios galimybės nėra, internete paieškoti informacijos apie labiausiai kiekvienam mokiniui įspūdį darantį verslininką ir, parengus trumpą pristatymą, perteikti šią informaciją kitiems mokiniams mokymų metu (kartu su PP prezentacija – nuotraukos). Palyginkite savo ankstesnių mokymų metu gautus rezultatus. Ar jie skiriasi? Kodėl? Kas jums šiuo metu svarbu vertinant labiausiai patinkantį verslininką?

**Savikontrolės klausimai:**

1. Kas yra autentiška lyderystė?
2. **Žmonių vedimas paskui save vadovaujantis savo vertybėmis, suvokimu**; b) vadovavimas žmonėms remiantis jėga; c) savo vizijos turėjimas.
3. Kuris iš šių teiginių tinka lyderiui?
4. Tai žmogus, kuris sako „aš“, o ne „mes“; b) jis yra aukščiau kolektyvo, bet ne kartu su juo; **c) jis įkvepia ir skatina žmones tikėti bendro darbo vizija**.

**3 tema. Verslo idėjų generavimas, metodai idėjoms siūlyti**

**Teorija**. Bet kokios veiklos sėkmės priežastis – gerai parinkta idėja. Kiekvienas žmogus gali kurti idėjas, tik daugelis tiesiog to nedaro tikslingai arba mano, jog nieko negali sukurti. Dažniausiai šaiposi iš kitų idėjų tik tie, kurie patys negeba, nebandė jų kurti.

**Užduotis grupėse. Minčių lietus „Medinio rąsto panaudojimo būdai“**. Paprašykite mokinių parašyti 30 medinio rąsto panaudojimo būdų. Apibendrinus rezultatus, paaiškės, kad nei viena grupė to nepadarė. Diskusijos metu svarbu paklausti mokinių, kodėl jie negalėjo parašyti tiek daug rąsto panaudojimo būdų bei kodėl jie iškart pradėjo rašyti jau žinomus rąsto panaudojimo būdus.

**Teorija**. Idėjų kūrimą apsunkina tai, kad sudėtinga atsiriboti nuo jau esamų idėjų ir kurti savas, todėl svarbu nesigėdyti rašyti galbūt sunkiai įgyvendinamas ar ne visai realias idėjas. Dažnai žmonės sako, kad viskas, kas įmanoma, jau atrasta ir sugalvota, bet kaskart mes matome naujus arba patobulintus produktus ar paslaugas. Mokslo pasiekimai, technikos ir technologijų tobulinimas leidžia mums įgyvendinti tas idėjas, apie kurias prieš keletą metų buvo galima tik pasvajoti. Tarkime, prieš 300–400 metų žmogus, pasvajojęs pakilti į dangų, būtų buvęs išjuoktas ar net apšauktas eretiku, o šiandien mes ne tik naudojam lėktuvus, bet ir kosminius laivus.

Yra daugybė būdų, kaip galima kurti naujas verslo idėjas. Kai kurias jau aptarėme ankstesnių mokymų metu, todėl čia bus pakartojamos ankstesnės bei pateikiamos naujos:

1. *Iš dviejų ar daugiau esamų idėjų sukurti naują*. Kartais labai naudinga sujungti dvi idėjas, pavyzdžiui, kavinės paslaugos ir vaikų priežiūra leidžia į kavinę sukviesti jaunas šeimas, kurios vargu ar eitų į tradicinę kavinę.
2. *Spręsti kitų žmonių problemas*. Tai pati efektyviausia verslo idėja. Žmonės nemėgsta problemų ir mielai moka pinigus, kad tik jų neliktų. Niekam nemalonu turėti sveikatos ar buitinių problemų ar kai sugenda automobilis ir pan.
3. *Tobulinti jau esamas idėjas*.Visada galima kažką padaryti geriau. Ar pirksite antrą tokio pat modelio telefono aparatą, ar ieškosite kažko naujesnio?
4. *Plėsti savo pomėgius*. Vargu ar žmogus gali sukurti idėją iš srities, kurioje menkai ką tesupranta. Žmogus, aktyviai besidomintis sportu, gali sukurti sporto klubo idėją, bet vargu ar tokią idėją sukurs juo nesidomintis žmogus.
5. *Daryti tai, ką moki*. Kartais žmonės neįvertina to, ką puikiai moka. Daugelis žmonių kažką geba labai gerai, bet to nepanaudoja galimai verslo idėjai sukurti. Žmogus žino seną kalakuto kepimo receptą, kurio nežino niekas, ir Kalėdom ima pardavinėti keptus kalakutus.
6. *Panaudoti atliekas arba nereikalingus daiktus gamybai*. Tai idėja, paremta mažomis gamybos sąnaudomis. Ūkininkas mielai leis už dyką nurinkti nuo javų lauko akmenis, o jūs galėsite jais grįsti takelius prie namų arba statyti nuosavų namų kiemuose židinius ir kt.

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Kuriu savo verslo idėjas“.** Pateikite mokiniams žemiau esančią teoriją ir ją pakomentavę paprašykite, dirbdami grupelėse po 2–3, sukurtipasirinktinai 5 idėjas. Diskusijos metu paprašykite mokinių grupelių pristatyti savo idėjas ir paklauskite, kodėl jie pasirinko būtent tokias idėjas ir kokiai tikslinei auditorijai šios idėjos bus reikalingos. Pagal pasirinktus kriterijus, kiekviena grupelė turi išrinkti geriausią idėją tos grupelės verslui. Pagal ją bus tolimesniuose mokymų žingsniuose grupelės turės apsispręsti, kuris verslo organizavimo principas jiems bus tinkamiausias ir argumentuotai pagrįsti.

**Savarankiško darbo užduotis (individuali) ir pristatymas „Verslo idėjos ir jų įgyvendinimas Lietuvoje“**: <http://www.bznstart.lt> yra jaunam verslui skirtas portalas. Čia pateikiamos jaunų verslininkų sukurtos ir įgyvendintos idėjos. Grupelėse pasirinkite po vieną straipsnį ir aptarkite, kuris verslo idėjų kūrimo būdas yra pasirinktas.

**Tema diskusijai**: kas lemia, kuri verslo idėja bus pelninga, o kuri – ne?

**Savikontrolės klausimai:**

1. Kodėl susiduriame su sunkumais kurdami naujas idėjas?
2. **Sunku atsiriboti nuo esamų idėjų ir patirties**; b) negerbiame kitų žmonių; c) manome, kad viskas, kas geriausia, jau išrasta.
3. Kaip manote, koks yra pats efektyviausias verslo idėjos kūrimo būdas?
4. Plėsti savo pomėgius; b) daryti tai, ką moki; **c) spręsti kitų žmonių problemas**
5. Verslo sėkmė labiausiai priklauso nuo:
6. verslininko amžiaus; b) verslininko išsilavinimo; c) verslininko lyties; **d) geros verslo idėjos.**

**4 tema. Verslo pradžia: įmonės kūrimo, verslo organizavimo principai, verslo įmonių svarba žmogaus ir visuomenės gyvenime**

**Teorija**. Pradedant bet kokią veiklą reikia kruopščiai pasiruošti, numatyti galimus trukdžius ir nesėkmes, taip pat aiškiai suprasti tikslus bei savo vaidmenį. Savo verslo kūrimas - ne išimtis. Svarbu susipažinti, kokie yra verslo orgnizavimo principai. Sprendžiant, kokią įmonę steigti, reikia žinoti atsakymus į šiuos klausimus: a) ar norite tik pabandyti, ar rimtai imsitės verslo; b) ar verslo imsitės vienas, ar su draugais; c) ar norite prisiimti didelę riziką, ar mažesnę; d) kokia bus Jūsų įmonė: didelė ar maža.

Jau anksčiau aptarėme, kad atsižvelgiant į veiklos pobūdį, verslo pradžioje tikriausiai Jūsų verslo idėjai realizuoti tiks ir pačios paprasčiausios verslo organizavimo formos, tokios kaip: verslo liudijimas arba individualios veiklos pažyma.

Dabar prisiminsime populiariausios verslo organizavimo formas, kurios skirtos verslo plėtrai, įvardinant jų privalumus ir trūkumus.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Privalumai** | **Trūkumai** |
| **INDIVIDUALIOJI**  **(PERSONALINĖ)**  **ĮMONĖ** nuosavybės  teise priklauso  fiziniam asmeniui  privačios nuosavybės  teise. | Asmeninis pasitenkinimas  ir paskatos.  Įmonės savininkas  pats priima veiklos  sprendimus. Jam  priklauso ir visas  gautas pelnas.  Lengvai įkuriama ir  panaikinama. Individualūs  verslininkai  gali patys įkurti  arba panaikinti savo  įmonę, beveik nesusidurdami  su teisiniais  sunkumais.  Savininko darbo  pajamos apmokestinamos  tik vieną  kartą. | Valdymas. Individualiems verslininkams dažnai pritrūksta  gebėjimų vienodai  sėkmingai tvarkyti visus  verslo veiklos etapus.  Riboti ištekliai. Finansinių  išteklių stygius gali  riboti verslo plėtotę ir  darbuotojų karjeros galimybes.  Ne visada užtenka  lėšų samdyti kvalifikuotus  specialistus.  Neribota turtinė atsakomybė.  Individualiųjų  įmonių savininkai atsako  už visas skolas, susijusias  su verslu.  Ribota gyvavimo trukmė.  Įmonė gyvuoja tik tol, kol  gyvena jos savininkas. |
| **AKCINĖ**  **BENDROVĖ**  – juridinio asmens  teises turinti ribotos  turtinės atsakomybės  įmonė,  kurios savininkai  yra akcininkai ir jos  veiklą reglamentuoja  specialūs įstatymai. | Plėtra. Bendrovės  gauna pinigų savo  veiklai plėsti, parduodamos  suinteresuotiems  investuotojams  naujas  išleistas akcijas.  Profesionalus valdymas.  Didelės bendrovės  gali samdyti  profesionalius vadovus  ir darbuotojus.  Nuosavybės perleidimas.  Akcininkai  gali parduoti savo  akcijas bet kuriam  suinteresuotam  pirkėjui. Jeigu  akcininkas miršta,  jo akcijos pereina  paveldėtojui, ir  bendrovė gali toliau  veikti įprastu būdu.  Taigi bendrovių  gyvavimo trukmė  neribota.  Juridinis statusas.  Bendrovės pagal  įstatymą traktuojamos  kaip juridinis  asmuo. | Organizavimas. Teisiniu aspektu įsteigti  yra sunkiau, reikia daugiau  laiko ir išteklių, uždarajai akcinei bendrovei arba individualiajai  įmonei įkurti.  Dvigubi mokesčiai. Bendrovės  pelnas yra apmokestinamas  du kartus –  kaip bendrovės pelnas ir  kaip akcininkų pajamos.  Leidimuose numatyti veiklos  apribojimai. Teisiniai  reikalavimai kartais riboja  bendrovių laisvę. Atvirosios  akcinės bendrovės  (tos, kurios viešai parduoda  savo akcijas rinkoje)  turi laikytis reikalavimų,  kurie nebūtini mažoms  įmonėms.  Reglamentavimas. Viešojoje  apyvartoje parduodančios  savo akcijas  bendrovės turi atsisakyti  didelės dalies privatumo.  Tokiu atveju įstatymai  reikalauja, kad bendrovės  visiems suinteresuotiesiems  asmenims teiktų  duomenis apie savo finansinę  padėtį ir veiklą. Todėl  daugelis verslo įmonių  linkusios būti „uždarosiomis“  bendrovėmis ir neprekiauti  savo akcijomis. |
| **UŽDAROJI AKCINĖ BENDROVĖ** yra ribotos atsakomybės privatusis juridinis asmuo. Tai reiškia, kad akcininkai savo turtu neatsako už UAB neįvykdytas prievoles. UAB įstatinis kapitalas turi būti ne mažesnis kaip 2 500 Eur. UAB gali steigti tiek vienas, tiek daugiau fizinių ir / ar juridinių asmenų, o akcininkų skaičius ribojamas iki 249. Akcininkas gali parduoti ar kitaip perleisti (pvz., dovanoti, mainyti ir pan.) savo turimas UAB akcijas.  Svarbiausius sprendimus akcininkai priima balsavimu. Kiekviena akcija suteikia vieną balsą, todėl balsuojant visuotiniame akcininkų susirinkime didžiausią įtaką turi daugiausia akcijų įsigijęs asmuo. UAB turi būti vienasmenis valdymo organas - vadovas, gali būti sudaromas ir kolegialus valdymo organas - valdyba. | Nepasisekus verslui akcininkas rizikuoja tik tuo turtu, kurį įnešė į UAB, taip apsaugodamas savo asmeninį turtą;  Norint pritraukti papildomų lėšų, UAB gali išleisti naujas akcijas, kurias įsigydami akcininkai sumoka nustatytą pinigų sumą;  Galimybė pasitraukti iš verslo perleidžiant UAB akcijas kitiems asmenims ar parduodant verslą;  UAB mokestinės lengvatos: jei vidutinis darbuotojų skaičius neviršija 10 žmonių ir mokestinio laikotarpio pajamos neviršija 300 000 Eur, taikomas lengvatinis 5% pelno mokesčio tarifas vietoje įprasto 15% tarifo. | Steigiant UAB privaloma įnešti ne mažiau kaip 2 500 Eur įstatiniam kapitalui;  Akcininkai gali išsimokėti UAB uždirbtą pelną tik per dividendus (jei UAB dirba pelningai) arba gaunant darbo užmokestį, tačiau tokiu atveju reikės mokėti didelius mokesčius. |

**Užduotis grupelėse „Verslo organizavimo formų pavyzdžiai Lietuvoje“:** grupelėse paieškokite pavyzdžių internete ir pateikite kiekvienai verslo organizavimo formai firmų pavadinimus bei kokia veikla jos užsiima.

**Teorija**. Įsteigti individualiąją įmonę (verslą vienam) bus pigiausia, tačiau svarbu pabrėžti, kad atsakomybė dėl verslo ateities taip pat guls ant vieno steigėjo pečių. Jeigu bus steigiama uždaroji akcinė bendrovė, reikės įnešti į bendrovės sąskaitą banke verslo pradžiai įstatinį kapitalą. Jeigu nėra galimybės surinkti veiklai reikalingos pinigų sumos, galima ieškoti partnerių arba bandyti kitaip pritraukti papildomų lėšų. Partnerių galima ieškoti tada, kai trūksta nuosavų pinigų, ir tada, kai nėra pakankamos patirties produkto gamybos, pardavimo ar kitose srityse. Gali būti naudinga turėti partnerį, kuris turi panašios veiklos patirties arba savo verslą artimoje srityje. Turint tokį partnerį galima bus geriau organizuoti gamybą ir greičiau įeiti į rinką. Kita vertus, svarbu elgtis apgalvotai ir neatskleisti savo verslo idėjos daugeliui žmonių – apsukrus „partneris“ gali ją ir pavogti!

Taigi, prieš apsispręndžiant, kokios rūšies verslo įmonę steigti, svarbu gerai pagalvoti – kiekviena įmonės rūšis turi savo privalumų ir savo trūkumų.

XX a. pabaigoje – XXI. A pradžioje pasaulyje išpopuliarėjo nauja verslo organizavimo forma – startuoliai (<http://www.bznstart.lt/verslas/verslo-gidas/1822/Kas-yra-startupas>, <http://www.verslas.in/smulkusis-verslas-ar-startupas> ).

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Mano įmonė.** Net ir nedidelio verslo pradžiai reikės suformuoti pradinį kapitalą. Apie finansų valdymą bus kalbama kitame skyriuje, bet prieš pradedant rūpintis pinigais, reikėtų apsispręsti, kokią verslo rūšį pasirinkti – dirbti vienam ar keliese bei kokia verslo organizavimo forma bus tinkamiausia tolimesniems Jūsų verslo plėtojimo etapams. Mokiniai dirba grupelėse ir diskutuoja, ieškodami informacijos internete apie konkurentus bei atsakydami į klausimus dėl akcinininkų skaičiaus ir tinkamiausios verslo organizavimo formos tolimesnei veiklai. Po diskusijų kiekviena grupėlė pristato argumentuotus atsakymus.

**Savikontrolės klausimai:**

1. Pagal kokią verslo organizavimo formą nepasisekus verslui akcininkas rizikuoja tik tuo turtu, kurį įnešė į verslą, taip apsaugodamas savo asmeninį turtą?
2. IĮ; **b) UAB**; c) AB
3. Kuri verslo organizavimo forma turi ribotą gyvavimo trukmę?
4. **IĮ;** b) UAB; c) AB

**5 tema. Verslo plano rengimas**

**Teorija**. Verslo planas - dokumentas, kuriame aiškiai ir argumentuotai išdėstoma, ko siekia įmonė ir kaip savo tikslus įgyvendins. Verslo planas – patogiausia priemonė sistemiškai apmąstyti savo verslo idėją, pasitikrinti jos gyvybingumą ir įvertinti verslo ateities perspektyvas. Dažniausiai verslo planas ruošiamas siekiant gauti banko paskolą verslo plėtrai. Bankai verslo planams kelia gana griežtus reikalavimus.

Esminiai klausimai, į kuriuos svarbu atsakyti rašant verslo planą: 1) KAS esame? 2) KUR einame arba KUO norime tapti? 3) KAIP ten pateksime? 4) KAIP vertinsime padarytą pažangą?

Rekomenduojama verslo plano struktūra: 1) santrauka; 2) rinkos analizė; 3) SWOT (SSGG analizė); strategija; 4) vizija, tikslai, uždaviniai (taktika); 5) finansinis pagrindimas: pinigų srautų prognozė,; 6) rinkodara.

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Mano verslo plano kūrimas“**: apsisprendus dėl verslo organizavimo formos, kitas labai svarbus žingsnis – verslo plano parengimas. Šioje nuorodoje rasite daugiau informacijos apie verslo plano dalis: <https://www.verslilietuva.lt/lt/verslo-pradzia-verslo-planavimas-verslo-planas>. Remiantis teorine medžiaga, padiskutuokite su kolegomis ir sukurkite Jūsų verslo planą. Vėliau jį pristatykite kitoms grupelėms.

**6 tema. Naujo verslo finansavimas ir finansų valdymas**

**Teorija.***Finansų valdymas* – tai įmonės pinigų srautų bei nuosavo ir skolinto kapitalo valdymas. Kiekvienoje įmonėje yra darbuotojas, atsakingas už svarbius investavimo bei finansavimo sprendimus. Smulkiose įmonėse šią funkciją vykdo vienas darbuotojas, dažnai – įmonės vadovas arba vyr. finansininkas. Didesnėse įmonėse finansų valdymo funkcijas vykdo finansų skyrius, kuriame dirba ir buhalteriai, ir finansų analitikai. Didžiausios įmonės dažniausiai turi finansų vadovą ar finansų direktorių.

Galima išskirti tris pagrindinius finansinius sprendimus, su kuriais susiduria visos įmonės, nepriklausomai nuo jų dydžio ar veiklos srities: 1) investavimo; 2) finansavimo; 3) paskirstymo.

Kiekviena įmonė turi nuspręsti, kokią veiklą ji vykdys, kokių projektų imsis. Pavyzdžiui, įmonė sprendžia, ar atidaryti naują parduotuvę kitame mieste; ar įsigyti naują gamybos liniją; pirkti patalpas sandėliui ar jas nuomoti; nusipirkti automobilį sumokant iš karto ar naudotis išperkamąja nuoma. Visi šie įmonės sprendimai turi būti vertinami ir iš finansinės pusės: ar naujoji investicija atsipirks; jei taip, tai kada; kiek naujasis investicinis projektas padidins įmonės vertę; kuris variantas finansiškai naudingesnis įmonei.

Šiandien verslo finansavimo rinką galima būtų suskirstyti į keletą sektorių, kur kiekviename iš jų vyrauja skirtingos skolinimosi ar investicijų prisitraukimo sąlygos ir reikalavimai.

Vienas iš verslo finansavimo šaltinių yra rizikos kapitalo fondai. Rizikos kapitalo fondai investuoja į verslus siekiančius įgyvendinti perspektyvius, greito augimo potencialą turinčius verslo projektus, orientuotus į globalias rinkas. Investuojama nuo kelių dešimčių iki keleto milijonų eurų, todėl investicijų pritraukimas reikalauja pasiruošimo, kuris gali trukti nuo keleto mėnesių iki kelių metų. Šis šaltinis prieinamas pakankamai nedidelei daliai verslų, taip pat priimtinas ne visiems verslininkams dėl savo specifikos, nes investuojama į nuosavybės (įmonės akcijos) ir pusiau nuosavybės (konvertuojama skola ir pan.) kapitalą.

Populiariausi verslo finansavimo šaltiniai yra bankai ir kredito unijos. Šios verslo finansavimo įstaigos linkę teikti paskolas kai poreikis yra didesnei sumai ir ilgesniam terminui: paskolos sumos dažniausiai būna nuo 20 000 Eur, išsimokėjimo terminas keli metai. Esant tokių lėšų poreikiui verslas bankuose ir kredito unijose gali pasiskolinti pigiau, tačiau dažniausiai reikalaujami paskolos užstatai, keliami aukšti su rizikos vertinimu susiję reikalavimai įmonei. Dėl to toks finansavimas dažniau prieinamas senesnėms ir didesnėms įmonėms, o ir pats paskolos gavimo procesas užtrunka pakankamai ilgai.

Tačiau šiandien ir jaunas verslas (iki 1 metų) gali pasiskolinti lėšų savo veiklos pradžiai ir plėtrai. UAB „Investicijų ir verslo garantijos“ valdo finansavimo priemonę „Verslumo skatinimas 2014–2020”. Pagal šią priemonę, verslo paskolas išduoda LKU grupės kredito unijos. Priemonė skirta fiziniams asmenims, labai mažoms ir mažoms įmonėms pradėti ir vystyti neseniai pradėtą verslą, teikiant paskolas iki 25 tūkst. Eurų. Pasinaudoti šiomis lengvatinėmis paskolomis gali ne visos įmonės. Priemonė nefinansuoja tam tikrų verslo sektorių, yra taikomi apribojimai dėl įmonės veiklos laikotarpio, savininko amžiaus, o ir pats procesas savo terminais ir rizikos vertinimu, panašus į bankinį skolinimo procesą.

Alternatyva bankiniam verslo finansavimui yra verslo paskolų bendrovės, kurios lanksčiau vertina riziką, todėl skolina greitai, tačiau brangiau, nei bankai ar unijos. Didesnė dalis verslo paskolų bendrovių, kaip ir bankai, orientuojasi į didesnes verslo paskolų sumas, bei brandesnes įmones su kelių metų veiklos istorija, todėl jaunam verslui šie finansavimo šaltiniai prieinami dar gana retais atvejais. Kaip alternatyva joms rinkoje atsiranda sutelktinio finansavimo platformos (P2P), sudarančios sąlygas turintiems laisvų lėšų asmenims jas investuoti, o verslo įmonėms lanksčiau pasiskolinti.

Išskirtinas ir kitas verslo paskolos teikėjų segmentas, - tai mikro paskolų verslui bendrovės, kurios finansuoja įmones iki 10 000 Eur sumomis jau nuo ankstyvos įmonių gyvavimo stadijos. Šiame finansavimo sektoriuje taikomas lankstus rizikos vertinimas, daug dėmesio skiriama pačio verslininko patikimumo vertinimui, todėl finansavimas prieinamas platesniam įmonių ratui ir pasiskolinti lėšų galima labai greitai, dienos bėgyje. Paprastai teikiamas nedidelis finansavimas, nuo tūkstančio iki keleto tūkstančių eurų, metų ar dviejų laikotarpiui. Šis finansavimo šaltinis ypač tinkamas tuomet, kai reikalingas apyvartinių lėšų papildymas, kai nėra arba taupumo sumetimais neverta įtraukinėti į paskolą nekilnojamo turto užstato, kai reikia finansavimo greitai atsiperkančioms investicijoms, skubiam įrangos remontui, prekių ar žaliavų įsigijimui palankesnėmis kainomis, ar kaip laikina paskola siekiant didesnio finansavimo.

**Užduotis grupelėse “Mano įmonės finansai**”: įvertindami Jūsų verslo organizavimo formą bei plėtros planus, raskite informaciją internete ir padiskutuokite grupelėse, kokių bankų, paskolų bendrovių ir kredito unijų filialai yra Jūsų mieste bei kokias sąlygas ir finansavimo būdus jie siūlo verslui. Įvertinkite, kuris būtų tinkamiausias Jūsų verslo finansavimui.

**Teorija**. Bendrovė, veikianti sėkmingai, turi teigiamų pinigų srautų ir uždirba grynąjį pelną. Kam ji gali panaudoti uždirbtas lėšas? Bendrovė gali pinigus palikti įmonėje arba išmokėti akcininkams. Jei pinigai lieka įmonėje kaip nepaskirstytasis pelnas, juos galima panaudoti investicijoms į naujus projektus, t.y. reinvestuoti pinigus, arba ta suma padidinti įmonės turimus pinigus. Jei nusprendžiama grynąjį pelną išmokėti įmonės akcininkams, tai galima padaryti dviem būdais: išmokėti dividendus arba paskelbti akcijų supirkimą.

Įmonė, uždirbusi grynojo pelno ir nusprendusi dalį laisvų pinigų išmokėti akcininkams, tai gali padaryti mokėdama jiems dividendus. Tai įmonės akcininkų pajamas. Skiriant dividendus nusprendžiama, kokia pinigų suma tam bus skirta ir kada dividendai bus išmokėti.

Be dividendų išmokėjimo, bendrovės turi dar vieną būdą išmokėti pinigus savo akcininkams – paskelbti akcijų supirkimą.

**Užduotis grupelėse “Mūsų įmonės pelnas”**: Jūsų įmonė veikia pelningai ir uždirbo grynojo pelno 20 tūkst. eurų. Kaip manote, kokie būtų tolimesni Jūsų įmonės planai 2 metų laikotarpiui? Padiskutuokite grupelėse, ar įmonės akcininkams mokėsite dividendus, ar investuosite tuos pinigus į verslo plėtrą. Pagrįskite savo argumentus.

**Savikontrolės klausimai:**

1. Ką vadiname finansų valdymu?
2. **įmonės pinigų srautų bei nuosavo ir skolinto kapitalo valdymas**; b) efektyvus skolų mokėjimas; c) mokėjimas atlyginimų laiku ir sutartą sumą.
3. Kas didelėse įmonėse atsakingas už finansų valdymą?
4. generalinis; b) buhalteris; **c) finansų direktorius**

**7 tema. Verslininkiška rinkodara**

**Teorija**. Rinkodaros termine specialistai šiuo metu įžvelgia dvi pagrindines prasmes. Pirma, rinkodara suprantama kaip viena iš valdymo funkcijų, aktyvus rinkos poveikio procesas. Antra, rinkodara suvokiama kaip tam tikra verslo filosofija. Kaip valdymo funkcija, rinkodara yra sudėtinė verslo dalis, ne mažiau ir ne daugiau svarbi už finansų, materialinio-techninio tiekimo, gamybos valdymą. Nėra kompanijų, kuriose nebūtų rinkodaros, tai yra veiksmų, skatinančių produkto judėjimą nuo gamintojo link vartotojo. Kaip verslo filosofija rinkodros principai reikalauja į vartojimą žvelgti kaip į demokratinį procesą, kuriame vartotojai "balsuoja" už reikalingus produktus arba paslaugas savo pinigais. Rinkoje sėkmė lydi tą kompaniją, kuri siekia tirti besikeičiančius vartotojų poreikius ir stengiasi ieškoti būdų kuo efektyviau juos patenkinti. Rinkodara verčia kompaniją gaminti ne tai, ką ji nori ir gali lengviausiu būdu pateikti rinkai, bei tai, kas yra reikalinga vartotojui. Rinkodaros pagrindas yra kompanijos ir vartotojo sąjunga: kompanija gauna informaciją apie vartotojo poreikius tam, kad gulėtų paruošti ir pateikti rinkai paklausius produktus.

Rinkodaros pagrindiniai uždaviniai yra šie: 1) kompleksinis rinkos tyrimas; 2) potencialios paklausos ir nepatenkintų poreikių paieška; 3) prekių asortimento ir kainų planavimas; 4) priemonių, visiškai patenkinančių paklausą, paruošimas; 5) pardavimo planavimas ir vykdymas; 6) gamybos organizavimo ir valdymo tobulinimas.

Vienas iš svarbiausių žignsių verslo pradžioje – rinkods tyrimas ir potencialių klientų (vartotojų) segmentavimas.

Rinkos tyrimas. Rinkos tyrimą būtina atlikti, net jei idėja pasirodytų ir labai gera bei perspektyvi. Aišku, rinkos tyrimas gali parodyti ir neigiamų pusių, kurių reikėtų išvengti. Rinkos tyrimai padės bendrovei numatyti produkto ar paslaugos tikslinę klientų grupę, taip pat tiksliau apskaičiuoti planuojamą produkto ar paslaugos paklausą ir planuojamus pardavimus. Rinkos tyrimą paprasčiausiai galima atlikti apklausiant nedidelę žmonių grupę, taip pat sužinoti žmonių nuomonę neformalių diskusijų metu. Galima atlikti ir didesnę apklausą, numatant tikslinę grupę, parengus atitinkamą apklausos anketą ar klausimyną. Išanalizavus duomenis bus galima sužinoti, kas yra įmonės potencialūs klientai ir kokį produktą ar paslaugą jie norėtų įsigyti.

Potencialių klientų (vartotojų) segmentavimas. Rinka suskaidoma į pakankamai tiksliai apibrėžtas vartotojų grupes, kurioms būdingas vienodas požiūris į siūlomus produktus. Vadovaujamasi įvairiais kriterijais, iš kurių galėtų būti: 1) geografiniai principai (pagal gyvenamąją vietą - miesto arba kaimo gyventojai, klimatinė juosta, valstybė ir t.t.); 2) demografiniai kriterijai (amžius, lytis, šeimos dydis, pajamų lygis, užsiėmimas, išsilavinimas, tautybė, įsitikinimai); 3) psichografiniai principai (priklausomybė visuomenės klasei, gyvenimo būdas. asmenybės tipas); 4) elgsenos principai (informuotumo apie prekę laipsnis, požiūris į produktą. vartojimo intensyvumas, ieškoma nauda ir pan.).

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Mūsų firmos paslaugų/produktų rinkos tyrimas**“: pagal poreikį informacijos galima ieškoti internete. Pasitarkite grupelėje ir nuspręskite, kaip atliksite rinkos tyrimą, kas bus Jūsų potencialus klientas (vartotojas) atsižvelgiant į aukčiau minėta teorinę medžiagą. Po diskusijų rezultatais pasidalinkite su kitomis grupelėmis.

**Savikontrolės klausimai:**

1. Koks yra svarbiausias rinkodaros tikslas?
2. **Padeda kompanijai gaminti ne tai, ką ji nori ir gali lengviausiu būdu pateikti rinkai, bei tai, kas yra reikalinga vartotojui**; b) sukuria tinkamą reklamą; c) atlieka rinkos tyrimą.
3. Kodėl būtina atlikti rinkos tyrimą?
4. Padeda pritraukti tinkamų žmonių į įmonę; b) mažėja darbuotojų kaita; **c) padeda bendrovei numatyti produkto ar paslaugos tikslinę klientų grupę, taip pat tiksliau apskaičiuoti planuojamą produkto ar paslaugos paklausą ir planuojamus pardavimus**.

**8 tema. Prekės/paslaugos ženklo registravimas**

**Teorija.** Prekės/paslaugos ženklas – bet koks žymuo, kurio paskirtis – atskirti vieno asmens prekes arba paslaugas nuo kito asmens prekių arba paslaugų ir kurį galima pavaizduoti grafiškai. Prekės ženklą įregistruoti naudinga. Įregistravę prekės ženklą, turėsite išimtines teises jį naudoti ir turėsite teisę drausti tapatų ar panašų ženklą naudoti kitiems. Tam, kad savo prekių ženklui suteiktumėte apsaugą jį įregistruodami, turite atlikti žemiau nurodytą procedūrą. Ši procedūra taikoma registruojant tik nacionalinį prekės ženklą.1. Visų pirma, sukurkite patį prekės ženklą. Prekės ženklą gali sudaryti žodžiai, pavardės, vardai, pseudonimai, šūkiai, piešiniai, emblemos, erdvinės formos, spalvos. Prekės ženklas privalo turėti skiriamąjį požymį, kalboje negali būti tapęs bendriniu žodžiu ar žymėti tik prekių rūšį, kiekį, kokybę, paskirtį, vertę, geografinę kilmę ar kitas prekių ir paslaugų charakteristikas, taip pat klaidinti visuomenę, prieštarauti viešajai tvarkai ar gerai moralei ir kt. Prekių ženklams taikomus reikalavimus nustato Lietuvos Respublikos prekių ženklų įstatymas.2. Pasirinkite prekes ar paslaugas, kurioms saugoti bus naudojamas Jūsų prekės ženklas, t.y. kokioje veiklos srityje naudosite savo prekės ženklą. 3. Patikrinkite, ar nėra įregistruotų ar pareikštų registruoti tapačių prekės ženklų tapačioms ar panašioms prekėms ar klaidinamai panašių į jūsų prekės ženklą ženklų. Patikrinkite, ar Jūsų prekės ženklas nėra tapatus ar klaidinamai panašus į kito juridinio asmens pavadinimą, saugomą geografinę nuorodą, dizainą, literatūros, mokslo, meno kūrinį, žinomo asmens pavardę, vardą, meninį pseudonimą ar kito asmens portretą.4. Valstybiniam patentų biurui ([www.vpb.lt](http://www.vpb.lt)) pateikite nustatytos formos paraišką registruoti prekės ženklą ir išduoti prekės ženklo liudijimą. Kartu su prašymu pateikite Jūsų prekės ženklo vaizdą (80 x 80 mm formatu). Paraiškoje turi būti pateiktas ženklo aprašymas (žodžiai, raidės, skaitmenys ar jų deriniai, kuriuos prašoma įregistruoti ženklu, kiekviena ženklo sudedamoji dalis, kiekvienos dalies spalva, jei pareikštas registruoti ženklas yra spalvotas), taip pat prekių ar paslaugų, kurioms žymėti pareikštas registruoti ženklas, sąrašas pagal Nicos klasifikaciją. Paraiškoje nurodykite nesaugomus ženklo elementus, nurodykite, ar spalva ar spalvų derinys, jų kompozicija yra skiriamasis ženklo požymis. Paraiškos įregistruoti prekės ženklą tvarką nustato Prekių ženklų registravimo taisyklės ZR/03/2004.5. Sumokėkite prekės ženklo registravimo mokestį ir pateikite tai patvirtinančius įrodymus Valstybiniam patentų biurui kartu su paraiška registruoti ženklą.6. Pateikę Valstybiniam patentų biurui paraišką, laukite, kol bus atlikta pateiktų dokumentų ir paties prekės ženklo ekspertizė. Dokumentų ekspertizės metu bus nustatyta, ar išsamiai ir teisingai užpildytas prašymas įregistruoti prekės ženklą, ar teisingai suklasifikuotos prekės ar paslaugos pagal Nicos klasifikaciją, nustatoma pareikšto registruoti ženklo vaizdo kokybė, ar reikalingi kompetentingų institucijų leidimai dėl herbų, pavadinimų kitų žymenų naudojimo ir kt. Prekės ženklo ekspertizės metu ekspertai nustatys, ar pareikštas registruoti ženklu žymuo atitinka prekių ženklams taikomus reikalavimus. Ekspertai turi teisę priimti sprendimą neregistruoti prekės ženklo, registruoti prekės ženklą daliai prekių arba prekės ženklą registruoti.7. Gavę sprendimą registruoti prekės ženklą, sumokėkite nustatyto dydžio mokestį už prekės ženklo įregistravimą ir paskelbimą. Mokesčio sumokėjimą patvirtinantis dokumentas turi būti pateiktas Valstybiniam patentų biurui per 3 mėnesius nuo sprendimo registruoti išsiuntimo dienos, kitaip paraiška atšaukiama.8. Jei viską atlikote teisingai, įregistruoto prekių ženklo duomenys bus paskelbti oficialiame Valstybinio patentų biuro biuletenyje. Po prekės ženklo paskelbimo tretieji asmenys turi teisę reikšti protestus dėl paskelbto prekės ženklo.9. Jeigu nebuvo pareikštas protestas dėl Jūsų prekės ženklo arba jeigu protestas buvo atmestas ar patenkintas iš dalies, Jūs turite teisę gauti prekės ženklo registracijos liudijimą. Prekės ženklo registracijos liudijimas yra teisinis dokumentas, patvirtinantis prekės ženklo įrašymą į Prekių ženklų registrą ir ženklo savininko išimtines teises į įregistruotą ženklą. Įregistruotas ženklas Lietuvos Respublikoje galioja toms prekėms ar paslaugoms, kurios yra nurodytos prekės ženklo registracijos liudijime. Prekės ženklo registracija galioja 10 metų, po to registracijos galiojimas gali būti pratęsiamas.

**Užduotis grupėse, informacijos paieška „Žymiausi prekių/paslaugų ženklai Lietuvoje**“: panaršykite internete ir pateikite žymiausių prekių/paslaugų ženklų Lietuvoje pavyzdžių.

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Mūsų prekės/paslaugos ženklas**“: pagal poreikį informacijos galima ieškoti internete. Pasitarkite grupelėje ir sukurkite Jūsų prekės/paslaugos ženklą jį pavaizduodami popieriuje. Kaip pateikta teorinėje dalyje, pasitikrinkite, ar jis nėra panašus į jau egzistuojantį prekės/paslaugos ženklą. Pristatykite jį kitų grupių nariams.

**Savikontrolės klausimai:**

* 1. Kuri įstaiga Lietuvoje rūpinasi prekės/paslaugos ženklų registravimu Lietuvoje?

1. Valstybinė mokėsčių inspekcija; **b) Valstybinis patentų biuras**; c) Užsienio reikalų ministerija
   1. Kiek metų galioja prekės/paslaugos ženklo registracija?
2. 1 metus; b) 5 metus; **c) 10 metų**.

**9 tema. Reklamos galia parduodant prekes ir paslaugas**

**Teorija.** Bet kokia forma ir bet kokiomis priemonėmis skelbiama informacija, kuria siekiama daryti poveikį reklamos vartotojų sprendimams, susijusiems su prekių ir paslaugų įsigijimu, ūkine – komercine, finansine veikla ar darbo sutarčių sudarymu. Reklama yra viena iš pagrindinių produkcijos išskyrimo konkurencijos formų ir yra naudojama tam, kad būsimi pirkėjai susipažintų su tos rūšies prekės išskirtiniais požymiais. Yra du požiūriai į tai, kokį poveikį rinkai daro reklama: tradicinė rinkos teorija pirmiausia pabrėžia reklamos poveikį (čia reklamos objektas yra tik etikečių pasikeitimas tarp konkurentų, esant nekintamai visuminei paklausai, ir jos tikslas – padidinti visuminės pasiūlos kainą ir kainas, kurias moka vartotojas); kito (priešingo) požiūrio šalininkai pabrėžia reklamos vaidmenį didinant paklausą ar garantuojant, kad firmų paklausa bus palaikoma tokio lygio, kuris leistų joms pasiekti didelės apimties gamybą. Šitaip reklama gali būti susijusi su rinka ir mažesnėmis kainomis. Reklamos svarbą įrodo tokie pagrindiniai argumentai: 1. reklama teikia informaciją vartotojui apie naujoves rinkoje; 2. reklama palaiko šalies ryšių ir masinės informacijos priemonių sistemą; 3. reklama skatina prekių pokyčius, jų tobulinimą; 4. sėkmingos dėka reklamos įmonė gali išplėsti savo gamybą ir gauti gamybos masto efektą; 5. reklama skatina konkurenciją ir lemia naujos produkcijos įsisavinimą; 6. didindama paklausą bei vartotojiškas išlaidas, reklama didina gyventojų užimtumą ir skatina jų poreikius. Tačiau su tuo nenori sutikti reklamos oponentai. Pagrindiniai jų argumentai tokie: 1. Pagrindinis reklamos tikslas yra įtikinti žmones, o ne informuoti juos. Konkurencinė reklama neretai klaidina vartotojus ir dėl jos vartotojai gali patirti nuostolių. 2. Išlaidos reklamai yra negamybinės, neefektyvios, jos beveik nepadeda arba nieko nepadeda visuomenės gerovei; todėl reklama yra tokia sfera, kurioje beprasmiškai naudojami riboti ištekliai. 3. Dėl paklausos gali atsirasti nemažų neigiamų išorinių efektų. Pavyzdžiui, dėl reklamos daugiau vartojama tokių žalingų produktų, kaip tabakas, alkoholis. Reklama gali neigiamai paveikti masinės informacijos priemonių darbo kokybę, nes jos gali būti neobjektyvios tų įmonių atžvilgiu, kurios duoda daug reklamos užsakymų. 4. Kai kurioms reklamos formoms būdinga vadinamoji savineutralizacijos tendencija: viena reklama tarsi ištrina kitą reklamą. 5. Reklama skatina monopolijas, o ne aktyvią konkurenciją. Išsami, brangi reklama sudaro finansines kliūtis patekti į tos prekės rinką ir taip stiprina šakoje jau esančių įmonių turimą galią rinkoje.

**Savarankiška užduotis „Straipsnis apie reklamą“**: <https://www.delfi.lt/verslas/verslas/reklamos-kurejas-lietuvoje-99-proc-reklamos-yra-slamstas.d?id=64346096> Ar sutinkate su straipsnyje pateikiamomis mintimis? Pagrįskite, kokia Jūsų nuomonė?

**Diskusijos grupelėse**: peržiūrėkite jūsų įmonės potencialių konkurentų reklamas. Padiskutuokite su Jūsų grupės nariais, kaip žmonės sužinos apie jūsų verslą (pvz., galbūt bus kuriama ir pakabinama iškaba, galbūt atspausdinami ir išplatinami reklaminiai lapeliai, galbūt bus naudojama reklama socialiniuose tinkluose).

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Mūsų įmonės reklama**“:sukurkite savo verslo reklamą. Užrašykite arba nupieškite ją. Aptarkite su kitų grupių nariais.

**Savikontrolės klausimai:**

1. Kaip pasireiškia savineutralizacijos tendencija reklamoje?
2. **viena reklama ištrina kitą**; b) vartotojai nebenori pirkti produktų; c) atsiranda nauji konkurentai.
3. Kas padeda išskirti produktus/paslaugas ir parodyti jas geresnes nei turi konkurentai?
4. vadyba; b) ekonomika; c) **reklama**

**10 tema. Žmogiškųjų išteklių pritraukimas ir valdymas**

**Teorija**. Žmogiškieji ištekliai – tai darbo jėga, paprastai tariant, tai organizacijos personalas. Šiuolaikinės vadybos teorijos vadovaujasi pozicija, kad būtent žmogiškieji ištekliai yra pagrindinis įrankis, siekiant organizacijos tikslų, efektyvios veiklos ir gerų rezultatų bei konkuruojant perpildytoje rinkoje. Darbuotojai į laisvas vietas gali būti atrenkami iš išorės, o gali būti vykdoma ir vidinė paieška. Šiuo atveju į laisvą darbo vietą patenka jau organizacijoje dirbantis asmuo.

**Užduotis grupėse, projektinis darbas „Vidiniai ir išoriniai mūsų įmonės darbuotojų paieškos būdai**“: pasitarkite grupelėse ir nuspręskite, kiek ir kokių darbuotojų jūsų įmonei reikės. Perkaitykite internete informaciją apie vidinių ir išorinių paieškos būdų privalumus ir trūkumus ir aptarkite su grupės nariais, kuris būtų tinkamiausias ieškant Jūsų firmos darbuotojų. Parenkite paieškos planą ir pristatykite jį kitų grupių nariams.

**Teorija**. Žmogiškųjų išteklių valdymas skiriasi nuo personalo valdymo. Žmogiškųjų išteklių valdyme darbuotojams yra suteikiama daugiau laisvės, kiekvienas darbuotojas yra vertinamas bei yra atsižvelgiama į kiekvieno iš jų poreikius. Taip pat toks valdymas nepasižymi griežtu darbuotojų stebėjimu. Dažnai darbuotojai dirba komandinį darbą. Verta pridėti, kad tokiam valdymui būdingas orientavimasis į globalią ir išorinę aplinką.

Galima išskirti keturis žmogiškųjų išteklių valdymo principus. Pirmo principo esmė yra ta, kad organizacija turi vienodai investuoti lėšas tiek į darbuotojus, tiek į kitus organizacijos veiklai reikalingus dalykus. Antras principas yra tas, kad organizacijos vadovai, sudarydami strateginius planus ateičiai, privalo suvokti žmogiškųjų išteklių svarbą organizacijos veiklai. Trečias principas reiškia, kad darbuotojai turi būti ne verčiami dirbti, o skatinami atlikti tam tikrą darbą. Darbuotojai privalo atlikti savo pareigas nuoširdžiai. Ketvirto principo esmė yra ta, kad žmogiškųjų išteklių valdymas turi būti orientuotas į pelno bei tam tikrų rezultatų pasiekimą.

Taigi, tinkamas žmogiškųjų išteklių valdymas gali padėti organizacijai veikti sėkmingai, didinti darbuotojų darbo našumą ir norą dirbti, taip pat siekti pelno bei kitų organizacijos tikslų.

**Savikontrolės klausimai:**

1. Kaip vadinamas darbuotojų paieškos būdas, kai kandidatai pritraukiami skelbimo pagalba į laisvas įmonėje vietas?
2. vidinis; **b) išorinis**; c) žmogiškųjų išteklių.
3. Koks yra svarbiausias įmonės konkurencinis pranašumas?
4. technologijos; b) modernus biuras; **c) žmogiškieji ištekliai**.

**11 tema. Verslo galimybės tarptautinėse rinkose**

**Teorija**. Verslo plėtra užsienio rinkose didžiąja dalimi priklauso nuo gebėjimo išlaikyti ilgalaikius ir tvirtus ryšius su užsienio partneriais. Vieni iš populiariaučių būdų, kaip vietinis verslas gali įeiti į tarptautines rinkas yra *eksportas ir importas*. Prekybiniai ryšiai tarp valstybių – praktiškai tokie pat seni, kaip ir pačios valstybės. O šiuolaikines valstybių ekonomikas smarkiai paveikusi globalizacija dar labiau sustiprino tarpvalstybinius ryšius ir prekybinius saitus. Dėl turimų gamtinių išteklių, sukauptos patirties bei žinių, patentų, padarytų investicijų ar kitų veiksnių, vienos valstybės yra konkurencingesnės gaminant vienus produktus, kitos kitus. Paprastai iš šalies išvežamos tos prekės, kurių gamyboje valstybė yra pranašesnė, ir atvirkščiai – įvežama tos, kurių šalis pasigaminti negali, ar jų gamyba atsieina per brangiai, ir nėra pakankamai konkurencinga. Daugelio prekių mažais kiekiais gaminti paprasčiausia nėra ekonomiška, ir geresnis sprendimas yra tokius gaminius įsivežti. Iš principo, kiekviena valstybė stengiasi didinti eksportą ir taip gerinti savo prekybos bei einamosios sąskaitos balansą. Bet didinti eksportą nėra taip pat paprasta – konkurencija pasaulyje didelė. Daugelis valstybių stengiasi apginti savo rinkas muitais bei kitomis priemonėmis. Kai kalbama apie eksportą – esminę dalį visuomet sudaro prekės, nes jos kur kas paprasčiau eksportuojamos nei paslaugos. Vis tik, ekonomikose vis didesnę dalį atsiriekiant paslaugoms, bei sudėtingėjant tarpvalstybiniams ryšiams, paslaugų eksportas taip pat įgauna ryškią tendenciją.

**Savarankiško darbo užduotis (individuali) „Sėkmingi Lietuvos importuotojai arba eksportuotojai“**: paieškokite internete ir pateikite Lietuvos įmonių pavyzdžių (straipsnių ar pan.), kurios sėkmingai importuoja arba eksportuoja savo produktus ar paslaugas užsienyje. Pristatykite Jūsų rastą atvejį klausėje, artimiausio užsiemimo metu.

**Teorija**. Taip pat svarbu nepamiršti, kad spartėjant visuotinei globalizacijai, intensyvėjant laisvam prekių, darbo ir kapitalo judėjimui, vis svarbiau visapusiškai pažinti kitų kultūrų atstovų mentalitetą ir elgesį. Todėl sėkmingas verslininkas, norėdamas su savo produktu įeiti į užsienio rinką, privalo kuo daugiau sužinoti apie tos šalies papročius, bendravimo būdą, normas. Reikalingos žinios apie pagrindinius kitų kultūrų bruožus – jos sumažina nemalonius netikėtumus, suteikia išankstinių įžvalgų ir padeda sėkmingiau bendrauti su kitų tautų atstovais. Išmanyti nacionalines ypatybes ypač svarbu tarptautinio verslo, kuriame veikia bendros įmonės, atstovams. Tai reikšminga ir tiems, kurie susiję su turizmo verslu, reklama ir kultūriniais mainais, bei kasdieniame gyvenime, nes dėl globalizacijos ir integracijos procesų susidūrimas su kitų kultūrų žmonėmis tampa neišvengiamas.

**Užduotys diskusijoms, skatinimas dalintis dalyvių asmenine patirtimi „Pažįstu kitų kultūrų žmones“**

1. Pasirinkite vieną iš Europos šalių. Kokiu būdvardžiu Jūs apibūdintumėte šios šalies žmones? Kaip manote, kokius būdvardžius vartoja kitų šalių žmonės, apibūdindami lietuvius? Variantai: Arogantiški, kuklūs, draugiški, linksmi, aukšti, maži, darbštūs, tinginiai, emocingi, šalti, romantiški, kūrybingi, turintys humoro jausmą, protingi, racionalūs, dalykiški, greiti, lėti ir pan. Pasirinkimo pagalba – Europos žemėlapis: <http://www.youreuropemap.com/europe_map_5.html>
2. Pasižiūrėkite filmuką <http://www.youtube.com/watch?v=ZAJNFoHuLno>. Kaip stereotipiškai apibūdintumėte italus? Kokie yra pagrindiniai lietuvių ir italų skirtumai?

**Grupinė užduotis – pristatymo parengimas**. Grupelėje pasitarkite, į kokią šalį planuotumėte plėsti savo verslą ir, suradę kuo daugiau informacijos apie tą šalį, parenkite PowerPoint prezentaiciją, įdėdami kuo daugiau nuotraukų ir kuo išsamiau ją pristatydami (sveikinimosi etiketas, rankos paspaudimas, į ką atkreipti dėmesį verslo derybų metu, kokie papročiai, kaip bendraujama ir t.t.). Jeigu yra galimybė, įdėkite nacionalinių patiekalų nuotraukų. Rekomenduojama pasirinkti ne tik Europos šalis.

**Susitikimas su kitataučiu (-iais), gyvenančiais Jūsų mieste/regione (pvz., verslo, sporto ar kitų sričių atstovais).** Susitikimo metu paklauskite pašnekovo apie tai šaliai būdingus bendravimo ypatumus, ką svarbu žinoti norint užmegzti sėkmingus ryšius su tos šalies žmonėmis.

**Savikontrolės klausimai:**

1. Kokie yra vieni iš populiariaučių būdų, kaip vietinis verslas gali įeiti į tarptautines rinkas?
2. **Eksportas ir importas**; b) kontrolė; c) gamyba
3. Kodėl svarbu pažinti kitų kultūrų verslo partnerius?
4. Padeda išvengti klaidų versle; b) lengviau ieškoti naujų idėjų verslui; **c) padeda išvengti nesusipratimų bendraujant ir užmezgant verslo ryšius užsienyje**.