



**Projekto rezultatas
Nr. 1 (1 dalis)**

**Individualizuota
mokymų
programa
moterims
verslininkėms el.
prekybos srityje**

2021–2024 m



E-commerce
for women entrepreneurs

TURINYS

1 Įžanga ... 3

2 Moterų verslininkių švietimo poreikių el. prekybos srityje analizė ... 3

2.1. Literatūros apžvalga ... 4

2.1.1. Elektroninės prekybos apžvalga ... 4

2.1.2. Elektroninė prekyba ir moterų verslininkės: iššūkiai ir galimybės ... 5

2.1.3. Išvados ... 11

2.2. Internetinės apklausos rezultatų analizė ... 11

3 Individualizuota mokymo programa moterims verslininkėms el. prekybos srityje ... 15

3.1. Bendra informacija apie programą ... 16

3.2. Ugdymo moduliai ... 17

3.2.1. Įvadas į elektroninę prekybą ... 17

3.2.2. Finansų valdymas ... 20

3.2.3. Veiklos procesai ... 23

3.2.4. Teisinis reguliavimas ... 27

3.2.5. Skaitmeniniai įgūdžiai ... 30

3.2.6. Minkšti įgūdžiai ... 35

4 Pabaigai ... 39



1. ĮŽANGA

Kas ir kaip?

Kuriant ir vykdant verslą, moterys susiduria su daugybe problemų, tokių kaip galimybės gauti tinkamą ir pakankamą finansavimą, informacijos trūkumas, mokymai, tinklų kūrimas verslo tikslais ir verslo bei šeimos reikalų derinimas. Siekiant išspręsti šias problemas ir paremti moterų verslumą, ES įgyvendino „Verslumas 2020“ veiksmų planą ir išklė tikslą – parodyti moterims jų galimybes.

Projektas „Ecommerce4Women“ taip pat prisideda prie šių iššūkių sprendimo, suteikdamas moterims prieigą prie informacijos ir naujos efektyvios mokymo programos, skirtos moterims verslininkėms ir palaikančios moterų savarankišką užimtumą bei geresnę galimybę atskleisti savo potencialą.

2. MOTERŲ VERSLININKIŲ ŠVIETIMO POREIKIŲ ANALIZĖ E. PREKYBOS SRITYJE

Moterims verslininkėms elektroninėje prekyboje skirtos individualios mokymų programos kūrimas remiasi tikslinės grupės švietimo poreikių tyrimais, kuriuos pradiniais projekto etapais atliko projekto partneriai. Šis tyrimas buvo išanalizuotas IO1 (Projekto rezultatas Nr. 1) metu ir numato aiškią kryptį, kaip plėtoti ugdymo turinį bei mokymų modulių mokymo medžiagą, kuri sumažins moterų verslininkių įgūdžių atotrūkį ir prisidės prie jų su darbu susijusių kompetencijų ugdymo.

2.1. LITERATŪROS APŽVALGA

Ankstyvosiose IOI stadijose partneriai išanalizavo elektroninės prekybos ir moterų dalyvavimo šiame sektoriuje evoliuciją.

Pagrindinis tikslas buvo surinkti išsamią informaciją apie lyčių nelygybės iššūkius, su kuriais gali susidurti moterys verslininkės elektroninės prekybos sektoriuje. Ši informacija leido užtikrinti, kad mokymo programa būtų pritaikyta šiems unikaliems iššūkiams kuo geriau spręsti.



2.1.1. ELEKTRONINĖS PREKYBOS APŽVALGA

Elektroninės prekybos šaknis galima atsekti septintajame dešimtmetyje, kai buvo sukurtos elektroninės duomenų mainų (EDI) sistemos, kurios leido įmonėms elektroniniu būdu keistis verslo dokumentais. Dešimtajame dešimtmetyje atsiradus internetui ir įdiegus saugias mokėjimo sistemas, atsirado internetinė prekyba. 1995 metais interneto portalas Netscape.com paskelbė pirmąją internetinę reklamą, parodydamas interneto, kaip naujos reklamos ir pardavimo terpės, potencialą (Basarir-Ozel ir Mardikyan, 2017). Sąvoka „el. prekyba“ (angl. e-commerce) netrukus buvo pradėta vartoti visiems verslo sandoriams, atliekamiems internetu (Laudon ir Laudon, 2014).

Nuo to laiko elektroninė prekyba labai pasikeitė, o mobiliųjų įrenginių ir socialinės žiniasklaidos platformų augimas paskatino naujas tendencijas ir verslo modelius. 2021 m. elektroninė prekyba sudarė beveik 19 procentų mažmeninės prekybos visame pasaulyje. Prognozuojama, kad iki 2026 metų internetinis segmentas sudarys apie ketvirtadalį viso pasaulio mažmeninės prekybos. Taip pat paskaičiuota, kad pasaulinė elektroninės prekybos rinka 2023 m. jau sudarė 6,3 trilijonus JAV dolerių, o tai yra 10,4% daugiau nei 2022 m. (Shopify, 2022). Visai tikėtina, kad iki 2024 m. šis skaičius viršys 8 trilijonus dolerių (Statista, 2023).

Elektroninė prekyba įmonėms teikia keletą privalumų, įskaitant didesnį pasiekiamumą ir prieinamumą, mažesnes išlaidas, geresnę klientų patirtį ir geresnę duomenų analizę. Internetinės parduotuvės gali pasiekti klientus bet kurioje pasaulio vietoje, bet kuriuo paros metu, nereikalaujant fizinių parduotuvių ar pardavimo darbuotojų, pardavėjų. Be to, elektroninė prekyba leidžia įmonėms rinkti išsamius duomenis apie savo klientus, įskaitant pirkimo istoriją ir naršymo elgseną. Šiuos duomenis galima naudoti rinkodarai pritaikyti ir klientų patirčiai gerinti.

Tikėtina, kad elektroninės prekybos ateitį formuos kelios esminės tendencijos: mobilioji prekyba, socialinė prekyba ir daugiakanalė mažmeninė prekyba. Mobilieji įrenginiai vis dažniau tampa pagrindiniu būdu, kuriuo vartotojai naudojami internetu ir perka, todėl e. prekybos įmonėms būtina optimizuoti savo svetaines ir platformas mobiliesiems įrenginiams. Socialinės žiniasklaidos platformos taip pat tampa vis svarbesniais e. prekybos kanalais, nes įmonės gali pasiekti klientus ten, kur jie jau leidžia laiką internete. Be to, vis labiau įgauna pagreitį daugiakanalė mažmeninė prekyba, siekianti sklandžiai integruoti internetinę ir neinternetinę prekybos patirtį, nes klientai tikisi nuoseklios patirties visuose sąlyčio taškuose.

Apskritai, elektroninė prekyba iš esmės pakeitė įmonių veiklos būdą, suteikdama precedento neturintį pasiekiamumą ir prieinamumą, sumažindama išlaidas ir pagerindama klientų patirtį. Tačiau ji taip pat kelia reikšmingus iššūkius, įskaitant saugumo riziką, logistikos sudėtingumą ir didelę konkurenciją. Norėdamos sėkmingai veikti sparčiai besikeičiančiame e. prekybos pasaulyje, įmonės turi ir toliau išlikti priekyje, įsisavinti naujas tendencijas ir technologijas, kartu išlaikydamos orientaciją į klientą.

2.1.2 ELEKTRONINĖ PREKYBA IR MOTERYS VERSLININKĖS: IŠŠŪKIAI IR GALIMYBĖS

Vis labiau populiarėjant internetinei prekybai, elektroninė prekyba suteikė moterims verslininkėms galimybę pasiekti didesnes rinkas, pritraukti naujų klientų ir plėsti savo veiklą visame pasaulyje. Skaitmeninių technologijų atsiradimas taip pat leido moterims verslininkėms įveikti kai kurias tradicines kliūtis, su kuriomis jos susidurdavo siekdamos gauti finansavimą ir kitus reikalingus išteklius. Be to, elektroninė prekyba suteikė moterims verslininkėms daugiau lankstumo valdant verslą, taip palengvindama darbo ir šeimos įsipareigojimų derinimą.

Nors elektroninė prekyba moterims verslininkėms atvėrė daugybę galimybių, tačiau vis dar kyla tam tikrų iššūkių. Tarp jų galima paminėti skaitmeninių įgūdžių poreikį, prieigą prie technologijų, sudėtingų internetinių prekybos platformų ir mokėjimo sistemų naršymą, taip pat konkurenciją su didesnėmis, jau įsitvirtinusiomis įmonėmis.

Be to, lyčių išankstinės nuostatos ir stereotipai gali daryti įtaką vartotojų elgesiui ir riboti moterų valdomų įmonių matomumą bei patikimumą elektroninės prekybos erdvėje.

Nepaisant šių iššūkių, gausu įrodymų, kad moterys verslininkės sėkmingai veikia elektroninės prekybos srityje ir daro reikšmingą indėlį į skaitmeninę ekonomiką. Toliau pateikiama trumpa apžvalga, apimanti svarbiausius veiksnius, susijusius su moterų verslininkių veikla elektroninėje prekyboje.

Finansavimo šaltiniai

Moterims verslininkėms finansavimo galimybių trūkumas yra didelė kliūtis pradedant ir plėtojant verslą. Dėl sisteminio šališkumo ir diskriminacijos joms dažnai sunkiau gauti tradicines finansavimo formas, tokias kaip banko paskolas ar verslo paramą. Guzman ir Kacperczyk (2019) atliktas tyrimas parodė, kad moterys 63% rečiau nei vyrai gauna išorinį rizikos kapitalo finansavimą. Didžiąją dalį šio atotrūkio (65%) lemia lyčių skirtumai, nes moterys rečiau pradeda verslą, kurį investuotojai vertina kaip turintį augimo potencialą. Tokia ribota prieiga prie finansavimo šaltinių gali trukdyti moterims investuoti į savo verslą, samdyti darbuotojus ir plėsti savo veiklą.

Be to, moterims gali trūkti asmeninių išteklių, pavyzdžiui, santaupų ar kito turto, kurį galima naudoti kaip užstatą pradedant verslą. Tai gali priversti jas pasikliauti neoficialiais finansavimo šaltiniais, tokiais kaip draugai ir šeima, tačiau net ir jie gali neturėti pakankamai lėšų, kad visiškai paremtų verslą ar bent jau jo pradžią. Ribotos finansavimo galimybės galiausiai gali trukdyti moterų valdomų įmonių augimui ir sėkmei, taip pat apriboti galimą ekonominę naudą.

Taigi, kokie galimi sprendimai? Įvairios elektroninės prekybos platformos gali padėti moterims verslininkėms pradėti savo veiklą šioje srityje, nes paprastai joms reikia mažesnių išankstinių investicijų nei tradicinėms įmonėms. Tai gali palengvinti moterų verslininkių verslo pradžią ir plėtrą, nesudaro didelių verslo skolų iš bet kokių finansavimo šaltinių. Be to, elektroninės prekybos platformos gali suteikti prieigą prie alternatyvių finansavimo šaltinių, tokių kaip sutelktinis finansavimas (angl. crowdfunding) ir tarpusavio skolinimasis. Tai gali būti išeitis, kai susiduriama su diskriminacija dėl tradicinių finansavimo šaltinių.

Kitas elektroninės prekybos pranašumas, palyginti su tradicine mažmenine prekyba, yra galimybė sumažinti pridėtines išlaidas, taip darant įmonę tvaresnę ilgalaikėje perspektyvoje. Atsisakius fizinės parduotuvės, elektroninė prekyba gali žymiai sumažinti išlaidas, susijusias su prekybos ploto nuoma, priežiūra ir personalu. Be to, perėjimas prie elektroninės prekybos sumažina išlaidas, susijusias su atsargų valdymu, nes įmonės gali taikyti "just-in-time" atsargų valdymo modelį, kai produktai siunčiami tiesiai iš tiekėjo klientui.

Elektroninė prekyba iš esmės supaprastina užsakymo ir mokėjimo procesą, sumažindama rankų darbo poreikį ir su tuo susijusias išlaidas. Įvairios elektroninės prekybos platformos automatizuoja didžiąją dalį užsakymų apdorojimo ir mokėjimų surinkimų, sumažindamos rankų darbo poreikį ir leidžiančios įmonėms greičiau ir efektyviau apdoroti užsakymus. Be to, elektroninė prekyba suteikia įmonėms prieigą prie platesnės klientų bazės, leidžiančios parduoti savo produktus klientams skirtingose geografinėse vietose nepatiriant papildomų rinkodaros ar reklamos išlaidų. Tai gali būti ypač naudinga mažoms įmonėms, kurios neturi išteklių dalyvauti tradicinėse reklamos kampanijose.

Elektroninės prekybos platformos siūlo daugybę rinkodaros įrankių, kuriuos įmonės gali naudoti reklamuodamos savo produktus ir paslaugas klientams. Šios priemonės labai tikslingos, todėl įmonės gali pasiekti reikiamus klientus tinkamu laiku, nepatiriant didelių išlaidų, o tai reiškia pagalbą įmonėms plėsti klientų bazę ir padidinti pajamas, nepatiriant didelių papildomų išlaidų. Todėl moterys verslininkės gali drąsiai pradėti valdyti verslą su mažesnėmis finansinėmis investicijomis. Tai ypač naudinga toms, kurios susiduria su finansiniais suvaržymais.

Tačiau finansavimo šaltiniai vis dar tebėra problema, kuri trukdo drąsiai ir saugiai įeiti į rinką. Pavyzdžiui, 47 % Kanados moterims priklausančių įmonių, naudojančių elektroninę prekybą, susiduria su sunkumais užsitikrinant išorės investicijas, palyginti su 67 % įmonių, priklausančių vyrams, kurie mano, kad lengva užsitikrinti išorės investicijas (PayPal Inc, 2018).

Didesnis pasiekiamumas

Elektroninė prekyba atlieka lemiamą vaidmenį, didinant moterų valdomų įmonių pasiekiamumą, nes suteikia joms platformą parduoti savo produktus ir paslaugas už vietinių bendruomenių ribų. Tai taip pat padeda įveikti tradicines kliūtis, su kuriomis susiduria moterys, siekdamos patekti į didžiąsias rinkas, pavyzdžiui, jau minėtas finansavimo šaltinių trūkumas ar net socialinės normos, ribojančios jų fizines galimybes.

Be to, elektroninės prekybos platformos siūlo daugybę rinkodaros ir reklamos priemonių, kurios padeda moterims verslininkėms padidinti savo matomumą ir pasiekti daugiau klientų. „PayPal Inc.“ užsakymu atliktas tyrimas (2018 m.) atskleidė, kad moterys verslininkės, kurios naudojos socialiniais tinklais ir kitomis internetinės rinkodaros priemonėmis, intensyviau padidino savo pardavimus nei tos, kurios to nenaudojo. Tiksliau, 73 % apklaustų verslininkių, parduodančių produktus ir paslaugas internetu, pabrėžė, kad elektroninė prekyba yra tvaraus augimo ir sėkmės veiksnys.

Geografinės aprėpties plėtos požiūriu tyrimas parodė, kad moterys verslininkės dažniau suvokia tarptautinio verslo vertę, pasinaudodamos e. prekybos galia savo veiklai skatinti. 28% moterų valdomų internetinių verslų parduoda visame pasaulyje, o 61% nurodo, kad tarptautiniai pardavimai buvo jų verslo sėkmės veiksnys.

Be to, e. prekybos platformos taip pat gali teikti duomenų analizę ir klientų įžvalgas, leidžiančias moterims verslininkėms geriau suprasti klientus už savo tiesioginės bendruomenės ribų ir pritaikyti savo produktus bei paslaugas jų poreikiams.

Darbo ir asmeninio gyvenimo balansas

Pasiekti darbo ir asmeninio gyvenimo balansą gali būti ypač sudėtinga moterims, bandančioms suderinti asmenines ir profesines pareigas. Nors yra moterų, kurios motyvuotos įsitraukti į verslumą dėl panašių priežasčių kaip vyrai, pavyzdžiui, nepriklausomybės ir finansinės naudos siekimo, skirtingai nei dauguma vyrų, daugelis moterų taip pat pasirenka verslumą siekdamas palengvinti darbo pareigų ir uždarbio potencialo derinimą su namų ir šeimos įsipareigojimais (McGowan ir kt., 2012).

Skaitmeninis verslumas ypač išryškėjo kaip galimas šios problemos sprendimas. Internetinės platformos suteikia verslininkams didesnę lankstumą valdant savo verslą, nes jie gali veikti iš bet kurios vietos, turinčios interneto ryšį, leidžiant verslo savininkams dirbti iš namų ar nuotolinių vietų. Šis lankstumas gali būti ypač naudingas moterims verslininkėms, kurios derina darbą su kitomis pareigomis, tokiomis kaip vaikų priežiūra ar rūpinimasis kitais.

Tačiau, nors moterys vis dažniau nurodo lankstumą ir vaikų priežiūros pareigas kaip stiprius motyvus pradėti verslą, McGowan (McGowan ir kt., 2012) pastebi, kad palyginti mažai dėmesio buvo skirta jų motyvacijų, lūkesčių ir tikrosios verslumo patirties tyrimui bei analizei, kiek verslumas iš tikrųjų suteikia geresnę pusiausvyrą tarp profesinių ir asmeninių atsakomybių.

Atlikti tyrimai rodo, kad laiko įsipareigojimai, nuolatiniai darbo reikalavimai ir poreikis derinti šeimos interesus su verslo poreikiais moterims verslininkėms kelia didelę įtampą, stresą ir kaltės jausmą. Tai ypač aktualu atsižvelgiant į tai, kad moterys dažniausiai prisiima didesnę dalį buitinių darbų ir vaikų priežiūros rūpesčių.

Skaitmeninė aplinka tik dar labiau sustiprina šią problemą, nes reiškia būtinybę ir lūkesčius būti nuolat prisijungusiam ir pasiekiamam (Europos lyčių lygybės institutas, 2020). Moterys, dirbančios su skaitmeniniu verslu, siekį būti visur ir visada pasiekiamoms, nurodė kaip vieną iš pagrindinių patiriamų įtampų, taip pat socialinių ir šeimos įsipareigojimų derinimą (Malik, 2017). Skaitmeninimas gali prisidėti prie bendro darbo intensyvėjimo ir lemti pervargimą (Peña-Casas et al., 2018); darbuotojai, turintys akivaizdžiai didelį savarankiškumą, dirba viršydami savo galimybių ribas, perdegdami ir smarkiai pakenkdami savo sveikatai bei asmeniniams santykiams (Pérez-Zapata et al., 2016).

Tyrimai parodė, kad visiška darbo režimo autonomija lemia didžiausią darbo ir namų aplinkos persiliejamą, net didesnį nei visiškai nelanksčių darbo grafikų atveju. Kai kurios iš tokių priežasčių yra darbas neįprastu laiku siekiant optimizuoti pajamas, laikytis terminų, prisitaikyti prie klientų poreikių ir apskritai spręsti problemas, susijusias su asmeninio ir profesinio gyvenimo derinimu. Be to, moterims sunkiau atskirti darbą nuo asmeninio gyvenimo ir vaikų priežiūros. Jų laisvalaikis neretai būna fragmentiškas ir pertraukiamas dėl vaikų priežiūros (EP, 2016).

Skaitmeniniai įgūdžiai ir prieiga prie informacinių komunikacinių technologijų

Per pastaruosius kelis dešimtmečius technologinė pažanga pakeitė įmonių veiklos būdus visame pasaulyje, o skaitmeninės technologijos tapo vis svarbesnės verslininkams. Nepaisant tokios pažangos privalumų, moterys verslininkės vis dar susiduria su keliomis problemomis, susijusiomis su skaitmeniniais įgūdžiais ir informacinėmis komunikacinėmis technologijomis. Šios problemos yra: prieigos prie technologijų trūkumas, ribotas skaitmeninis raštingumas, lyčių šališkumas ir socialinės normos. Tai sudaro vieną iš pagrindinių kliūčių, su kuriomis susiduria pradedančios verslininkės, norėdamos pradėti ir valdyti internetinį verslą. Todėl moterų skaitmeninių įgūdžių gerinimas ir bendros prieigos prie informacinių komunikacinių technologijų infrastruktūros užtikrinimas yra laikomas pagrindiniu politikos formuotojų prioritetu. Ilgalaikis tikslas yra įgalinti moteris verslininkes ir taip skatinti ekonomikos augimą visame pasaulyje (Gaitan G., 2018).

Jungtinių Tautų aukšto lygio moterų ekonominio įgalinimo grupės ataskaitoje (2017) pabrėžiama, kad mobilieji telefonai ir interneto platformos jau įrodė, jog yra naudingi moterims priklausančioms MVĮ, nes suteikia joms galimybę susisiekti su rinkomis, mokytis ir palengvina jų kolektyvinius veiksmus. Tačiau Gaitan taip pat atkreipia dėmesį į tyrimus, kurie parodė, kad egzistuoja moterų ryšio atotrūkis, nes 1,7 mlrd. moterų mažų ir vidutinių pajamų šalyse vis dar neturi mobiliųjų telefonų (Santosham et al., 2015).

Tarptautinės telekomunikacijų sąjungos (ITU) surinkti duomenys rodo, kad moterys ir mergaitės sudaro mažumą tarp maždaug 2,7 mlrd. interneto vartotojų visame pasaulyje. 2022 m. 62% vyrų ir 57% moterų visame pasaulyje turėjo prieigą prie interneto. Šis lyčių skirtumas ypač ryškus mažiausiai išsivysčiusiose šalyse (MIŠ), kur 2020 m. tik 19% moterų, palyginti su 86% išsivysčiusiose šalyse (2019 m.), turėjo prieigą prie interneto. Besivystančių šalių moterims, turinčioms prieigą prie interneto, 30–50% mažesnė tikimybė nei vyrams naudotis internetinėmis priemonėmis savo pajamoms didinti ar dalyvauti visuomeniniame gyvenime (World Wide Web Foundation, 2015).

Apribota interneto prieiga, nesvarbu, ar dėl finansinių priežasčių, ar dėl pagrindinės infrastruktūros trūkumo kai kuriose vietovėse, išlieka viena didžiausių kliūčių moterims mažiausiai išsivysčiusiose šalyse.

Išsivysčiusiose šalyse infrastruktūros trūkumų problema nėra tokia dažna. Europos Sąjungoje, remiantis Europos Komisijos "Moterų skaitmeninių rodiklių suvestine" (2021 m.), 2020 m. 85 proc. moterų reguliariai naudojosi internetu, palyginti su 87 proc. vyrų. Tačiau skaitmeninių įgūdžių rodikliai atspindi palyginti žemą skaitmeninę kompetenciją: 2019 m. duomenimis, 54 proc. apklaustų moterų visoje ES turi bent pagrindinius skaitmeninius įgūdžius (palyginti su 58 proc. vyrų), 29 proc. turi daugiau nei pagrindinius skaitmeninius įgūdžius (33 proc. vyrų) ir 56 proc. turi bent pagrindinius programinės įrangos įgūdžius (60 proc. vyrų). Egzistuoja akivaizdus skaitmeninių įgūdžių ugdymo ir mokymo poreikis; kalbant apie internetinio verslo valdymą, tai reikštų platų kompetencijų spektrą – nuo skaitmeninio raštingumo ir internetinio saugumo iki konkretesnių įgūdžių, pavyzdžiui, e. prekybos platformų ir priemonių valdymo, e. mokėjimų, skaitmeninės rinkodaros ir kt.

Minėta apklausa buvo neatsiejama nuo 2018 m. pradėtos įgyvendinti Europos Komisijos strategijos "Moterų skaitmeniniame sektoriuje", kuria siekiama skatinti moterų dalyvavimą skaitmeniniame sektoriuje ir didinti jų atstovavimą vadovaujančiose pozicijose šioje pramonės šakoje. Strategiją sudaro trys pagrindinės sritys: skaitmeninių įgūdžių ir švietimo skatinimas, skaitmeninių lyčių stereotipų kvestionavimas ir pasisakymas už tai, kad būtų daugiau moterų verslininkių, ypač skaitmeninės pramonės srityje.

Moterų verslininkių įgalinimas ugdyti skaitmeninius įgūdžius yra labai svarbus siekiant skatinti jų sėkmę e. prekyboje. Politikos formuotojai atlieka svarbų vaidmenį siekdami šio tikslo: didina prieigą prie skaitmeninės infrastruktūros, teikia skaitmeninį mokymą ir švietimą, skatina bendradarbiavimo aplinką, remia skaitmeninį verslumą ir šalina kultūrinės kliūtis.

Įgyvendindami šias priemones, politikos formuotojai gali padėti suvienodinti moterų verslininkių galimybes e. prekyboje, galiausiai skatindami ekonomikos augimą ir vystymąsi bei kurdami įtraukesnę ir teisingesnę visuomenę.

2.1.3 IŠVADOS

Šioje literatūros apžvalgoje aptariami e. prekybos privalumai, iššūkiai ir galimybės moterims verslininkėms. Nors e. prekyba kelia tam tikrų problemų, kurias reikia įveikti, ji taip pat gali suteikti moterims verslininkėms daugiau lankstumo, galimybę patekti į tarptautines rinkas ir užsiimti socialiniu verslumu. Todėl šiai sričiai reikėtų skirti daugiau dėmesio ir paramos, siekiant skatinti didesnę lyčių lygybę ir moterų ekonominį įgalinimą.

2.2. INTERNETINĖS APKLAUSOS REZULTATŲ ANALIZĖ

Konsorciumas atliko moterų verslininkių švietimo poreikių apklausos tyrimą, naudodamasis pačių parengtu internetiniu klausimynu anglų kalba, kuris buvo išverstas į vietines kalbas. Apklausoje buvo nagrinėjami šie klausimai:

1. Nustatyti pagrindinius iššūkius, su kuriais susiduria verslo savininkės kiekvienoje šalyje;
2. Nustatyti kompetencijas, kurios, moterų verslo savininkių nuomone, yra svarbiausios pradedant ir plėtojant verslą;
3. Nustatyti kompetencijas, kurių šiuo metu trūksta verslo savininkėms moterims.

Išsamūs duomenys apie moteris verslininkes iš Lietuvos, Austrijos, Prancūzijos, Turkijos, Kroatijos, Rumunijos ir Italijos įvairiuose sektoriuose atskleidžia motyvuotų moterų, kovojančių su įvairiais verslumo iššūkiais, situaciją. Dauguma respondenčių, kurių amžius svyruoja nuo 25 iki 64 metų, turinčių nuo vidurinio iki daktaro laipsnio, yra įsitraukusios į tokias pramonės šakas kaip reklama, rinkodara, maisto ir gėrimų pramonė, taip pat ir kitose specializuotose srityse, tokiose kaip draudimas ir farmacijos pramonė. Šios verslininkės pirmiausia siekia verslo savininkystės dėl autonomijos ir aistros savo vykdomoms sritims. Jų veikla motyvuojama giliu asmeniniu pasitenkinimu ir siekiu nepriklausomybės nuo tradicinio užimtumo.

Pagrindiniai iššūkiai, kuriais pasidalino, apėmė finansinių išteklių užtikrinimą, sudėtingų verslo įstatymų ir taisyklių laikymąsi bei efektyvų verslo augimo valdymą. Nepaisant šių iššūkių, moterys demonstruoja ryžtą inovuoti ir plėsti verslą, siekdamos per artimiausius trejus metus žymiai padidinti pelningumą ir plėsti savo produktų ar paslaugų pasiūlą.

Verslumo palaikymo sistemos, esančios vietoje, atrodo nepakankamos, ypač kalbant apie prieinamus finansinius išteklius ir efektyvias mentorystės bei tinklų kūrimo galimybes. Respondentės dažnai minėjo specialiai pritaikytų mokymų ir paramos, skirtos svarbiems įgūdžiams, tokiems kaip skaitmeninė rinkodara, strateginis planavimas ir finansų valdymas, trūkumą kaip reikšmingas kliūtis jų sėkmei.

Kalbant apie įgūdžius, nors respondentės turi ir stiprius pagrindus tarpasmeninių ir tinklų kūrimo gebėjimų srityse, buvo išreikštas poreikis pažangesniems veiklos valdymo įgūdžių lavinimui, siekiant geriau valdyti ir plėsti savo verslo veiklą. Finansinis raštingumas ir gilesnis skaitmeninės rinkos, kibernetinio saugumo ir logistikos supratimas taip pat yra sritys, kurioms reikia pastiprinimo.

Šių moterų išreikšti verslumo tikslai atspindi stiprią ambiciją plėsti savo veiklą ne tik vietiniu, bet ir tarptautiniu mastu. Tačiau šių tikslų realizavimas priklauso nuo esamos verslumo ekosistemos stiprinimo, siekiant suteikti tvirtesnę paramą švietimo, finansavimo ir tinklų kūrimo srityse.

Ši analizė pabrėžia poreikį labiau struktūruotai ir palaikančiai aplinkai, kuri galėtų skatinti moterų verslininkų augimo siekius. Rekomenduojamos intervencijos apima išsamesnes švietimo programas, pritaikytas verslumo poreikiams, tinklų kūrimo ir mentorystės galimybių plėtrą bei finansinės paramos struktūrų reformas, kad jos būtų labiau prieinamos ir naudingos moterims versle. Šie žingsniai ne tik spręs tiesiogines problemas, bet ir padės ilgalaikiam moterų vadovaujamų įmonių tvarumui ir plėtrai.



verta paminėti, kad moterų verslininkės dažnai susiduria su specifiniais iššūkiais, kurie gali trukdyti jų pažangai arba savo verslo kūrimui. Tai psichologinė našta, susijusi su profesinių ir asmeninių atsakomybių valdymu. Tai išties reikšminga, nes moterys dažnai stengiasi išlaikyti darbo ir asmeninio gyvenimo balansą, tuo pačiu metu siekdamos įkurti ir išlaikyti savo verslą.

Pakankamo finansavimo užtikrinimas yra nuolatinė problema, nes moterys kartais susiduria su griežtesne investuotojų priežiūra ir turi mažesnę prieigą prie kapitalo. Šis finansinis barjeras gali paveikti ne tik verslo pradžia, bet ir augimą bei ilgalaikį gyvybingumą. Reikalingų kompetencijų ir pasitikėjimo savimi ugdymas taip pat pažymėtas kaip galima kliūtis. Moterys gali abejoti savo galimybėmis arba turėti kintantį pasitikėjimo savimi trūkumą, kuris gali trukdyti jų norui rizikuoti konkurencinėje rinkoje. Be to, visuomenės lūkesčiai, kad moterys puikiai atliks daugelį užduočių vienu metu, gali sukelti perdegimą ir paveikti jų gebėjimą susitelkti į verslo plėtrą.

Rasti ritmą, kuris atitiktų jų verslo ir asmeninio gyvenimo reikalavimus, yra labai svarbu, bet tuo pačiu ir iššūkis. Spaudimas gerai atlikti abi pareigas gali sukelti stresą ir trukdyti jų gebėjimui profesiskai klestėti. Šie klausimai pabrėžia poreikį tikslinei paramai ir ištekliams, kurie spręstų specifinius moterų verslininkių iššūkius, padėdami joms kurti, auginti ir išlaikyti sėkmingus verslus, tuo pačiu metu jaučiant asmeninį pasitenkinimą.

Norint padidinti moterų verslininkių skaičių ir jų sėkmės rodiklį, reikia sutelkti dėmesį į pagrindinių kompetencijų ir įgūdžių ugdymą, taip pat užtikrinti atitinkamus mokymus. Finansinis raštingumas yra esminis, įskaitant finansų valdymo, biudžeto sudarymo ir finansavimo galimybių supratimą. Šios žinios palaiko geresnį finansinių sprendimų priėmimą ir investicijų užtikrinimą. Efektyvus verslo planavimas ir strategijos formulavimas yra svarbūs įgūdžiai, kuriuos galima tobulinti per tikslinius mokymus, padedant moterims kurti tvirtus verslo modelius ir rinkodaros planus. Socialinės medijos ir skaitmeninės rinkodaros išmanymas taip pat gali būti lemiamas veiksnys, leidžiantis moterims pagerinti savo prekės ženklo matomumą ir ekonomiškai efektyviai bendrauti su klientais. Administracinės ir teisinės žinios yra būtinos, siekiant užtikrinti taisyklių laikymąsi ir suprasti verslo savininkų teises ir pareigas. Tvirtos teisinės ir finansinės žinios apsaugo verslą ir padeda formuoti strategiją. Minkštieji įgūdžiai, tokie kaip laiko valdymas, streso valdymas ir pasitikėjimas savimi, yra vienodai svarbūs. Mokymai šiose srityse gali įgalinti moteris verslininkes efektyviai valdyti darbo krūvį, išlaikyti motyvaciją ir susidoroti su verslumo spaudimu. Tinklų kūrimo įgūdžiai padeda kurti ryšius ir rasti klientus, o konsultacijos gali suteikti asmeninę pagalbą, sprendžiant specifinius iššūkius. Dėmesys tvarumui ir tarpusavio ryšiams gali lemti atsparesnę ir prisitaikančią verslo praktiką.

Atsakant į verslininkų mokymo ir mokymo metodų poreikius, hibridiniai ir internetiniai modeliai, kurie derina internetinį ir tiesioginį mokymą, vis labiau mėgstami moterų verslininkių. Šis požiūris leidžia derinti asinchroninį (savarankišką) ir sinchroninį (realaus laiko) mokymą, suteikiant lankstumo ir galimybę dirbti pagal savo tvarkaraštį, kas yra palankiau atsižvelgiant į įvairius gyvenimo poreikius. Hibridiniai metodai tenkina operacijų valdymo poreikius, nes suteikia verslininkėms savarankiškumo ir skatina tinkamą laiko valdymą.

Internetiniai mokymai suteikia lankstumo mokytis ir tobulinti įgūdžius be tradicinių klasių tvarkaraščių apribojimų, o tiesioginiai tinklų kūrimo renginiai padeda užmegzti vertingus asmeninius kontaktus ir realaus pasaulio ryšius. Svarbus hibridinių mokymų privalumas yra jų lankstumas. Jie suteikia laisvę pasirinkti mokymosi vietą ir laiką, kas gali būti ypač naudinga tiems, kurie derina verslumą su asmeninėmis pareigomis. Hibridiniai modeliai taip pat prisitaiko prie gyvenimo apribojimų, siūlydami labiau asmeninį organizacinį požiūrį. Šis lankstumas tęsiasi iki tinklų kūrimo, leidžiant derinti internetinius ryšius su tiesioginiais susitikimais, sukuriant dinamiškesnę ir turtingesnę mokymosi aplinką.

Respondentai pabrėžė įvairovės mentorystėje svarbą, akcentuodami, kad šiandien mentorystės koncepcija plečiasi už tradicinių formų ribų. Atsižvelgiant į šiuolaikinius verslo pasaulio iššūkius, respondentės atkreipė dėmesį į technologijų poveikį moterų verslo tinklų kūrimui ir palaikymui.



3. INDIVIDUALIZUOTA MOKYMŲ PROGRAMA MOTERIMS VERSLININKĖMS EL. PREKYBOS SRITYJE

Šiame skyriuje išsamiai aprašomos bendrosios individualizuotos mokymų programos moterims verslininkėms el. prekyboje ypatybės. Mokymo programa yra sumanyta kaip mokymosi rezultatų rinkinys (suskirstytas į žinias, įgūdžius ir kompetencijas), apibūdinančių elektroninės prekybos verslininko profilį.

Europos kvalifikacijų sąrangos (EQF) mokymosi rezultatai apibrėžiami kaip teiginiai apie tai, ką mokinys žino, supranta ir gali padaryti baigęs mokymosi procesą. Todėl mokymosi rezultatai apibrėžiami žinių, įgūdžių ir kompetencijos požiūriu, kurie suprantami taip:

- "Žinios reiškia informacijos įsisavinimo per mokymąsi rezultatą. Žinios yra faktų, principų, teorijų ir praktikos rinkinys, susijęs su darbo ar studijų sritimi. Europos kvalifikacijų sąrangos kontekste žinios apibūdinamos kaip teorinės ir (arba) faktinės."
- "Įgūdžiai reiškia gebėjimą taikyti žinias ir naudoti jas užduotims atlikti ir problemoms spręsti. Europos kvalifikacijų sąrangos kontekste įgūdžiai apibūdinami kaip pažintiniai arba praktiniai įgūdžiai."
- "Kompetencija reiškia įrodytą gebėjimą naudoti žinias, įgūdžius ir asmeninius, socialinius bei metodinius gebėjimus darbo ar studijų situacijose tiek profesiniame, tiek asmeniniame tobulėjime. Europos kvalifikacijų sąrangos kontekste kompetencija apibūdinama kaip atsakomybės ir savarankiškumas."

3.1. BENDRA INFORMACIJA APIE PROGRAMĄ

Parengtame mokymų programos apraše pateikiama visa svarbi informacija, reikalinga tinkamam, specifiniams moterų verslininkų poreikiams pritaikytam mokymui sukurti ir vykdyti: programos trukmė, kompetencijos, kurias besimokantieji įgis šiame projekte, moduliai, modulių temos, turinys, mokymosi rezultatai, kiekvienos temos darbo krūvis, mokymo metodai, literatūra ir kita papildoma naudinga informacija. Mokymo programa buvo parengta pagal standartinę procedūrą, kurią sudaro šie etapai (veiklos):

I etapas – planavimas

– Poreikių nustatymas.

II etapas – turinys ir metodai

– Mokymosi tikslų ir rezultatų apibrėžimas,

– Turinio sukūrimas,

– Mokymo metodų sukūrimas.

III etapas – įgyvendinimas

– Mokymo programos žemėlapių sudarymas.

IV etapas – vertinimas ir ataskaitų rengimas

– Vertinimo strategijų kūrimas,

– Ataskaitų rengimas ir išteklių užtikrinimas.

Mokymo programoje pristatomos ir apibrėžiamos teminės sritys, kurios yra savarankiški ir nuoseklūs dalys. Kiekvieną iš šių dalių sudaro tarpusavyje susijusios žinios, įgūdžiai ir kompetencijos, susijusios su pagrindine tokio profilio pedagogo kompetencijos sritimi. Dalys yra šios:

1. Įvadas į e. prekybą
2. Finansų valdymas
3. Veiklos valdymas
4. Teisinis reguliavimas
5. Skaitmeniniai įgūdžiai
6. Minkštieji įgūdžiai

Programos trukmė – 61 valanda (39 valandos teorijos ir 22 valandos praktikos).



3.2. UGDYMO MODULIAI

Aukščiau apibrėžtų modulių mokymosi tikslai ir rezultatai bus išsamiau išdėstyti tolesniuose skyriuose.

3.2.1. ĮVADAS Į ELEKTRONINĘ PREKYBĄ

Įvadas į e. prekybą skirtas pagrindinėms e. prekybos sąvokoms ir elementams pažinti. Jame pateikiamos tokios temos kaip e. prekybos verslo apibrėžtis ir apimtis, e. prekybos istorinė raida ir vystymasis, e. prekybos rūšys (pvz., B2B ir B2C) ir e. prekybos verslo modelių apžvalga.

Baigęs šį modulį dalyvis gebės:

- pateikti aiškų ir glaustą e. prekybos apibrėžimą, suprasti pagrindinę jos sąvoką ir taikymo sritį.
- suprasti e. prekybos istorinę raidą ir atpažinti pagrindinius jos raidos etapus.
- skirti skirtingų tipų e. prekybos modelius, t. y. verslas verslui (B2B), verslas vartotojui (B2C) ir vartotojas vartotojui (C2C).
- apibūdinti naujus e. prekybos modelius, tokius kaip „vartotojas verslui“ (C2B) ir „tiesiogiai vartotojui“ (D2C).



1 lentelė. 1 modulis: Įvadas į elektroninę prekybą

| TEMOS | TURINYS | MOKYMOŠI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|---|---|---|--|
| Pagrindiniai elektroninės prekybos terminai ir apibrėžimai (elektroninės prekybos modelių tipai, platformos ir priemonės, skaitmeninė rinkodara, kibernetinis saugumas) | <ul style="list-style-type: none"> • Pagrindinių sąvokų ir principų, reglamentuojančių e. prekybą, įskaitant elektroninius sandorius, internetines prekyvietes ir skaitmenines mokėjimo sistemas, supratimas. • Pagrindinių terminų, susijusių su skaitmeninės rinkodaros strategijomis, internetine reklama ir duomenų privatumu, nagrinėjimas e. komercijos kontekste. • Pagrindinių terminų, susijusių su kibernetinio saugumo grėsmėmis, duomenų saugumo pažeidimais ir tokiais teisės aktais kaip BDAR (Bendrasis duomenų apsaugos reglamentas), pristatymas. • Su e. prekybos platformomis susijusių terminų, įskaitant e. prekybą, nagrinėjimas. | <ul style="list-style-type: none"> • Įgyti išsamų pagrindinių elektroninės komercijos srityje vartojamų terminų ir apibrėžimų supratimą. • Susipažinti su e. prekyba susijusia rinkodaros ir reklamos terminologija. • Suprasti kibernetinio saugumo ir duomenų apsaugos terminologiją, kad galėtų geriau apsaugoti internetines įmones ir klientų duomenis. • Sužinoti su e. prekybos platformomis susijusią terminologiją, padedančią dalyviams pasirinkti ir optimizuoti tinkamus įrankius savo internetinėms įmonėms. | <p style="text-align: center;">9 akademinės valandos</p> |

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

1. E-Commerce: History, Meaning, Objectives, Features, Types, Need, Business Application, Channels and Other Details (Last retrieved in April 2024)
<https://www.economicdiscussion.net/business/e-commerce/31868>
2. E-Commerce Business Models: Types and Examples (Retrieved in April 2024)
<https://www.shopify.com/blog/business-model>
3. Aithal, P. S., A Review on Various E-Business and M-Business Models & Research Opportunities (January 10, 2016). International Journal of Management, IT and Engineering, Volume 6, Issue 1, pp. 275–298, January 2016, Retrieved in January 2024 from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2779175
4. What is GDPR, the EU's new data protection law? (EU, last retrieved in April 2024)
<https://gdpr.eu/what-is-gdpr/>
5. What Is Digital Marketing? Types, Strategies & Best Practices (Forbes Advisor, 2024. Retrieved in March 2024) <https://www.forbes.com/advisor/business/what-is-digital-marketing/>
6. ECommerce Security – what it means, common threats, and modern best practices (Adobe, 2022. Last retrieved in April 2024)
<https://business.adobe.com/blog/basics/learn-about-ecommerce-security>

3.2.2. FINANSŲ VALDYMAS

Baigęs šį modulį dalyvis gebės:

- atlikti finansinių duomenų analizę;
- sudaryti biudžetus, rengti finansines prognozes ir stebėti finansinius rezultatus, palyginti juos su užsibrėžtais tikslais;
- nustatyti, įvertinti ir sumažinti finansinę riziką;
- suprasti elektroninės prekybos saugumo grėsmes ir principus.

2 lentelė. 2 modulis: Finansų valdymas

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|---|---|--|-----------------------|
| Biudžeto sudarymas (finansinis planavimas) | <ul style="list-style-type: none">• Apžvelgiama biudžeto sudarymo sąvoka, jo svarba finansų valdymui ir vaidmuo strateginiame planavime.• Įvairių biudžeto tipų ir jų skirtingų tikslų organizacijoje nagrinėjimas.• Finansinio prognozavimo metodai, įskaitant tendencijų analizę ir scenarijų planavimą, siekiant sudaryti tikslias biudžeto prognozes.• Efektyvios biudžeto stebėsenos strategijos, skirtumų nustatymas ir korekcinį veiksmų įgyvendinimas, siekiant užtikrinti, kad būtų pasiekti finansiniai tikslai. | <ul style="list-style-type: none">• Išsamių biudžetų, pritaikytų konkrečioms poreikiams ir tikslams, kūrimas• Biudžeto duomenų analizė, nukrypimų nustatymas ir pagrįstų sprendimų priėmimas siekiant veiksmingai valdyti išteklius.• Aiškiai ir įtikinamai perteikti biudžeto informaciją įvairioms suinteresuotosioms šalims, skatinant finansinių planų supratimą ir palaikymą• Suprasti etinių aspektų svarbą sudarant biudžetą ir laikytis etikos standartų planuojant finansus. | 3 akademinės valandos |

| | | | |
|-----------------------------|---|---|-----------------------|
| E. prekybos saugumas | <ul style="list-style-type: none"> • Apžvelgiama saugumo svarba e. prekyboje, pabrėžiama su internetiniais sandoriais susijusi rizika ir grėsmės. • Pagrindinių kibernetinio saugumo sąvokų, įskaitant konfidencialumą, vientisumą ir prieinamumą, nagrinėjimas. • Bendrų e. prekybos saugumo grėsmių, tokių kaip "phishing", "SQL injection" ir DDoS atakos, tyrimas ir šių grėsmių mažinimo strategijos. • Elektroninės prekybos svetainių ir platformų saugumas, įskaitant žiniatinklio programų saugumą, saugaus kodavimo praktiką ir serverio saugumą. | <ul style="list-style-type: none"> • e. prekybos saugumo principų, grėsmių ir geriausios praktikos išmanymas. • Gebėjimai nustatyti nuolatinės saugumo stebėsenos ir audito procesus, kad būtų išlaikytas e. prekybos operacijų vientisumas. • Būti pasirengusiems veiksmingai reaguoti į saugumo incidentus, sumažinti galimą žalą ir užtikrinti veiklos tęstinumą. | 3 akademinės valandos |
| Mokėjimai internetu | <ul style="list-style-type: none"> • Įvairių mokėjimo internetu būdų nagrinėjimas. • Mokėjimo vartų technologijų ir jų vaidmens saugiai perduodant mokėjimus nagrinėjimas. • Mokėjimų sukčiavimo aptikimo ir prevencijos strategijos. • Įžvalgos apie tarptautinių mokėjimų internetu sudėtingumą, įskaitant valiutos konvertavimą, valiutų keitimo kursus ir tarptautinių taisyklių laikymąsi. | <ul style="list-style-type: none"> • Išsamus įvairių internetinių mokėjimo būdų ir jų privalumų bei apribojimų supratimas. • teisinių ir reguliavimo aspektų, susijusių su mokėjimais internetu, išmanymas, užtikrinant atitinkamų įstatymų laikymąsi. • Gebėjimas tvarkyti tarptautinius mokėjimus ir orientuotis sudėtingose tarptautinių internetinių sandorių srityse. | 3 akademinės valandos |

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

1. https://www.ibm.com/easytools/runtime/hspx/prod/public/X0029/PortalX/filedocid/196f4f7ebe214d6ca6e228bcd1de67b0/Ipotesidiadozionedellatecnologiablockchaininambitofinanziario_110520.pdf
2. <https://www.fsb.org/2023/10/g20-roadmap-for-enhancing-cross-border-payments-consolidated-progress-report-for-2023/>
3. https://www.bancaditalia.it/compiti/sispaga-mercati/comitato-pagamenti-italia/White_Paper_on_retail_payments_in_Europe_for_the_near_future_ITA.pdf
4. <https://www.eurocommerce.eu/european-e-commerce-report-2022/>
5. https://www.ice.it/it/sites/default/files/inline-files/Quaderno%20Sistemi%20di%20Pagamento%20Online_2.pdf
6. https://www.to.camcom.it/sites/default/files/regolazione-mercato/Guida_Pagamenti_Acquisti_online.pdf
7. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099835005172241731/pdf/P1647700357cb70d0091540306afb7ccd8b.pdf>
8. https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/investigation/profuse/shared/files/dedocs/ecb.dedocs220330_report.en.pdf
9. Burhan Ul Islam Khan, A Compendious Study of Online Payment Systems: Past Developments, Present Impact, and Future Considerations
DOI:10.14569/IJACSA.2017.080532
10. Fioriglio, G. – Commercio elettronico e sviluppo territoriale. Profili informatico-giuridici / Fioriglio, G. – (2011), pp. 143-180.
11. Kyaw Zay Oo, "Design and Implementation of Electronic Payment Gateway for Secure Online Payment System" Published in International Journal of Trend in Scientific Research and Development (ijtsrd), ISSN: 2456- 6470, Volume-3 | Issue-5, August 2019, pp.1329-1334, <https://doi.org/10.31142/ijtsrd26635>
12. Panetta, I.C. – Leo, S., Mobile payment industry. Caratteristiche operative e modelli di business, Franco Angeli, 2017
13. Supriyati, S. – Nurfiqo, E., Effectiveness of Payment Gateway in E-Commerce, EAI, 2019, <https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.18-7-2019.2287932>

3.2.3. VEIKLOS PROCESAI

Baigęs šį modulį dalyvis gebės:

- suprasti kokybės vadybos principus;
- vykdyti atsargų valdymo strategijas, mažinant atsargų perteklių ir užtikrinant, kad produktai būtų prieinami, kai jų reikia;
- koordinuoti veiksmus su tiekėjais ir platintojais, kad būtų pagerinta logistika;
- suprasti pagrindinius veiklos rodiklius (KPI);
- atsižvelgti į aplinkosauginius ir socialinius veiksnius vykdamt veiklą.

3 lentelė. 3 modulis: Veiklos procesai

| TEMOS | TURINYS | MOKYMOSI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|--------------------|--|---|-----------------------------|
| Gamyba | <ul style="list-style-type: none">• Gamybos procesų apžvalga;• Gamybos operacijų planavimo ir kontrolės strategijos;• Tiekimo grandinės integracijos gamyboje aspektai | <ul style="list-style-type: none">• Išsamus gamybos procesų, sistemų ir principų supratimas;• Efektyvus gamybos operacijų planavimas ir valdymas;• Aplinkos tvarumas gamyboje | 3 akademinės valandos |
| Pristatymas | <ul style="list-style-type: none">• Gabenimo būdų apžvalga• Sandėliavimo ir paskirstymo strategijų, atsargų valdymo ir užsakymų vykdymo nagrinėjimas pristatymo (siuntimo) kontekste. | <ul style="list-style-type: none">• Supratimas apie siuntų siuntimo pramonės pagrindus, įskaitant transporto rūšis, taisykles ir logistiką. | 2 akademinės valandos |

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|-------------------------|---|---|-----------------------|
| Logistika | <ul style="list-style-type: none"> Logistikos operacijų ir tiekimo grandinės valdymo įžvalgos; | <ul style="list-style-type: none"> Logistikos ir tiekimo grandinės valdymo įgūdžiai, prisidedantys prie efektyvaus krovinių judėjimo ir tiekimo grandinės integravimo. | 3 akademinės valandos |
| Atsargų kontrolė | <ul style="list-style-type: none"> Supažindinimas su įvairiomis atsargų valdymo sistemomis Išlaidų, susijusių su atsargų laikymu, supratimas, įskaitant nešiojimo išlaidas, užsakymo išlaidas ir sandėliavimo išlaidas. | <ul style="list-style-type: none"> Atsargų tipų, sąnaudų ir vertinimo metodų supratimas Atsargų metrikos ir KPI supratimas ir taikymas, siekiant įvertinti ir pagerinti atsargų našumą. | 2 akademinės valandos |
| Apsipirkimas | <ul style="list-style-type: none"> Įvadas į interneto vartotojų psichologiją ir elgseną; Motyvacijos, pirkimo kelionės etapų ir bendrų skausmo taškų analizė. Esminiai patogios ir vizualiai patrauklios e. parduotuvės elementai. Stipraus prekės ženklo identiteto kūrimo e. prekybos srityje svarbos supratimas. | <ul style="list-style-type: none"> Nustatyti pagrindinius tikslinės auditorijos demografinius ir psichografinius duomenis; Numatyti internetinių parduotuvių pirkėjų elgseną ir numatykite jų poreikius. Kurti tikslias rinkodaros strategijas, kad pritrauktumėte ir konvertuotumėte potencialius klientus. | 2 akademinės valandos |

| TEMOS | TURINYS | MOKYMOSI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|-------|--|--|--------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Strategijų, kaip sukurti unikalų prekės ženklo balsą ir įtvirtinti pasitikėjimą prekės ženklu, nagrinėjimas. • Įvairios pristatymo galimybės, vykdymo strategijos ir grąžinimo politika. • Geriausia praktika, kaip teikti išskirtinį klientų aptarnavimą e. prekybos aplinkoje. | <ul style="list-style-type: none"> • Kurti įtikinamus produktų pristatymus, kuriuose būtų veiksmingai pristatomos savybės ir privalumai. • Optimizuoti savo parduotuvę mobiliems įrenginiams, kad patenkintumėte augančią m-komercijos tendenciją. • Sukurti veiksmingas bendravimo strategijas bendravimui su klientais internetu. • Įdiegti operatyvią klientų aptarnavimo sistemą, kad galėtumėte greitai reaguoti į užklausas. • Analizuoti klientų atsiliepimus ir naudokite juos e. prekybos veiklai tobulinti. | |

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

1. [How to Fix Broken Supply Chains](#)
2. [Minimise the distance between you & supply chain](#)
3. [Operations Management 2e Student Resources](#)
4. [Free course - Introduction to operations management](#)
5. [Article - Main functions of operation management](#)
6. [Reading - Introduction to Operations Management](#)

3.2.4. TEISINIS REGULIAVIMAS

Baigęs šį modulį dalyvis gebės:

- Pasirinkti savo verslui tinkamiausią teisinę formą;
- Gebėti rengti, peržiūrėti ir derėtis dėl sutarčių, susitarimų ir teisinių dokumentų, susijusių su jų verslu;
- Nustatyti ir laikytis konkrečios pramonės šakos taisyklių ir atitikties standartų;
- Išmanyti duomenų apsaugos įstatymus ir taisykles;
- Susipažins su tarpvalstybiniais teisiniais klausimais, įskaitant tarptautinę prekybą, muitus ir jurisdikcijos klausimus.

Table 4. Module 4: Teisinis reguliavimas

| TEMA | TURINYS | MOKYMOSI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|---|---|--|-----------------------|
| Nacionalinis teisinis reguliavimas | <ul style="list-style-type: none"> • Nacionalinėje teisinėje sistemoje pripažįstamų skirtingų verslo subjektų formų apžvalga • Nacionalinių ir vietinių teisės aktų, įskaitant konkrečios pramonės šakos reikalavimus ir leidimus, jų supratimas ir jų laikymasis | <ul style="list-style-type: none"> • Susipažinti su nacionaline teisinga sistema. • Tvarkyti mokestinius įsipareigojimus, įskaitant mokesčių kodeksų, dokumentų pateikimo reikalavimų ir mokesčių planavimo strategijų išmanymą. | 4 akademinės valandos |
| Europos Sąjungos teisinis reguliavimas | <ul style="list-style-type: none"> • Europos Sąjungos nustatytos teisinės sistemos apžvalga | <ul style="list-style-type: none"> • Išvardyti kitus ES finansavimo šaltinius • Išskirti dalyvavimo ES projektuose privalumus ir trūkumus | 5 akademinės valandos |

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

Informacija apie išteklius, vadovus ir ES institucijas

Verslininkams nereikia vieniems orientuotis teisinėje aplinkoje. Verslui remti skirta keletas išteklių ir institucijų:

- ES parama verslui: [European Commission – Business Support](#)
- Europos įmonių tinklas (angl.) [EEN](#) siūlo specialiai pritaikytas konsultacijas, rinkos tyrimus ir ryšių palaikymo paslaugas įmonėms, norinčioms plėstis ES ir už jos ribų.
- Nacionalinės verslo paramos agentūros: Kiekviena ES valstybė narė turi savo agentūras, kurios teikia rekomendacijas ir paramą vietos įmonėms. Šios agentūros gali suteikti informacijos apie nacionalinius teisės aktus ir procedūras. Kreipkitės į konkrečios šalies verslo paramos agentūrą.
- Prekybos rūmai: Vietos prekybos rūmai dažnai teikia išteklius ir paslaugas įmonėms, įskaitant pagalbą eksporto ir importo procedūry, verslo plėtros ir teisinės atitikties klausimais.

Rekomendacijos dėl teisinių konsultacijų ir patariamųjų paslaugų

Teisinės konsultacijos verslininkams yra labai svarbios siekiant užtikrinti atitiktį teisės aktams ir sumažinti riziką. Pateikiame keletą rekomendacijų:

- samdykite vietinį teisinį konsultantą: leškokite vietinio teisinio konsultanto, turinčio patirties ES ir nacionalinės teisės srityje. Apsvarstykite galimybę kreiptis į vietines advokatų asociacijas arba advokatų kontorą.
- Teisinių konsultacijų įmonės: Išnagrinėkite teisinių konsultacijų įmones, kurios specializuojasi verslo teisės, ES teisės aktų ir tarptautinės prekybos srityse.
- Teisinių technologijų platformos: Pasinaudokite teisinių technologijų platformomis, kurios teikia ekonomiškai efektyvius teisinius sprendimus, pavyzdžiui, "[LegalZoom](#)" ir "[Rocket Lawyer](#)".
- Prekybos rūmai ir verslo asociacijos: Šiose organizacijose dažnai veikia teisės skyriai arba partneriai, kurie gali pasiūlyti rekomendacijų savo nariams.

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

Atitinkamos svetainės ir platformos, kuriose galima gauti teisinės informacijos

Verslininkai gali gauti teisinės informacijos įvairiose interneto platformose:

- EUROPA – Business: ES oficialioje interneto svetainėje pateikiama informacija apie ES teisės aktus, finansavimo galimybes ir praktiniai vadovai verslininkams.
- European e-Justice Portal: Šiame portale pateikiama informacija apie ES teisinės sistemas, palengvinanti tarpvalstybinius teisinius sandorius ir ginčų sprendimą. Europos e. teisingumo portalas
- Nacionalinis verslo portalas: Kiekviena ES valstybė narė paprastai turi oficialų verslo portalą, kuriame pateikiama informacija apie vietos teisės aktus, mokesčius ir atitikties reikalavimus. Ieškokite konkrečios šalies verslo portalą.
- Teisinės duomenų bazės: EUR-Lex: ieškokite teisinių duomenų bazių, kuriose galima susipažinti su ES teisės aktais, teismų praktika ir teisiniais tekstais.

Teisės naujienos ir žurnalai: Prenumeruokite teisinių naujienų svetaines ir žurnalus, kuriuose pateikiama naujausia informacija apie teisės aktų pakeitimus ir teisinius išaiškinimus. Vertingi šaltiniai yra tokios interneto svetainės kaip "Legal Week" ir "Lexology".

3.2.5. SKAITMENINIAI ĮGŪDŽIAI

Baigęs šį modulį dalyvis gebės:

- suprasti pagrindines skaitmenines sąvokas, įskaitant techninę ir programinę įrangą, tinklus ir internetą;
- suprasti apie kibernetinio saugumo grėsmes ir geriausią saugumo internete praktiką, įskaitant slaptažodžių valdymą ir duomenų apsaugą;
- įvardinti skaitmeninės rinkodaros pagrindus, įskaitant socialinę žiniasklaidą, turinio rinkodarą ir optimizavimą paieškos sistemoms (SEO);
- apibūdinti skaitmeninę rinkodarą ir suprasti, kaip naudoti socialines platformas prekės ženklui populiarinti ir reklamuoti.

5 lentelė. 5 modulis: Skaitmeniniai įgūdžiai

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|--|---|--|-----------------------|
| Specialiųjų skaitmeninių įgūdžių pristatymas | <ul style="list-style-type: none"> • Įvadas į skaitmeninių įgūdžių svarbą šiuolaikiniame pasaulyje • Mokymas naudotis bendradarbiavimo įrankiais ir platformomis, • Supažindinimas su pagrindiniais duomenų analizės metodais, naudojant skaičiuoklės funkcijas ir duomenų vizualizavimo įrankius. | <ul style="list-style-type: none"> • Gerai išmanyti pagrindines skaitmenines sąvokas ir terminologiją. • Žinoti, kaip efektyviai organizuoti ir valdyti skaitmeninę informaciją. • Suprasti skaitmeninės rinkodaros pagrindus ir jos svarbą skaitmeninėje aplinkoje | 3 akademinės valandos |
| Informacinių komunikacinių technologijų (IKT) pagrindai | <ul style="list-style-type: none"> • Informacinių technologijų ir komunikacijos vaidmens apžvalga • Pagrindinių kompiuterio komponentų apžvalga | <ul style="list-style-type: none"> • Gebėti atpažinti ir naudoti pagrindinius kompiuterio įrangos komponentus ir programinės įrangos programas. • Suprasti kompiuterių tinklų pagrindus ir jų vaidmenį ryšio srityje | 3 akademinės valandos |

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|------------------------------|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Susipažinimas su įprastomis operacinėmis sistemomis • Supratimas apie kompiuterių tinklus • Interneto pagrindų tyrinėjimas, įskaitant naršymą internete, paieškos variklius, el. paštą ir internetinį ryšį. | <ul style="list-style-type: none"> • Mokėti naudotis internetiniais įrankiais ir paslaugomis informacijos paieškai ir bendravimui internetu. | |
| Skaitmeninė rinkodara | <ul style="list-style-type: none"> • Įvairių skaitmeninės rinkodaros kanalų tyrinėjimas • SEO pagrindų supratimas • Įvadas į PPC reklamą • Socialinės žiniasklaidos platformų panaudojimo strategijos • Žiniatinklio analizės įrankiai • Svetainės ir nukreipimo puslapio dizaino tobulinimo strategijos, siekiant padidinti konversijų rodiklius. | <ul style="list-style-type: none"> • Puikiai išmanyti skaitmeninės rinkodaros principus ir strategijas • Mokėti efektyviai išnaudoti įvairius skaitmeninės rinkodaros kanalus tikslinei auditorijai pasiekti • Žinoti, kaip naudoti socialinės žiniasklaidos platformas prekės ženklo reklamai, įtraukimui ir reklamai • PPC reklamos kampanijų kūrimas ir valdymas, siekiant padidinti srautą ir konversijas. | <p style="text-align: center;">3 akademinės valandos</p> |

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KROVAS |
|--------------------------------|--|---|-----------------------------|
| Internetinės platformos | <ul style="list-style-type: none">• Turinio valdymo sistemų supratimas• El. prekybos platformų, pvz., „Shopify“, „WooCommerce“ ir „Magento“, skirtų internetinėms parduotuvėms nustatyti ir valdyti, apžvalga.• Supažindinimas su sutelktinio tiekimo ir sutelktinio finansavimo projektų platformomis• Vaizdo įrašų prieglobos ir srautinio perdavimo platformų supratimas | <ul style="list-style-type: none">• Susipažinti su įvairiomis internetinėmis platformomis ir įrankiais• Žinoti, kaip nustatyti ir valdyti elektroninės prekybos platformas• El. pašto rinkodaros platformų supratimas | 3 akademinės valandos |

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

Įvadas į skaitmeninius įgūdžius

What Are Digital Skills & Why Are They Important?. Digital Skills Bootcamps | University of Nevada, Las Vegas. Retrieved: October 25, 2023, from <https://digitalskills.unlv.edu/digital-marketing/what-are-digital-skills/>

Kodėl skaitmeniniai įgūdžiai yra svarbūs

<https://www.linkedin.com/pulse/what-digital-skills-why-important-rto-managing-director/>

IT svarba komunikacijoje

Role of Information Technology and Communication. Your Article Library. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.yourarticlelibrary.com/hrm/role-of-information-technology-and-communication/60303>

The Role of Information and Communication Technologies in an Integrated Career Information and Guidance System. OECD. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.oecd.org/education/research/2698249.pdf>



Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

Pagrindinių kompiuterio komponentų supratimas

5 Most Important Components of a Computer < Tech Takes – HP.com Malaysia. October 6, 2022. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.hp.com/my-en/shop/tech-takes/post/most-important-computer-components>

Kaip veikia kompiuterių tinklai

Understanding computer networks. Eaton. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://www.eaton.com/us/en-us/products/controls-drives-automation-sensors/software/understanding-computer-networks.html>

Skaitmeninė rinkodara – elektroninės prekybos raktas

Deepak G. Importance of Digital Marketing for E-Commerce Business – Digital Catalyst. Digital Catalyst. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

E. prekybos matomumo didinimas pasitelkiant skaitmeninę rinkodarą

Deepak G. Importance of Digital Marketing for E-Commerce Business – Digital Catalyst. Digital Catalyst. Retrieved: October 25, 2023, from: <https://digitalcatalyst.in/blog/importance-of-digital-marketing-for-e-commerce-business/>

Davidovich, V. (n.d.). *A Beginner's Guide to Video Hosting*. Lemons Animation Studio. Retrieved: October 25, 2023, from <https://lemons.studio/blog/a-beginners-guide-to-video-hosting>

3.2.6. MINKŠTIEJI ĮGŪDŽIAI

Baigęs šį modulį dalyvis gebės:

- kurti teigiamus santykius su kolegomis, klientais ir bendraminčiais;
- konstruktyviai atpažinti ir spręsti konfliktus, rasti visoms dalyvaujančioms šalims naudingus sprendimus;
- tobulinti sprendimų priėmimo įgūdžius, emocinį intelektą, kritinį mąstymą ir savimotyvaciją;
- valdyti stresą ir išlaikyti gerą savijautą didelės įtampos situacijose.

6 lentelė. 6 modulis. Minkštieji įgūdžiai

| TEMOS | TURINYS | MOKYMOSI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|-------------------------|--|---|-----------------------|
| Darbas komandoje | <ul style="list-style-type: none"> • Suprasti komandos dinamiką • Konfliktų sprendimas • Pasitikėjimo stiprinimas • Suprasti lyderio vaidmenį komandoje ir tai, kaip skirtingi komandos nariai gali prisidėti prie vadovavimo funkcijų vykdymo • Sprendimų priėmimo komandoje metodai, įskaitant konsensuso siekimą ir individualios kompetencijos panaudojimą • Produktyvių komandos susirinkimų planavimo ir vedimo strategijos. | <ul style="list-style-type: none"> • Išmokti dirbti komandoje bendradarbiaujant • Nustatyti ir konstruktyviai spręsti konfliktus • Suprasti pasitikėjimo svarbą komandos dinamikoje ir prisidėti prie komandos narių pasitikėjimo stiprinimo. • Dirbti kolektyviai siekiant komandos tikslų • Suprasti vadovavimo komandai principus | 3 akademinės valandos |

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|---------------------|--|--|-----------------------|
| Komunikacija | <ul style="list-style-type: none"> • Bendravimo pagrindai • Verbalinis ir neverbalinis bendravimas • Konstruktivi kritika • Rašytinis, tarpasmeninis ir tarpkultūrinis bendravimas • Viešo kalbėjimo ir pristatymo įgūdžiai • Skaitmeninis bendravimas | <ul style="list-style-type: none"> • Žinoti, kokia svarbi yra neverbalinė kalba, pvz., kūno kalba, veido išraiška ir gestai, perduodant žinutę. • Konstruktiviai teikti ir priimti grįžtamąjį ryšį bei konstruktyvią kritiką, taip skatinant asmeninį ir profesinį augimą • Bendrauti raštu, užmegzti ir palaikyti teigiamus tarpasmeninius santykius • Rengti patrauklius ir įtikinamus pristatymus | 3 akademinės valandos |
| Saviugda | <ul style="list-style-type: none"> • Savo stipriųjų, silpnųjų pusių, vertybių ir tikslų supratimas per savistabą ir vertinimą • Laiko planavimas • Motyvacija ir pozityvus mąstymas • Rūpinimasis savimi • Tinklų kūrimas ir santykių kūrimas | <ul style="list-style-type: none"> • Ugdyti emocinį intelektą • Praktikuoti savęs priežiūrą, siekdami fizinės ir psichinės gerovės • Žinoti, kaip efektyviai valdyti laiką ir efektyviai nustatyti užduočių prioritetus | 3 akademinės valandos |

| TEMOS | TURINYS | MOKYMO SI REZULTATAI | DARBO KRŪVIS |
|--|---|--|-----------------------|
| Streso valdymas | <ul style="list-style-type: none"> • Kas yra stresas, jo priežastys ir poveikis psichinei bei fizinei sveikatai • Streso šaltinių nustatymas • Įveikos strategijos • Sveika darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyra | <ul style="list-style-type: none"> • Pripažinti, kaip svarbu ieškoti pagalbos, kai stresas tampa nepakeliamas. • Praktikuoti sąmoningumo ir atsipalaidavimo technikas stresui ir nerimui sumažinti. • Geriau suvokti stresą keliančius veiksnius savo gyvenime ir jų galimą poveikį | 3 akademinės valandos |
| Skaičiavimo ir matematikos įgūdžiai | <ul style="list-style-type: none"> • Diagramose ir lentelėse pateiktų duomenų supratimas ir interpretavimas • Finansinis raštingumas • Kritinio mąstymo įgūdžius analizavimas | <ul style="list-style-type: none"> • Turės pagrindinį supratimą apie finansines sąvokas ir gebės efektyviau valdyti asmeninius finansus | 3 akademinės valandos |

Literatūra ir kiti informacijos šaltiniai

1. What is Communication? [Complete Guide] Author: Lisa-Maria Höber/ Published: February 16, 2021, <https://www.teamazing.com/what-is-meant-by-communication/>
2. Digital Communication: Definition, Examples and its Types, Sienna Roberts, 18 July 2023 <https://www.theknowledgeacademy.com/blog/digital-communication/>
3. How to Build a Business Budget for Women Entrepreneurs, <https://manentcapital.com/how-to-build-a-business-budget-for-women-entrepreneurs/> by Silvia Manent, May 03, 2023
4. Math education alignment for future job market demands <https://www.thebusinesswomanmedia.com/math-education-alignment-for-future-job-market-demands/> October 06, 2023
5. Embarking on an Entrepreneurial Journey: Top Advice for Start-Ups, <https://www.robinwaite.com/blog/embarking-on-an-entrepreneurial-journey-top-advice-for-start-up-business-success>, February 23, 2024
6. The Importance of Self-Care: Nurturing Your Mind, Body, and Soul – Blog, https://www.ssgmi.com/resources/blog/the-importance-of-self-care-nurturing-your-mind-body-and-soul_ae1210.html, February 20, 2024
7. Networking for Success: Building Relationships That Drive Business Growth, <https://technorely.com/insights/networking-for-success-building-relationships-that-drive-business-growth>, October 4, 2023
8. 8 Female Entrepreneurs Share Their Tips for Coping Better with Stress, <https://thetribecoworking.co.uk/8-female-entrepreneurs-share-their-tips-for-coping-better-with-stress/> 29 April 2022
9. Redefining Success: The Foundation for Creating Work-Life Balance, https://www.researchgate.net/publication/251295384_Redefining_Success_The_Foundation_for_Creating_Work-Life_Balance Authors: Whittington, J.Lee and Maellaro, Rosemary and Galpin, Timothy, 2011
10. Effective Communication-Transform Team Dynamics for Success, <https://mindbendercoach.com/blogs/communication/the-impact-of-effective-communication-on-team-dynamics>, December 8, 2023 Sohini Majumder
11. Effective Team Dynamics Unlocked: Wrike, <https://www.wrike.com/blog/team-dynamics-examples-best-practices/> 13 November 2023

7 lentelė. Programos apžvalga

| Nr. | Mokymo moduliai | Darbo krūvis (teorija) | Darbo krūvis (praktika) | Iš viso |
|-----|------------------------------|------------------------|-------------------------|---------|
| 1 | Įvadas į elektroninę prekybą | 6 | 3 | 9 |
| 2 | Finansų valdymas | 6 | 3 | 9 |
| 3 | Veiklos procesai | 8 | 4 | 12 |
| 4 | Teisinis reguliavimas | 6 | 3 | 9 |
| 5 | Skaitmeniniai įgūdžiai | 8 | 4 | 12 |
| 6 | Minkštieji įgūdžiai | 5 | 5 | 10 |
| | IŠ VISO | 39 | 22 | 61 |

4. PABAIGAI

Projekto "ECOMMERCE4WOMEN" specialiai moterims verslininkėms sukurtą elektroninės prekybos mokymų programą sudaro išsamus modulių rinkinys, kuris dalyvėms suteikia svarbiausių žinių ir įgūdžių, reikalingų sėkmingai veiklai internetiniame versle. Kiekviename modulyje aptariami svarbiausi verslumo aspektai, minkštųjų įgūdžių ugdymas ir konkrečios srities žinios.

Ši mokymo programa yra strateginė investicija į moterų verslininkių švietimą ir įgalinimą elektroninės prekybos srityje. Ji ne tik suteikia konkrečios srities žinių, bet ir skatina asmeninį bei profesinį augimą, būtiną norint tobulėti konkurencingoje skaitmeninėje rinkoje. Baigusios šią programą, moterys verslininkės bus pasirengusios įveikti iššūkius, diegti naujoves ir prisidėti prie savo verslo ir platesnės e. prekybos ekosistemos augimo.

Parengta pagal projektą "El. prekybos mokymai moterims verslininkėms"
Projekto Nr.: 2021-1-LT01-KA220-ADU-000026390

Rengėjai:



Kazimieras Simonavičius
University



pistes solidaires



Co-funded by
the European Union

Finansuojama Europos Sąjungos lėšomis. Tačiau išreiškiamas požiūris ar nuomonė yra tik autoriaus (-ių) ir nebūtinai atspindi Europos Sąjungos ar Europos švietimo ir kultūros vykdomosios įstaigos (EACEA) požiūrį ar nuomonę. Nei Europos Sąjunga, nei EACEA negali būti laikoma už juos atsakinga.

DAUGIAU INFORMACIJOS

[HTTPS://WWW.ECOMMERCE4WOMEN.COM/](https://www.ecommerce4women.com/)