



El. prekybos įgūdžiai moterims verslininkėms

Vadovas jums

Turinys

Ižanga	1
1 skyrius: Elektroninės prekybos pagrindai	2
2 skyrius: Strateginis finansų valdymas	
Elektroninės prekybos sėkmė.....	13
3 skyrius: Veiklos valdymas:	
Elektroninės prekybos užkulisiai.....	19
4 skyrius: ES elektroninės prekybos teisinė sistema.....	25
5 skyrius: Skaitmeniniai įgūdžiai	
Sėkminga elektroninė prekyba.....	36
6 skyrius: Moterų verslininkų minkštieji įgūdžiai.....	41
7 skyrius: Žinios sklaida.....	44
Priedas: Simuliaciniai verslo žaidimai.....	47

Įžanga

Sveiki, ateities interneto verslininkai! Nesvarbu, ar esate patyręs verslo savininkas, ar tik pradodate galvoti apie internetinę prekybą, atsidūrėte tinkamoje vietoje. Šiame vadove kalbėsime apie elektroninę prekybą ir pateiksime naudingų patarimų, kad jūsų elektroninis verslas klestėtų.

Pirmiausia, kas tiksliai yra el. prekyba? Įsivaizduokite ją kaip virtualų interneto prekybos centrą. Joje fiziniai asmenys ir įmonės internetu parduoda savo prekes ir paslaugas - nuo naujausių technologinių prietaisų iki rankų darbo gaminių, nuo dizaino darbų iki rinkodaros pagalbos ir visa kita. Elektroninė prekyba nebėra tik tendencija - jau kurį laiką ji yra sparčiai auganti pramonė, kuri keičia tai, kaip perkame, parduodame ir bendraujame su klientais visame pasaulyje.

Kodėl jums turėtų rūpėti e. prekyba? Tai reiškia, kad po ranka turite pasaulinę auditoriją, galimybę parduoti 24 valandas per parą, 7 dienas per savaitę ir galimybę lanksčiai valdyti verslą iš bet kurios vietos, kur yra interneto ryšys. Nesvarbu, ar svajojate įkurti kepyklėlę iš savo mažos virtuvės, ar išplėsti rankų darbo papuošalų verslą, e. prekyba suteikia begalę galimybių savo aistrą paversti pelnu.

Šiuose skyriuose paaiškinsime viską, ką reikia žinoti, pradėdant nuo esminių dalykų. Išnagrinėsime e. prekybos verslo modelius, logistiką ir siuntimą, sukursime patrauklius produktų aprašymus ir įvaldysime "minkštuosius" įgūdžius. Be teorinio turinio, kuris suteiks jums informacijos ir žinių, čia rasite nuorodas į išorinius šaltinius, iš kurių galėsite toliau mokytis apie šią įdomią sritį.

Šio vadovo tikslas - supaprastinti sudėtingas temas ir suteikti jums galimybę kiekviename žingsnyje priimti pagrįstus sprendimus. Elektroninės prekybos pasaulis laukia - leiskite mums suteikti jums reikalingus įrankius jūsų verslo svajonėms!

Sėkmės linkinti,

projekto "E-Commerce Training for Women Entrepreneurs" (Nr. 2021-1-LT01-KA220-ADU-000026390) komanda



1 skyrius: Elektroninės prekybos pagrindai

Sveiki atvykę į e. prekybos pasaulį, kuriame verslas išgyvena skaitmeninį amžių. Kartu atskleisime dinamišką internetinės veiklos pasaulį, kuris atskleidžia šią įdomią sąvoką.

Kas yra e. prekyba?

E. prekyba, sutrumpintai - elektroninė prekyba, apima internetinę prekybą, prekybinius ir verslo sandorius. Greičiausiai kada nors apsipirkote internetu - įsigijote naują išmanųjį telefoną, knygų, baldų... O gal pirkote paslaugą internetu - reikėjo išversti dokumentą ar sukurti logotipą. Tokia yra el. prekybos esmė: elektroniniu būdu keistis prekėmis, paslaugomis ar informacija internetu.

1.1 Pagrindiniai el. prekybos komponentai

- **Operacijos internetu:** elektroninė prekyba klesti, kai sandoriai atliekami tik internetu. Nesvarbu, ar perkate produktus, paslaugas, ar keičiatės duomenimis, viskas vyksta skaitmeniniu būdu per specialias platformas ar svetaines. Tai užtikrina visuotinį prieinamumą ir patogumą.
- **Elektroninės mokėjimo sistemos:** elektroniniai mokėjimo būdai, tokie kaip kredito kortelės, skaitmeninės piniginės ir internetinė bankininkystė, yra labai svarbūs elektronei prekybai. Šios sistemos iš esmės keičia sandorių atlikimo būdus, nes pirkėjams ir pardavėjams užtikrina greitį ir saugumą.
- **Skaitmeninės parduotuvės:** skaitmenines parduotuves galima laikyti tradicinių parduotuvių internetinėmis versijomis. Įmonės savo pasiūlymus pristato interneto svetainėse arba mobiliosiose programėlėse, kad klientai galėtų naršyti, lyginti ir pirkti bet kur ir bet kada.
- **Pasaulinis pasiekiamumas:** skirtingai nei fizinės parduotuvės, el. prekyba peržengia sienas. Įmonės gali pasiekti klientus visame pasaulyje, o klientai gali naudotis produktais visame pasaulyje. Ši pasaulinė rinka atveria naujas duris įmonėms, kai reikia įveikti tarptautines taisykles ir pasiekti įvairias rinkas.

1.2 Kelionė per elektroninės prekybos istoriją

Ar kada nors susimąstėte, kaip apsipirkimas iš fizinių parduotuvių persikėlė į jūsų išmaniuosius įrenginius? Trumpai apžvelkime įdomią el. prekybos raidą.

1970-1980-ieji: elektroninių duomenų mainų (EDI) gimimas

Viskas prasidėjo nuo elektroninių duomenų mainų (EDI) - technologijų proveržio, leidusio įmonėms keistis duomenimis elektroniniu būdu. Nors EDI nebuvo orientuota į vartotojus, ji sukūrė pagrindą tam, kas turėjo įvykti ateityje.

1990s: interneto bumas ir mažmeninė prekyba internetu

Dešimtajame dešimtmetyje internetas sparčiai populiarėjo, atverdamas duris mažmeninei prekybai internetu. 1994 m. įvyko istorinis momentas, kai kažkas internetu pardavė "Sting" kompaktinį diską - tai buvo pirmasis saugus internetinis sandoris! 1995 m. atsirado tokios bendrovės kaip "Amazon" ir "eBay", kurios visiems laikams pakeitė mūsų apsipirkimo būdą.

2000s: el. prekyba įgauna pagreitį

Sparčiai augant interneto naudojimui, 2000-aisiais sparčiai plėtėsi el. prekyba. Mokėjimo internetu sistemos padarė sandorius saugesnius ir paprastesnius. Tokios milžinės kaip "Amazon", "eBay" ir "Alibaba" dominavo rinkoje, formuodamos skaitmeninio apsipirkimo rinką.

2010-ieji - dabartis: mobiliojo ryšio ir daugiau

2010-aisiais suklestėjo mobilioji prekyba (m-prekyba), leidžianti mums apsipirkti telefone. Socialinė komercija sujungė socialinę žiniasklaidą ir apsipirkimą, todėl pirkimas internetu tapo dar socialesnis. Be to, tokios technologijos kaip dirbtinis intelektas, papildytoji ir virtualioji realybė praturtino apsipirkimo patirtį kaip niekada anksčiau.

1.3 Elektroninės prekybos verslo modeliai

Norėdami pradėti suprasti el. prekybos subtilybes, pirmiausia turime išnagrinėti pagrindinius šios įdomios srities verslo modelius. Trumpai tariant, el. prekybos verslo modelį apibrėžia tai, kas parduoda arba teikia paslaugas ir gaminius ir kas yra paskirtasis pirkėjas - įmonė ar fizinis asmuo. Pažiūrėkime, kaip veikia kiekvienas modelis!

B2B (Verslas-Verslui)

B2B el. prekyba - tai sandoriai tarp įmonių. Įsivaizduokite gamintojus, didmenininkus ir tiekėjus, kurie jungiasi internetu, kad galėtų prekiauti prekėmis ir paslaugomis. Šie sandoriai dažnai apima didelius užsakymus ir ilgalaikę partnerystę, daugiausia dėmesio skiriant efektyvumui ir sąnaudų taupymui. Įsivaizduokite tai kaip užkulisinius veiksmus, kurie užtikrina sklandų tokių pramonės šakų kaip gamyba, sveikatos priežiūra ir technologijos veikimą.



Pavyzdys: Alibaba.com

Alibaba.com yra pirmaujanti B2B el. prekybos platforma, jungianti gamintojus ir didmenininkus su įmonėmis visame pasaulyje. Joje įmonės gali įsigyti didmeninių produktų - nuo elektronikos ir mašinų iki drabužių.

Kaip tai veikia

Gamintojai pateikia savo produktų sąrašą "Alibaba.com" svetainėje, nurodydami išsamius aprašymus, kainas ir mažiausius užsakymo kiekius. Įmonės iš viso pasaulio naršo šiuos sąrašus, kad rastų reikiamų produktų tiekėjus, tiesiogiai susisiektų su tiekėjais, derėtųsi dėl kainų, aptartų sąlygas ir pateiktų užsakymus.

B2C (Verslas-Vartotojui)

B2C elektroninė prekyba - tai, ką dauguma mūsų kasdien patiria apsipirkdami internetu. Pagal šį modelį įmonės tiesiogiai bendrauja su individualiais vartotojais. Įsivaizduokite, kad naršote mėgstamoje internetinėje parduotuvėje, išsirenkate naują išmanųjį telefoną ar batų porą ir keliais paspaudimais atsiskaitote. B2C apima personalizavimą, pritaikytą rinkodarą ir sklandų apsipirkimą. Ji orientuota į klientą, todėl kiekvienas pirkinys atrodo unikalus ir pritaikytas būtent jums.

Pavyzdys:

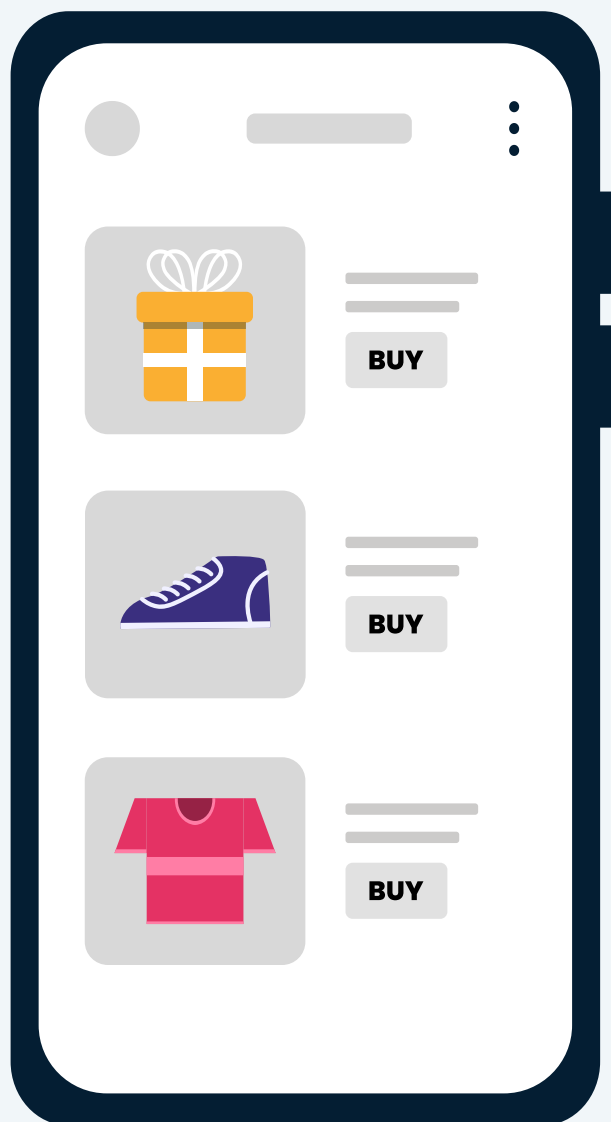
Amazon.com

Amazon.com yra B2C platforma, jungianti įmones su individualiais pirkėjais. Joje galima rasti neįtikėtinai platų produktų asortimentą - nuo knygų ir elektronikos iki drabužių ir namų apyvokos daiktų, kuriuos gali įsigyti bet kas!

Kaip tai veikia

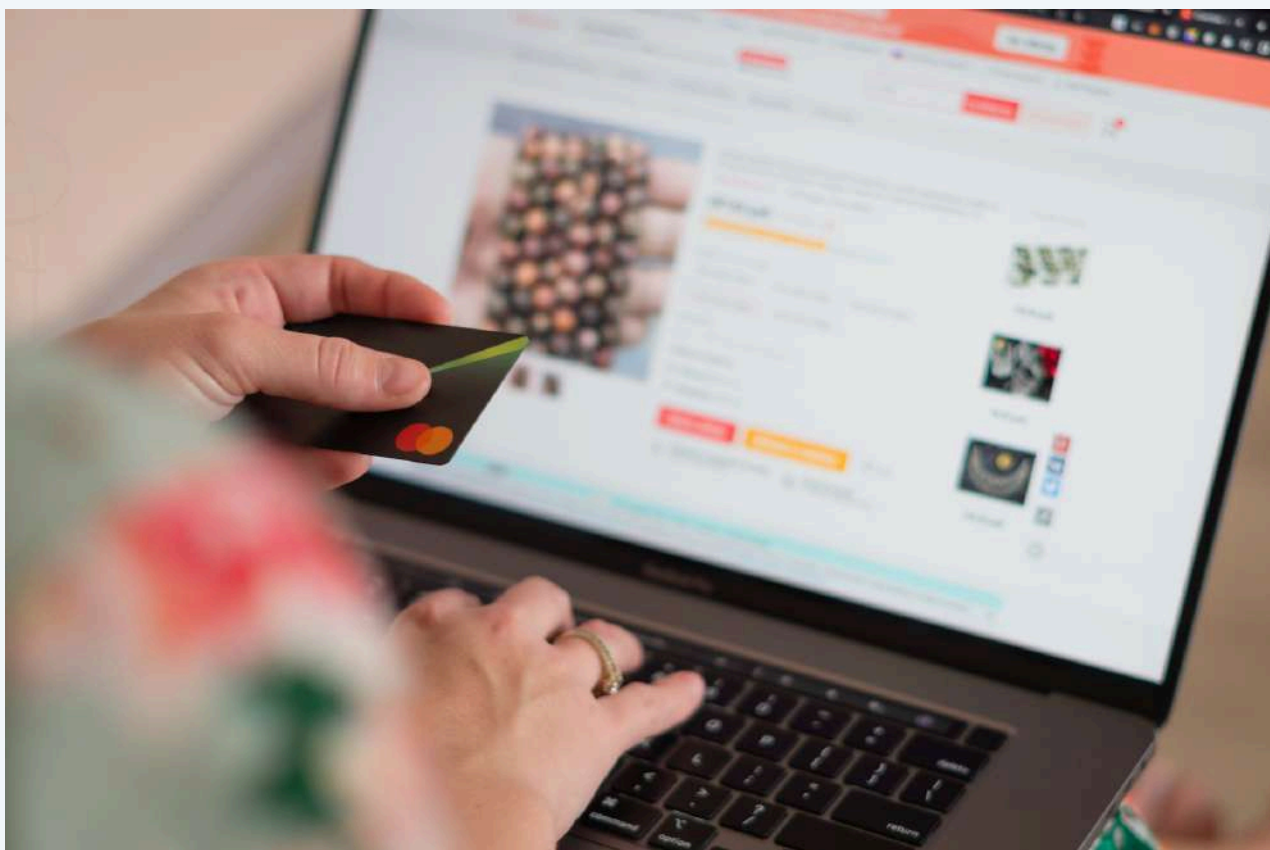
Įmonės ir pavieniai pardavėjai skelbia savo produktus "Amazon", pateikdami išsamius aprašymus, kainas ir klientų atsiliepimus. Vartotojai naršo svetainėje, ieško produktų, skaito atsiliepimus, deda prekes į pirkinių krepšelį, o pirkinius įsigyja naudodamiesi saugiu pinigų perdavimo procesu. "Amazon" rūpinasi mokėjimų apdorojimu, siuntimu ir klientų aptarnavimu.

Pastaba: nors Amazon.com tikriausiai geriausiai žinoma dėl savo B2C pasiūlos, ji taip pat žinoma kaip B2B ir D2C platforma, nes apima skirtingus prekybos būdus!



Vartotojas-Vartotojui (C2C)

C2C el. prekyba suteikia galimybę asmenims parduoti produktus ar paslaugas tiesiogiai kitiems asmenims. Jei norite nusipirkti naudotą dviratį arba parduoti seną nešiojamąjį kompiuterį, galite naudotis C2C platforma, kad galėtumėte skelbti savo produktus ir rasti jiems pirkėjų. Šiuo atveju labai svarbus pasitikėjimas ir bendruomenė, o reputacijos sistemos užtikrina patikimus sandorius.



Pavyzdys: eBay

eBay - tai internetinė prekyvietė, kurioje atskiri pardavėjai gali skelbti tiesiogiai kitiems vartotojams parduodamus produktus. Pirkėjai gali peržiūrėti skelbimus, teikti pasiūlymus dėl prekių arba pirkti prekes tiesiogiai naudodamiesi "eBay" platforma.

Kaip tai veikia

Sandoriai atliekami naudojantis "eBay" svetaine ir mokėjimo sistemomis, todėl vartotojai gali pirkti ir parduoti įvairius produktus tiesiogiai vieni kitiems. Pardavėjai paprastai rūpinasi produktų siuntimu pirkėjams, o eBay yra tik tarpininkavimo platforma pirkiniams ir mokėjimams atlikti.

Vartotojas-Verslui (C2B)

C2B e. prekyboje asmenys siūlo įmonėms produktus, paslaugas ar žinias. Pagalvokite apie laisvai samdomus darbuotojus, įtakingus asmenis ir "gig" darbuotojus, kurie teikia savo unikalius įgūdžius tiesiogiai įmonėms. Visa tai susiję su pritaikymu ir verslumu.

Pavyzdys: "Upwork"

"Upwork" yra pirmaujanti C2B platforma, jungianti laisvai samdomus darbuotojus (asmenis) su jų paslaugų ieškančiomis įmonėmis. Ji apima platų profesionalių paslaugų spektrą, įskaitant grafinį dizainą, rašymą, vertimą, programavimą, rinkodarą ir kt.



Kaip tai veikia

Laisvai samdomi specialistai platformoje sukuria profilius, kuriuose pristato savo įgūdžius, patirtį ir portfelį, taip pat gali nurodyti konkrečias siūlomas paslaugas. Įmonės skelbia projektų, kuriems reikia pagalbos, darbo aprašymus, nurodydamos reikiamus įgūdžius, biudžetą ir terminus. Tada laisvai samdomi specialistai pateikia pasiūlymus pagal šiuos darbo skelbimus, paaiškindami, kaip jie gali patenkinti projekto poreikius, ir nurodydami savo įkainius. Įmonės peržiūri pasiūlymus ir laisvai samdomų darbuotojų profilius, veda pokalbius su kandidatais ir samdo laisvai samdomą darbuotoją, kuris geriausiai atitinka jų projekto reikalavimus. "Upwork" palengvina sutarties, mokėjimo ir projekto valdymo procesus.

Tiesioginis vartotojų aptarnavimas (D2C)

D2C el. prekyba leidžia prekių ženklams parduoti tiesiogiai vartotojams, aplenkiant tradicinius mažmeninės prekybos kanalus. Pagalvokite apie mėgstamą nišinį odos priežiūros prekių ženklą, kuris prekiauja tik internetu. D2C daugiausia dėmesio skiriama prekės ženklo identitetui, klientų įtraukimui ir asmeninei patirčiai nuo pradžios iki pabaigos.



Pavyzdys: Glossier

"Glossier" yra grožio ir odos priežiūros prekės ženklas, kuris savo produktus parduoda tiesiogiai vartotojams internetinėje parduotuvėje ir tam tikrose mažmeninės prekybos vietose. Daugiausia dėmesio skirdama tiesioginiams santykiams su klientais, įmonė gali pasiūlyti aukštos kokybės naujoviškų produktų ir sukurti stiprią prekės ženklo bendruomenę.

Kaip tai veikia

"Glossier" kuria savo grožio ir odos priežiūros produktų liniją, remdamasi klientų atsiliepimais ir pramonės tendencijomis. Klientai apsilanko svetainėje, kurioje gali rasti išsamius produktų aprašymus, klientų atsiliepimus ir naudojimo patarimus; jie peržiūri ir įsigyja produktus. Produktai parduodami tiesiogiai "Glossier" internetinėje parduotuvėje ir keliose fizinėse mažmeninės prekybos vietose, taip užtikrinant klientų patirties ir kainų kontrolę. Užsakymai apdorojami ir siunčiami tiesiai į kliento namus, dažnai su nemokamo pristatymo galimybėmis ir be rūpesčių taikoma grąžinimo politika.

Norite daugiau sužinoti apie el. prekybos pagrindus? Peržiūrėkite šį "Shopify" tinklaraštį ir susipažinkite su el. prekybos privalumais ir iššūkiais.

Ar esate pasirengę sukurti savo pirmąją internetinę parduotuvę? Skaitykite toliau, kad sužinotumėte, kaip tai padaryti!

1.4 Kaip atidaryti internetinę parduotuvę

1. Pasirinkite savo nišą

Jei galvojate apie internetinio verslo pradžia, tikriausiai jau pasirinkote sritį, kurią gerai išmanote ir kuri jums patinka. Jei vis dar bandote apsispręsti tarp kelių galimybių, naudodamiesi tokiomis priemonėmis kaip "Google Trends" ir pramonės ataskaitomis išstirkite rinkos tendencijas ir išanalizuokite konkurenciją, kad nustatytumėte, kokį produktą ar paslaugą galėtumėte pasiūlyti klientams. Ieškokite sričių, kurios yra paklausios, bet turi mažą konkurencingumą.



2. Parenkite verslo planą

Verslo planas yra jūsų verslo schema, kurioje išsamiai aprašomi jūsų tikslai, strategijos ir finansinės prognozės. Pradėkite nuo santraukos, kurioje trumpai apžvelgsite verslo idėją, taip sukurdami pagrindą tolesniems veiksams. Tuomet turėtumėte parengti rinkos analizę, pateikdami išsamius pasirinktos nišos tyrimus, kad išryškintumėte savo galimybes ir iššūkius. Toliau išdėstykite savo rinkodaros strategiją, paaiškindami, kaip ketinate veiksmingai pritraukti ir išlaikyti klientus. Galiausiai pateikite finansinį planą, kuriame būtų nurodytas jūsų biudžetas, finansavimo šaltiniai ir finansinės prognozės, taip užtikrinsite, kad aiškiai suvokiate savo finansinį kelią į sėkmę. Net jei verslą pradėsite pirmą kartą, verslo plano rengimas padės matyti į priekį ir planuoti savo verslumo kelionę, bei pasiruošti tolesniems žingsniams.

3. Pasirinkite įmonės pavadinimą ir domeną

Jūsų įmonės pavadinimas ir domenas turėtų būti unikalūs, įsimintini ir susiję su jūsų niša. Pradėkite nuo vardų paieškos ir sudarykite labiausiai patinkančių vardų sąrašą. Tada galite pasinaudoti domenų registravimo svetainėmis ir patikrinti, ar rinkoje dar nėra jūsų pagrindinių pretendentų į vardus ir ar jūsų norimas domenas yra laisvas. Užregistruokite domeną ir galite pradėti!

4. Pasirinkite el. prekybos platformą

Yra daugybė platformų, kurias galite naudoti savo verslui pradėti. Dauguma jų siūlo daugybę paslaugų, kurių jums prireiks norint valdyti internetinę parduotuvę - nuo parduotuvės vitrinės dizaino iki mokėjimų integravimo - šiuos įvairius verslo vykdymo internete aspektus platforma pateikia kaip paketo dalį. Tai palengvina jūsų, kaip verslo savininko, darbą, nes jums nereikės samdyti išorės ekspertų, pavyzdžiui, tinklalapio dizainui sukurti.

Pasirinkite jūsų poreikius ir biudžetą atitinkančią platformą. Štai keletas populiarių variantų:

Shopify: patogus naudoti ir turintis daugybę funkcijų.

WooCommerce: puikiai tinka WordPress naudotojams.

BigCommerce: tinka didesnėms parduotuvėms.

Squarespace: idealiai tinka mažoms ir vidutinio dydžio parduotuvėms.

5. Sukurkite savo internetinę parduotuvę

Pasirinkus platformą parduotuvei atidaryti, kitas žingsnis - sukurti patrauklią ir funkcionalią parduotuvės vitriną. Pirmiausia pasirinkite vieną iš pateiktų dizaino šablonų - geriausia rinktis temą, atitinkančią jūsų prekės ženklą ir siūlomų produktų ar paslaugų rūšį. Taip pat turėsite galimybę pritaikyti dizainą koreguodami spalvas, šriftus ir išdėstymą.

Dabar metas sudaryti produktų sąrašą ir parengti patrauklius, informatyvius produktų aprašymus. Pateikite išsamią ir tikslią informaciją apie gaminį, kurioje būtų pabrėžtos pagrindinės savybės, privalumai ir naudojimo būdai. Aukštos kokybės vaizdai iš kelių kampų, taip pat vaizdo įrašai ar 3D vaizdai gali padėti klientams geriau suprasti gaminį. Taip pat pravartu įtraukti klientų atsiliepimus ir vertinimus, kad sustiprintumėte pasitikėjimą ir parodytumėte potencialiems pirkėjams, jog kiti klientai turi teigiamos patirties su jūsų produktais. Taip pat galite įtraukti DUK skyrių, kuriame būtų atsakoma į dažniausiai kylančius klausimus ir problemas. Įsivaizduokime, kad esate papuošalų dizaineris - kitame puslapyje rasite gerai parengto rankų darbo auskarų gaminių aprašymo pavyzdį.

Produkto pavadinimas: Rankų darbo bohemiški auskarai su karoliukais

Išsamus produkto aprašymas

Pridėkite bohemiško stiliaus prieskonį savo išvaizdai su mūsų rankų darbo bohemiškais auskarais iš karoliukų. Kiekviena pora kruopščiai pagaminta iš aukštos kokybės etiškai išgautų karoliukų ir hipoalerginių metalų, todėl puikiai tinka jautrioms ausims. Ryškios spalvos ir įmantrūs raštai yra įkvėpti tradicinių motyvų, todėl kiekvienas dirbinys yra unikalus. Lengvi ir patogūs auskarai puikiai tinka kasdieniam nešiojimui ar ypatingoms progoms, jais lengvai galėsite dėvėti ir dieną, ir vakare.

Papildoma informacija

Dydžio gidas: pateikite auskarų ilgio ir pločio išmatavimus, taip pat nuotrauką, kad galėtumėte matyti realų dydį.

Palyginimo lentelė: pateikite šių auskarų palyginimo lentelę su kitais jūsų kolekcijoje esančiais auskarais, pabrėždami dizaino, medžiagų ar dydžio skirtumus.

Naudotojo vadovas: pateikite auskarų priežiūros vadovą, kurį galima atsisiųsti, o jame paaiškinama, kaip laikyti ir valyti auskarus, kad jie būtų ilgaamžiai.

Aukštos kokybės vaizdai ir vaizdo įrašai

Vaizdai: pridėkite didelės raiškos vaizdus, kuriuose auskarai matomi iš įvairių kampų, įskaitant karoliukų ir auskarų nugarėlių stambius planus. Parodykite auskarus, kaip jie yra dėvimi, kad klientai suprastų jų dydį ir kaip jie kabės.

Vaizdo įrašas: pateikite vaizdo įrašą, kuriame demonstruojamas gamybos procesas, pabrėžiant sudėtingas detales ir kruopštumą gaminant kiekvieną porą. Kitas variantas - parodyti vaizdo įrašą, kuriame auskarai būtų dėvimi.

Klientų atsiliepimai ir vertinimai

"Įvertinta 4,9 iš 5 žvaigždučių, remiantis 78 atsiliepimais"

Emily R.: Absoliučiai nuostabūs auskarai! Meistriškumas neįtikėtinas.

Anna K.: Tai mano nauji mėgstamiausi auskarai. Jie atrodo dar geriau nei nuotraukoje ir puikiai papildo bet kokią aprangą.

DUK skyrius

K: Ar šie auskarai tinka jautrioms ausims?

A: Taip, jie pagaminti iš hipoalerginių metalų, kurie yra saugūs jautrioms ausims.

K: Kaip prižiūrėti rankų darbo auskarus?

A: Kad auskarai išliktų gražūs, venkite vandens ir laikykite juos sausoje vietoje.

6. Mokėjimo ir pristatymo nustatymas

Jūsų produktai dabar rodomi parduotuvėje ir netrukus gali sulaukti dėmesio. Privalote užtikrinti, kad klientai galėtų sklandžiai sumokėti ir gauti užsakymus.

Mokėjimo parinktys

Siūlykite galimybę atsiskaityti kreditine arba debetine kortele, integruokite tokius mokėjimo procesorius kaip "Stripe" arba "PayPal". Kad tai padaryti būtų paprasčiau, pasirinkite platformą, kuri jau siūlo integruoto mokėjimo galimybę. Sudarykite galimybę naudotis skaitmeninėmis pinigėmis, priimdami mokėjimus per "Apple Pay", "Google Pay" ir kt.

Siuntimo parinktys

Susiekite su tokiais vežėjais kaip UPS, "FedEx" ar kitomis įmonėmis, teikiančiomis paslaugas jūsų šalyje arba tarptautiniu mastu, priklausomai nuo jūsų norimos rinkos. Turite nustatyti siuntimo kainas: nuspręskite dėl fiksuoto tarifo, vežėjų tarifų realiuoju laiku arba nemokamo siuntimo. Jei siūlote nemokamą pristatymą kaip klientų skatinimo priemonę, būtinai įskaičiuokite šias išlaidas į produkto kainą.

7. Paleiskite ir reklamuokite savo parduotuvę

Laikas pradėti veikti ir pritraukti klientus! Išbandykite viską, kad visos funkcijos veiktų tinkamai, ir tik tada paleiskite parduotuvę. Parduotuvei reklamuoti naudokite socialinę žiniasklaidą, el. pašto rinkodarą, SEO ir mokamus skelbimus. Daugiau patarimų apie skaitmeninę rinkodarą ir parduotuvės reklamą rasite šio vadovo 5 ir 7 skyriuose.



8. Stebėkite ir tobulinkite

Nepamirškite reguliariai peržiūrėti savo parduotuvės veiklos rezultatų ir prireikus atlikti patobulinimų. Naudokitės tokiomis priemonėmis kaip "Google Analytics", kad galėtumėte stebėti srautą ir pardavimus; rinkite klientų atsiliepimus ir imkitės veiksmų, jei pastebėsite, kad yra ką tobulinti. Reguliariai atnaujinkite savo parduotuvę, papildydami ją naujais produktais ir funkcijomis.

Jei laikėtės šių patarimų, jūsų internetinė parduotuvė turėtų būti sėkmingai sukurta. Skaitykite toliau ir gaukite daugiau patarimų apie įvairius verslo internete aspektus - sėkmės!



2 skyrius: strateginis finansų valdymas

EL. prekybos sėkmė

Elektroninės prekybos pasaulis - tai dinamiška erdvė, kuriame finansų valdymas yra ne tik būtinybė, bet ir strateginis pranašumas. Šiame skyriuje nagrinėjamas itin svarbus biudžeto sudarymo, saugumo ir internetinių mokėjimų vaidmuo sėkmingam el. prekybos verslo vystymuisi. Taip pat išsamiai apžvelgiami finansiniai aspektai, būtini norint klestėti skaitmeninėje rinkoje - nuo finansų planavimo ir prognozavimo meno įvaldymo iki orientavimosi sudėtingame internetinių sandorių pasaulyje ir slaptų klientų duomenų apsaugos.

2.1 Finansų planavimo meistriškumas: Pagrindinės biudžeto sudarymo įžvalgos

Biudžeto sudarymas - pagrindinė finansų valdymo sudedamoji dalis - iš senųjų laikų apskaitos praktikos tapo šiuolaikinės verslo strategijos kertiniu akmeniu. Biudžeto sudarymas iš esmės yra patikimo finansinio planavimo kūrimas ir įgyvendinimas, leidžiantis organizacijoms siekti savo tikslų šiuolaikinėje aršios konkurencijos ekonominėje aplinkoje.

Biudžetavimo ištakos siekia 1400 m., kai Venecijos investuotojai kruopščiai stebėjo savo Azijos prekybos ekspedicijas, naudodami dvejybines buhalterijas, balansus ir pajamų ataskaitas. Tačiau tik XVII a. viduryje Didžiosios Britanijos vyriausybė pirmą kartą pavartojo sąvoką "biudžetas", nes kancleris pateikdavo metines finansines ataskaitas. Tik XIX a. pabaigoje įmonės plačiai pripažino ir priėmė šį terminą savo finansų planavimo procesams apibūdinti.

Be etimologinių šaknų, biudžeto sudarymas šiandien ekonomikoje užima labai svarbią vietą. Jis yra labai svarbi priemonė, padedanti organizacijoms parengti tikslias finansines ataskaitas ir skatinti pajamų augimą. Veiksmingas biudžeto sudarymas yra kertinis veiksnys, lemiantis įmonės gebėjimą pasiekti savo tikslus, nes jis padeda geriau suprasti prioritetus, veiksmingai paskirstyti išteklius ir nustatyti sritis, kurias reikia iš naujo įvertinti.

Biudžeto sudarymas gali būti klasifikuojamas įvairiais būdais, kurių kiekvienas turi skirtingus tikslus organizacijoje. Atsižvelgiant į laiką, biudžetai gali būti skirstomi į ilgalaikius ir trumpalaikius: pirmuosiuose daugiausia dėmesio skiriama strateginiam planavimui ir pagrindiniams investiciniams sprendimams, o antruosiuose akcentuojamos veiklos detalės, kasdienės išlaidos ir neatidėliotini finansiniai tikslai.

Biudžetus taip pat galima skirstyti pagal vyraujančias sąlygas: baziniai biudžetai tarnauja kaip pamatinė sistema įprastomis veiklos sąlygomis, o einamieji biudžetai pritaikomi prie dabartinės ekonominės ir rinkos situacijos. Be to, biudžetai gali būti klasifikuojami pagal verslo veiklą ar funkcijas. Pagrindinis biudžetas sujungia visus atskirus įvairių organizacijos skyrių ar funkcijų biudžetus į išsamų planą, o funkcinuose biudžetuose daugiausia dėmesio skiriama unikaliems kiekvieno skyriaus, pavyzdžiui, pardavimų, rinkodaros ar mokslinių tyrimų ir plėtros, finansiniams reikalavimams ir tikslams.

Be šių tradicinių biudžeto tipų, organizacijos taip pat gali ištirti alternatyvius biudžeto sudarymo metodus, įskaitant laipsnišką biudžeto sudarymą, biudžeto sudarymą pagal veiklą, vertės pasiūlymo sudarymą ir nulinio biudžeto sudarymą. Kiekvienas metodas turi savų privalumų ir trūkumų, o organizacijos gali patobulinti šiuos metodus įtraukdamos periodines peržiūras, kvestionuodamos prielaidas ir derindamos biudžeto asignavimus su strateginiais prioritetais.

Nepriklausomai nuo biudžeto sudarymo būdo, tipinį biudžetą sudaro kelios pagrindinės sudedamosios dalys, kurios sudaro struktūrizuotą finansinio planavimo ir sprendimų priėmimo sistemą. Šie elementai apima pajamų prognozę, išlaidų biudžetą, kapitalo išlaidų biudžetą, pinigų srautų prognozę, biudžeto prielaidas ir biudžeto nuokrypių analizę. Sistemingai atsižvelgdamos į šias sudedamąsias dalis, organizacijos gali parengti išsamų ir įgyvendinamą finansinį planą, kuris atitiktų strateginius tikslus ir padėtų veiksmingai paskirstyti išteklius.

Finansinio prognozavimo metodai, pavyzdžiui, tendencijų analizė ir scenarijų planavimas, atlieka labai svarbų vaidmenį rengiant tikslias biudžeto prognozes. Tendencijų analizė apima istorinių duomenų nagrinėjimą, siekiant nustatyti dėsningumus ir ekstrapoliuoti būsimus rezultatus, o scenarijų planavimas apima kelis hipotetinius scenarijus, siekiant įvertinti jų galimą poveikį finansiniams rezultatams. Derindamos šiuos metodus, organizacijos gali išsamiau suprasti galimas ateities trajektorijas ir priimti pagrįstus sprendimus finansiniams tikslams pasiekti.

Siekiant užtikrinti, kad būtų pasiekti finansiniai tikslai, labai svarbu veiksmingai stebėti biudžetą, nustatyti skirtumus ir įgyvendinti taisomuosius veiksmus. Šis procesas apima reguliarią finansinių ataskaitų ir biudžeto ataskaitų peržiūrą, pagrindinių veiklos rodiklių nustatymą ir stebėjimą, prognozavimo scenarijų atnaujinimą, istorinių duomenų ir tendencijų analizę, siekiant nustatyti finansinių rezultatų dėsningumus ir pokyčius. Skatindamos bendradarbiavimą, atskaitomybę ir technologijų naudojimą, organizacijos gali padidinti savo gebėjimą aktyviai spręsti iššūkius ir pasinaudoti naujomis galimybėmis.

2.2 El. prekybos saugumo stiprinimas: sandorių ir klientų pasitikėjimo apsauga

Elektroninė prekyba tapo svarbiausiu šiuolaikinio verslo augimo varikliu, nes suteikia vartotojams patogų, veiksmingą ir greitesnį būdą atlikti sandorius. Elektroninės prekybos integravimas į bankų sektorių suteikė didžiulių galimybių inovacijoms ir augimui. Tačiau ji taip pat sukėlė naujų pavojų ir pažeidžiamumą, o grėsmės saugumui tapo esminiu reikalavimu veiksmingai valdyti ir apsaugoti mokėjimo internetu operacijas.

Saugumas el. prekyboje svarbus dėl to, kad sudarant internetinius sandorius vartotojai ir pardavėjai keičiasi asmenine, dažnai neskelbtina informacija. Užmegzti pasitikėjimu grįstus santykius su klientais yra labai svarbu norint išlaikyti ir plėsti el. prekybos rinkos dalį. Tam reikia priimti griežtą privatumo politiką, įgyvendinti įstatymus ir savireguliaciją bei diegti pažangiausius techninius sprendimus. Duomenų saugumo pažeidimai el. prekybos sektoriuje gali turėti rimtų pasekmių ir įmonėms, ir vartotojams. Apskaičiuota, kad duomenų saugumo pažeidimas mažmeninės prekybos sektoriuje vidutiniškai kainuoja 5,04 mln. dolerių, o vieno pažeisto įrašo vidutinė kaina - 150 dolerių. Tokie pažeidimai gali smarkiai paveikti klientų pasitikėjimą ir įmonės reputaciją, dėl to prarandamas pasitikėjimas organizacijos gebėjimu apsaugoti neskelbtiną informaciją.

Be to, dėl duomenų saugumo pažeidimų gali kilti teisinių ir reguliavimo pasekmių, taip pat gali būti sutrikdyta verslo veikla, dėl to gali sutrikti prastovos, sumažėti našumas ir nukentėti reputacija.



Elektroninės prekybos saugumas apima du aspektus: procedūrų, mechanizmų ir kompiuterinių programų, kurias naudoja pardavimo platformos informacijos šaltiniui patikrinti ir sandorių vientisumui užtikrinti, visumą ir elektroninės prekybos išteklių apsaugą nuo neteisėtos prieigos, naudojimo, keitimo ar naikinimo. Pagrindiniai kibernetinio saugumo principai, vadinami CIA veiksniais (konfidencialumas, vientisumas ir prieinamumas), yra esminiai elementai, į kuriuos reikia atsižvelgti siekiant nustatyti parametrus, pagal kuriuos galima planuoti ir įgyvendinti tinkamą požiūrį į informacijos saugumą. Konfidencialumas reiškia strategiją, taikomą kompiuterių konfidencialumui apsaugoti, taip pat apsaugoti naudotojų duomenis nuo piktavalių įsilaužėlių ar neįgaliotų trečiųjų šalių. Integralumas kibernetinio saugumo kontekste reiškia duomenų saugumo palaikymą ir apsaugą, t. y. apsaugą nuo bet kokio neteisėto išorinio klastojimo. Tokie sprendimai, kaip įsilaužimo aptikimo sistemos, prieigos apribojimai ir naudotojų mokymas, padeda užtikrinti duomenų apsaugą ir saugumą. Prieinamumas reiškia, kad naudotojams garantuojama teisė naudotis ištekliais pagal poreikį, užtikrinant, kad infrastruktūros ištekliai būtų pasirengę tinkamai suteikti tai, ko prašoma. Tokios atsakomosios priemonės, kaip atsarginės kopijos, avarinio atkūrimo planai ir ugniasienės, gali apsaugoti duomenų prieinamumą.

Elektroninės prekybos sektorius yra ypač pažeidžiamas įvairių kibernetinių grėsmių, įskaitant neteisėtą prieigą, DoS ir DDoS atakas, "phishing", kenkėjišką programinę įrangą, SQL injekcijas, kryžminius svetainės skriptus ir grubios jėgos atakas. Šios grėsmės gali pakenkti klientų duomenų saugumui ir verslo operacijų vientisumui. Norint sumažinti šias grėsmes, reikia taikyti holistinį požiūrį į saugumą, apimančią serverių, žiniatinklio programų ir neskelbtinų duomenų apsaugą, taip pat kruopštų darbuotojų mokymą ir gerai struktūrizuotus rizikos valdymo procesus.

Pagrindinės saugumo priemonės:

- Įdiegti patikimus autentiškumo patvirtinimo mechanizmus, pvz.: unikalius slaptažodžius ir dviejų veiksmų autentiškumo patvirtinimą;
- reguliariai atnaujinti programinę įrangą ir taikyti saugumo pataisas;
- saugių mokėjimo apdorojimo metodų naudojimas ir pramonės standartų laikymasis;
- naudotojų ir darbuotojų mokymas apie geriausią kibernetinio saugumo praktiką;
- interneto programų ugniasienių naudojimas siekiant apsisaugoti nuo įprastų interneto atakų;
- reguliariai kurti atsargines duomenų kopijas ir stebėti saugumo žurnalus;
- saugumo vertinimų atlikimas ir reagavimo į incidentus plano palaikymas;
- nuolat informuoti apie kylančias grėsmes ir nuolat tobulinti saugumo priemones.

Taikydamos visapusišką ir aktyvų požiūrį į el. prekybos saugumą, įmonės gali apsaugoti savo veiklą, apsaugoti klientų pasitikėjimą ir orientuotis dinamiškoje ir konkurencingoje skaitmeninės rinkos aplinkoje.

2.3 Internetiniai mokėjimai: saugumas, inovacijos ir pasaulinė integracija

Spartus el. prekybos augimas glaudžiai susijęs su plačiai paplitusiomis elektroninėmis mokėjimo sistemomis, kurios leidžia sklandžiai atlikti pinigines operacijas nenaudojant grynųjų pinigų. Ši transformacija iš esmės pakeitė vartotojų dalyvavimo komerciniuose sandoriuose būdą, pasiūlydama patogią ir veiksmingą alternatyvą tradiciniams mokėjimo būdams.

Sėkmingą el. prekybą skatina nuolatinis internetinių mokėjimų sprendimų kūrimas ir įvairinimas. Šiandien vartotojai gali rinktis iš daugybės mokėjimo priemonių, kurių kiekviena pasižymi unikaliomis savybėmis, privalumais ir trūkumais. Tai kredito ir debeto kortelės, skaitmeninės piniginės, internetiniai SEPA mokėjimai ir net besiformuojanti kriptovaliutų sritis. Internetinių mokėjimo būdų plitimą lėmė finansinės įtraukties politika, kuria siekiama užtikrinti prieigą visoms naudotojų kategorijoms ir palengvinti platų elektroninių mokėjimų priėmimą. Pasaulio banko ataskaitoje "Mokėjimų aspektas finansinės įtraukties srityje" pabrėžiama šio strateginio dėmesio svarba.

Europos kredito kortelės tebėra dominuojanti elektroninių mokėjimų priemonė. Šias korteles galima suskirstyti į tris pagrindinius tipus: kredito, debeto ir išankstinio mokėjimo korteles, kurių kiekviena turi savitų savybių ir naudojimo atvejų.

Šalia tradicinių mokėjimų kortelėmis reikšminga tendencija tapo skaitmeninių piniginių populiarėjimas. Šios virtualios platformos leidžia naudotojams centralizuotai saugoti ir tvarkyti savo mokėjimo informaciją, o tai leidžia sklandžiai atlikti operacijas internetu ir mobiliuoju telefonu. Tarp pirmaujančių skaitmeninių piniginių yra "PayPal", "Amazon Pay", "Google Pay", "Apple Pay" ir "Samsung Pay", kurių kiekviena turi savo vartotojų bazę ir integracijos galimybes.

SEPA (Bendra mokėjimų eurais erdvė) sistema taip pat suvaidino lemiamą vaidmenį palengvinant tarptautinius mokėjimus internetu Europos Sąjungoje. SEPA kredito pervedimai ir elektroninių pervedimų paslaugų, tokių kaip "MyBank" ir "Sofort-Klarna", atsiradimas dar labiau supaprastino mokėjimų internetu procesą.

Didėjantis susidomėjimas skaitmeninėmis valiutomis taip pat suteikė naujų galimybių mokėjimams internetu. Nors kriptovaliutų naudojimas tarpusavio sandoriuose tebėra ribotas, visame pasaulyje vykdomi centrinių bankų tyrimai ir eksperimentai, įskaitant Europos Centrinio Banko tyrimą dėl skaitmeninio euro, rodo, kad ši sritis ateityje gali būti plėtojama.

Internetinių mokėjimų saugumo ir vientisumo užtikrinimas yra labai svarbus e. prekybos aspektas. Mokėjimo vartai yra labai svarbūs tarpininkai, teikiantys reikiamas priemones ir infrastruktūrą saugiai apdoroti klientų, prekybininkų ir bankų sandorius. Siekiant apsisaugoti nuo nesąžiningos veiklos, šiuose vartuose taikomos patikimos saugumo priemonės, pavyzdžiui, adresų tikrinimo sistema (AVS), kortelių saugumo kodų (CV2) ir 3D Secure slaptažodžių autentiškumo nustatymas. Mokėjimo sukčiavimo aptikimas ir prevencija yra nuolatinis iššūkis, reikalaujantis visapusiško ir aktyvaus požiūrio. Sukčiavimo aptikimas remiasi tokiomis strategijomis kaip mašininis mokymasis, modelių atpažinimas ir duomenų analizė, siekiant nustatyti įtartinas operacijas realiuoju laiku. Kita vertus, sukčiavimo prevencijos metodai apima tokius metodus, kaip AVS ir CVV patikrinimai, biometrinis patikrinimas, stiprus kliento autentiškumo nustatymas (Strong Customer Authentication, SCA), IP žvalgyba ir SSL šifravimo naudojimas.

Tarptautinių mokėjimų internetu sudėtingumas neapsiriboja vien saugumo sumetimais. Tarpvalstybinės operacijos susijusios su infrastruktūros, taisyklių ir valiutų kursų skirtumais. Europos Sąjungoje SEPA sistema ir Reglamentu (ES) 2021/1230 siekiama užtikrinti tarptautinių mokėjimų eurais arba nacionalinėmis valiutomis skaidrumą ir vienodas sąlygas. Už SEPA erdvės ribų kuriamos strategijos, kuriomis siekiama pagerinti mokėjimo sistemų sąveiką, patobulinti teisinės ir reguliavimo sistemas, palengvinti tarpvalstybinį keitimąsi duomenimis ir pranešimų standartais.

Daug dėmesio skiriama ir valiutų kursų rizikos, kuri yra esminis tarptautinių mokėjimų veiksnys, mažinimui. Nors vis dar plačiai naudojami tradiciniai bankų korespondentų modeliai (pvz.: SWIFT) atsiradus kriptovaliutomis ir galimai vystantis "skaitmeninėms valiutomis", ateityje gali atsirasti alternatyvių P2P grindžiamų metodų.

Apibendrinant galima teigti, kad internetinių mokėjimų aplinka sparčiai vystosi, o tai lemia el. prekybos augimas ir nuolatinės mokėjimų technologijų inovacijos. Užtikrinti šių sistemų saugumą, patikimumą ir sklandžią integraciją yra labai svarbu siekiant išlaikyti vartotojų pasitikėjimą ir palengvinti tarpvalstybinės e. prekybos plėtrą. Norint orientuotis šioje nuolat besikeičiančioje ekosistemoje, tiek įmonėms, tiek vartotojams labai svarbu visapusiškai išmanyti įvairius mokėjimo būdus, saugumo protokolus ir reguliavimo sistemas.

3 skyrius: Veiklos valdymas: elektroninės prekybos užkulisiai

Čia paaiškinsime viską, ką reikia žinoti apie jūsų verslo veiklos magiją - nuo atsargų organizavimo iki siuntų išsiuntimo laiku - ir visa tai lengvai suprantamu būdu. Be to, padėsime atskleisti jūsų idealaus kliento paslaptis. Galvokite apie juos kaip apie savo interneto geriausius draugus! Suprasdami jų poreikius ir norus, galėsite pritaikyti savo produktus ir rinkodarą prie to, kas juos iš tikrųjų skatina.

3.1 Ar kada nors galvojote, kaip jūsų produktai pristatomi taip magiškai? Viskas priklauso nuo logistikos!

Užsiimti el. prekybos verslu yra įdomu, bet ar kada nors susimąstėte, kaip šie nuostabūs produktai iš taško A (jūsų tiekėjo) patenka į tašką B (jūsų laimingą klientą)? Štai čia ir atsiranda logistikos pasaulis, kuris yra svarbesnis, nei manote! Galvokite apie logistiką kaip apie užkulisinį savo verslo herojų. Ji užtikrina, kad jūsų produktai efektyviai ir laiku pasiektų reikiamą vietą. Tai tarsi kruopščiai suplanuota kelionė, užtikrinanti, kad jūsų produktai būtų:

- **Sklandžiai gabenami** (transportavimas). Nesvarbu, ar tai būtų sunkvežimis, traukinys, lėktuvas, ar net laivas, logistika padeda pasirinkti geriausią būdą, kaip pristatyti produktus klientams, atsižvelgiant į tokius dalykus kaip greitis ir kaina.
- **Saugiai laikomi** (sandėliavimas). Sandėliai - tai tarsi milžiniškos produktų saugyklos. Logistika padeda nuspręsti, kur juos laikyti ir kaip viską organizuoti, kad galėtumėte greitai rasti tai, ko reikia.
- **Puikiai valdomi** (atsargų valdymas). Labai svarbu turėti reikiamą atsargų kiekį. Logistika padeda išvengti, kad produktų nepritrūktų (tai nuvilia klientus!) arba kad jų nebūtų per daug (tai suvaržo pinigų srautus).
- **Atidžiai stebimi** (informacinės sistemos). Logistika apima technologijų naudojimą, kad galėtumėte stebėti savo produktus kiekviename žingsnyje. Tiksliai žinosite, kur jie yra ir kada bus pristatyti, todėl būsite informuoti ir jūs, ir jūsų klientai.

Greitas ir patikimas pristatymas pirkėjams yra labai svarbus. Dėl geros logistikos jie grįžta dar kartą! Be to, pasirinkę tinkamas transportavimo ir sandėliavimo galimybes galite išvengti nereikalingų išlaidų, o žinodami, kad jūsų produktai sklandžiai keliauja, galėsite sutelkti dėmesį į kitas savo verslo sritis. Taigi, išmanydami logistiką, galite užtikrinti, kad jūsų klientai liktų patenkinti, sutaupyti pinigų ir sumažinti stresą!

Štai keletas visame pasaulyje žinomų pasaulinių logistikos paslaugų teikėjų:

- DHL (tarptautinis greitasis paštas, krovinių ekspedijavimas, tiekimo grandinės sprendimai).

Pagrindinė būstinė: Pagrindinė buveinė: Bonna, Vokietija.

- UPS (siuntų pristatymas, krovinių gabenimas, logistika ir finansinės paslaugos).

Pagrindinė būstinė: Atlanta, Džordžija, JAV

- "FedEx" (greitasis gabenimas, krovinių ekspedijavimas, e. prekyba ir tiekimo grandinės sprendimai).

Pagrindinė būstinė: Pagrindinė buveinė (Memfis, Tenesio valstija, JAV)



3.2 Kaip rasti naujų klientų

Nemeluosime, konkurencija skaitmeninėje rinkoje yra labai didelė. Todėl norint, kad bet koks verslas, ypač elektroninės prekybos parduotuvės, būtų sėkmingas, svarbu turėti stiprią internetinę auditoriją. Norintiems pritraukti klientų į savo elektroninės prekybos parduotuvę, pateikiame keletą strategijų, kaip padidinti pardavimus ir pasiekti didesnę auditoriją:

Pagerinkite savo svetainės SEO:

Atitinkami raktiniai žodžiai, kokybiškas turinys ir metažymos gali pagerinti jūsų svetainės paieškos reitingus ir pritraukti daugiau organinio srauto.

Pasinaudokite socialine žiniasklaida:

Naudodamiesi socialine žiniasklaida, galite bendrauti su auditorija naudodami turinį, tikslines reklamas ir sąveikas, kad paskatintumėte srautą ir padidintumėte prekės ženklo žinomumą.

Siūlykite nuolaidas ir akcijas:

Pritraukite klientus pasiūlymais, pav.: greitaisiais išpardavimais, nemokamu pristatymu ar išskirtinėmis nuolaidomis, kad paskatintumėte pirkti.

Pagerinkite naudotojo patirtį:

Pasirūpinkite, kad jūsų svetainė būtų lengvai valdoma, pritaikyta mobiliesiems įrenginiams, greitai įkeliama, joje būtų pateikta aiški informacija apie gaminius ir sklandus kasos procesas.

Investuokite į influencerių rinkodarą:

Investuokite į rinkodaros priemones: bendradarbiaudami su įtakingais asmenimis galite pasiekti platesnę auditoriją ir reklamuoti savo produktus jų sekėjams.

Įgyvendinkite el. pašto rinkodarą:

Sukurkite el. pašto sąrašą tikslinėms kampanijoms su asmeniniais pasiūlymais ir atnaujinimais, kad paskatintumėte pakartotinius apsilankymus ir pardavimus.

Pateikite klientų atsiliepimus:

Pateikite teigiamų atsiliepimų, kad įgytumėte pasitikėjimą ir pritrauktumėte daugiau klientų.

3.3 Kaip sužinoti klientų poreikius ir atitinkamai pateikti produktus

Norite savo verslą paversti klientų traukos centru? Svarbiausia suprasti, ko trokšta jūsų idealūs klientai! Pradėkite nuo pokalbio su jais. Atlikite apklausas arba surenkite tikslinių grupių susitikimus, kad išgirstumėte jų nuomonę apie dabartinius pasiūlymus ir apie tai, kokias spragas galėtumėte užpildyti. Giliau pasinerkite analizuodami savo svetainės duomenis - kokie produktai patraukia jų dėmesį? Ar yra kokių nors dažnų priežasčių, dėl kurių klientai palieka neapmokėtus krepšelius?

Socialinė žiniasklaida taip pat yra aukso kasyklos! Ieškokite tendencijų ir skundų dėl savo prekės ženklo ar panašių produktų. Galiausiai stebėkite konkurentus. Kuo jie išsiskiria, o ko jiems trūksta? Derindami šias įžvalgas, galite kurti produktus ir rinkodaros strategijas, kurios susilauks atgarsio jūsų tikslinėje auditorijoje ir iš potencialių pirkėjų pavers juos ištikimais gerbėjais.



3.4 Atsargų kontrolės ir atsargų valdymo svarba elektroninei prekybai

Žongliravimas atsargomis jūsų el. prekybos versle gali atrodyti kaip nesibaigiantis žaidimas. Šiame skyriuje papasakosime, kaip įvaldyti atsargų kontrolę ir atsargų valdymą ir paversti juos pelną didinančia supergalia.

Kodėl atsargų kontrolė yra tokia svarbi? Na, įsivaizduokite, kad karščiausio produkto trūksta kaip tik tuo metu, kai jis jau sparčiai dingsta iš lentynų. Nusivylę klientai, prarasti pardavimai - nieko gero! Kita vertus, turėdami per daug atsargų, galite patirti nuostolių ir turėti pasenusių produktų, kurių niekas nenori. Štai keletas patarimų jums!

Norint išvengti sandėlio trūkumų ir plėsti produktų asortimentą, reikia strateginio požiūrio, kuris suderintų neatidėliotinus poreikius ir ilgalaikius augimo planus.

Sandėlio plotas yra nuolatinis iššūkis įmonėms. Norėdami optimizuoti tai, ką turite, apvarstykite galimybę pertvarkyti sandėlį taip, kad būtų geriau išnaudojama erdvė: aukštesnės lentynos, siauresni praėjimai. Tokios technologijos, kaip sandėlio valdymo sistemos (WMS), gali padėti sekti atsargas, kad erdvė būtų naudojama efektyviai. Sandėliavimo poreikį gali sumažinti laiku atliekama inventorizacija ir kryžminis sandėliavimas, kai gaunamos siuntos tiesiogiai perduodamos pristatymui.

Jei jums reikia daugiau vietos, apvarstykite galimybę užsakomasias paslaugas perduoti 3PL paslaugų teikėjui, kuris siūlo keičiamo dydžio sprendimus. Taip galėsite pritaikyti erdvę pagal poreikį be nuolatinių investicijų. Ilgalaikiam augimui galima išsinuomoti papildomus sandėlius ar net pastatyti naujas patalpas.

Norite išplėsti produktų asortimentą? Perdavimo paslaugos leidžia jums bendradarbiauti su tiekėjais, kurie siunčia prekes tiesiogiai klientams, todėl sumažėja sandėliavimo poreikis. Tai taip pat geras būdas išbandyti naujus produktus, neskiriant sandėlio patalpų.

Ne mažiau svarbu optimizuoti turimas atsargas. Analizuokite duomenis, kad galėtumėte prognozuoti paklausą ir atitinkamai koreguoti atsargų lygį. Pašalinkite lėtai perduodamas prekes ir konsoliduokite panašias prekes, kad atlaisvintumėte vietą pelningiems produktams.

Technologijos gali dar labiau padidinti efektyvumą. Automatizuotos sandėliavimo ir paieškos sistemos (AS/RS) ir robotai gali padidinti sandėliavimo tankį ir optimizuoti komplektavimą.

Galiausiai - strategiškai išplėskite savo produktų asortimentą. Atlikite rinkos tyrimus, kad nustatytumėte didelę paklausą turinčius produktus, kurie papildytų jūsų esamą pasiūlą. Bandomosios programos leidžia išbandyti naujus produktus prieš skiriant daug sandėlio ploto.

Taikydami šias strategijas, galite optimizuoti sandėlio plotą, išplėsti produktų asortimentą ir užtikrinti, kad jūsų verslas ir toliau augtų bei tenkintų klientų poreikius.

3.5 Papildoma informacija

Mes žinome, kad el. prekybos operacijos gali būti varginančios! Tai didelis darbas, reikalaujantis žongliuoti daugybe įvairių detalių. Toliau pateikiame keletą papildomų šaltinių, kuriuose gilinamasi į įvairias operacijų valdymo temas. Jie gali padėti įvaldyti konkrečias sritis ir tapti visišku profesionalu!

Atminkite, kad kuo daugiau išmoksate, tuo sklandžiau veiks jūsų e. prekybos verslas. Taigi griebkite kavos, išnagrinėkite šiuos šaltinius ir pasiruoškite pakelti savo internetinę parduotuvę į kitą lygį!

- [Kaip ištaisyti sugedusias tiekimo grandines](#)
- [Sumažinkite atstumą tarp jūsų ir tiekimo grandinės](#)
- [Operacijų valdymas 2e Studentų ištekliai](#)
- [Nemokamas kursas - Įvadas į operacijų valdymą](#)
- [Straipsnis - Pagrindinės operacijų valdymo funkcijos](#)
- [Skaitymas - Operacijų valdymo įvadas](#)



4.1 skyrius: ES elektroninės prekybos teisinė sistema

Sveiki atvykę į pagrindinį elektroninės prekybos verslo steigimo ir valdymo Europos Sąjungoje vadovą! ES reglamentavimo aplinkos įvaldymas yra jūsų sėkmės pagrindas. Šiame vadove išaiškunami sudėtingi ES teisės aktai, kurie padės jums žengti teisingu keliu.



Kodėl teisinis pagrindas yra svarbus

Norint užtikrinti el. prekybos verslo augimą ir tvarumą, labai svarbu orientuotis ES teisinėje aplinkoje ir laikytis griežtų taisyklių, pavyzdžiui, BDAR ir vartotojų apsaugos įstatymų, kad būtų išvengta baudų ir nenukentėtų reputacija. Tai didina vartotojų pasitikėjimą, nes klientai labiau linkę apsipirkti parduotuvėse, kurios saugo jų duomenis ir teises.

ES teisės išmanymas padeda sklandžiai vykdyti tarpvalstybinius sandorius, laikytis mokesčių ir muitų teisės aktų. Intelektinės nuosavybės įstatymai apsaugo verslą nuo pažeidimų, o gerai struktūrizuoti sutartiniai susitarimai, pavyzdžiui, terminai ir sąlygos, užtikrina aiškius verslo įsipareigojimus. Be to, geras teisinių sistemų išmanymas padeda sumažinti riziką ir veiksmingai valdyti galimus ginčus, o galimybė naudotis teisiniais ištekliais ir konsultavimo paslaugomis supaprastina teisinius procesus, taupo laiką ir pastangas.

Europos Sąjungos samprata



Europos Sąjunga standartizuoja taisykles visose 27 valstybėse narėse ir taip sukuria palankią ekosistemą tokioms įmonėms kaip jūsų. Standartizuodama įstatymus ir kitus teisės aktus, ES siekia sukurti sąžiningą ir konkurencingą aplinką visoms įmonėms veikti.

Bendroji rinka yra pagrindinė ES dalis, leidžianti laisvai judėti prekėms, paslaugoms, pinigams ir žmonėms visose valstybėse narėse. Ji šalina prekybos kliūtis ir nustato bendrus standartus, todėl įmonėms lengviau plėstis ir parduoti savo produktus visoje ES. Tai atveria didžiulę rinką, kurioje yra daugiau kaip 450 mln. vartotojų, ir suteikia puikių galimybių verslo plėtrai.

Pagrindinės ES institucijos - Europos Komisija, Europos Parlamentas ir Europos Sąjungos Taryba - atlieka lemiamą vaidmenį formuojant verslo įstatymus: Komisija siūlo ir įgyvendina politiką, Parlamentas rengia teisės aktus, o Taryba priima sprendimus, kurie daro įtaką verslo aplinkai visoje ES.



Verslo kūrimo teisinė sistema

Labai svarbu pasirinkti tinkamą verslo struktūrą. Suprasti kiekvienos struktūros privalumus ir trūkumus yra pirmas žingsnis priimant pagrįstą sprendimą, kuris atitiktų kiekvieno verslo tikslus ES rinkoje.

- **Individualioji įmonė:** Puikiai tinka individualiems verslininkams, kurie nori prisiimti visą atsakomybę. Individualioji įmonė užtikrina paprastumą, visišką kontrolę ir paprastą sprendimų priėmimą su minimalia biurokratija, todėl jūs, kaip savininkas, galite pasilikti visą pelną. Tačiau tai taip pat reiškia asmeninę savininko atsakomybę. Būdamas savininku, būsite atsakingas už visas skolas ir teisinius įsipareigojimus, galimai rizikuodamas asmeniniu turtu, pavyzdžiui, namais ir santaupomis.
- **Partnerystė:** Idealiai tinka bendradarbiavimui, kai dalijamasi ir nauda, ir atsakomybe. Partnerystė suteikia bendrą atsakomybę ir bendradarbiavimo galimybes, sutelkia išteklius, įgūdžius ir žinias, kad kartu pasiektumėte daugiau nei pavieniui. Ši struktūra ypač naudinga, kai partneriai turi vienas kitą papildančių stipriųjų pusių. Tačiau labai svarbu atsižvelgti į bendrus įsipareigojimus; bendrojoje partnerystėje visi partneriai vienodai atsako už skolas ir įsipareigojimus, todėl išryškėja asmeninis turtas ir gali kilti partnerių konfliktų.
- **Uždaroji akcinė bendrovė (UAB):** Ji užtikrina veiklos lankstumą ir sumažina asmeninę atsakomybę. UAB užtikrina savininkų ribotos atsakomybės ir valdymo lankstumo pusiausvyrą, apsaugodama asmeninį turtą nuo verslo skolų ir teisinių įsipareigojimų. Tačiau UAB taikomos griežtesnės taisyklės ir atskaitomybės reikalavimai nei individualioms įmonėms, todėl gali prireikti papildomų pastangų ir išlaidų, kad būtų laikomasi reikalavimų.
- **Akcinė bendrovė (AB):** Ji tinka didesnėms įmonėms, norinčioms viešai pritraukti lėšų, tačiau jai reikia griežtai laikytis teisės aktų reikalavimų. PLC suteikia galimybę gauti didelį kapitalą parduodant akcijas viešai, todėl jos idealiai tinka įmonėms, norinčioms pritraukti lėšų didelei plėtrai ar investicijoms. Tačiau AB taikomi griežti atitikties ir skaidrumo standartai, didelės atskaitomybės prievolės ir reguliavimo reikalavimai, kurie gali būti apsunkinantys.

ES direktyvomis ir reglamentais, reguliuojančiais verslo registravimą ir steigimą, siekiama suderinti valstybių narių verslo įstatymus, supaprastinti ir palengvinti tarpvalstybinę veiklą. Šis derinimas užtikrina nuoseklią teisinę aplinką ir padeda įmonėms veiksmingiau plėstis į įvairias ES šalis. ES akcentuoja atitiktį ir ataskaitų teikimą, taikant griežtus finansinio skaidrumo ir etikos standartus, kurie svarbūs siekiant išlaikyti investuotojų pasitikėjimą ir užtikrinti sklandžią veiklą bei verslo praktikos skaidrumą. Norint, kad jūsų verslas sėkmingai veiktų ES, būtina suprasti šiuos sudėtingus aspektus.

Verslo registracija žingsnis po žingsnio:

1. Pasirinkite savo verslo struktūrą
2. Pavadinkite savo verslą
3. Parenkite vidaus taisykles
4. Nurodykite oficialų adresą
5. Gaukite leidimus ir licencijas
6. Užsiregistruokite valdžios institucijose
7. Užpildykite registracijos formas
8. Sumokėkite mokesčius
9. Laukite patvirtinimo
10. Gaukite registracijos pažymėjimą
11. Užsiregistruokite mokesčių mokėtoju
12. Atidarykite banko sąskaitą
13. Laikykitės reikalavimų
14. Pradėkite vykdyti verslą

Atminkite, kad įvairiose ES valstybėse gali būti taikomi skirtingi žingsniai ir reikalavimai, todėl pasitarkite su teisės ir finansų ekspertais arba vietos valdžios institucijomis, kad gautumėte teisingą informaciją apie savo situaciją.

Pagrindiniai verslo registravimo dokumentai:

Įstatai: juose nustatomos pagrindinės jūsų verslo taisyklės, apimančios viską nuo įmonės pavadinimo ir tikslo iki jos valdymo struktūros.

Verslo planas: būtinas norint parodyti, kad jūsų verslas bus sėkmingas. Į jį įtraukite rinkos analizę, finansines prognozes ir rinkodaros strategiją.

Finansinės ataskaitos: reikės registruoti balansą, pajamas ir pinigų srautų ataskaitas, rodančius jūsų verslo finansinę būklę.

Buveinės įregistravimas: parodo, kur yra jūsų verslo buveinė, ten siunčiamas visas oficialus paštas.

Tapatybės ir adreso patvirtinimas: reikia pateikti verslo savininkų asmens tapatybę patvirtinančius dokumentus, bet gyvenamosios vietos adresą.

Verslo licencijos ir leidimai: reikalingi tam tikroms verslo rūšims ir pramonės šakoms, kad įrodytų, jog laikotės konkrečių taisyklių.

Atitikties reikalavimai

Teisinė struktūra: Pasirinkite juridinę struktūrą, kuri tinka jūsų verslui ir atitinka ES ir nacionalinius įstatymus.

Mokesčių reikalavimų laikymasis: užtikrinkite, kad mokesčių ataskaitos būtų teikiamos tiksliai ir laiku, kad išvengtumėte teisinių problemų.

Su konkrečia pramonės sritimi susiję teisės aktai: Laikykitės savo pramonei taikomų teisinių standartų, pav.: sveikatos ir saugos, aplinkos apsaugos ar intelektualinės nuosavybės.

Finansinis skaidrumas: Išlaikykite aukštą finansinį skaidrumą, tiksliai rengdami ir pateikdami finansines ataskaitas, pvz.: metines ataskaitas ir balansus.

Prievolės teikti ataskaitas: Pateikite valdžios institucijoms metines ataskaitas, kuriose išsamiai aprašoma jūsų verslo veikla, nuosavybė ir finansinė būklė.

Duomenų apsauga ir privatumas: Laikykitės griežtų duomenų apsaugos įstatymų, ypač BDAR, kad apsaugotumėte klientų, darbuotojų duomenis ir valdytumėte sutikimus dėl duomenų tvarkymo.



ES intelektinės nuosavybės įstatymų paskirtis

ES intelektinės nuosavybės teisės aktai skirti jūsų kūriniais ir inovacijoms apsaugoti. Suteikdami išskirtines teises kūrėjams ir išradėjams, šie įstatymai skatina naujų idėjų ir produktų kūrimą, padeda skatinti inovacijas, pritraukti investicijas ir išlaikyti rinkos konkurencingumą.

ES intelektinės nuosavybės įstatymai apima platų apsaugos priemonių spektrą:

- **Prekių ženklai:** Apsaugokite savo unikalius prekių ženklus, logotipus ir šūkius, kad išskirtumėte savo produktus ir paslaugas rinkoje.
- **Autorių teisės:** Apsaugokite teises į savo originalius kūrinius, pavyzdžiui, literatūros, muzikos, meno, filmų ir programinės įrangos, kontroliuodami, kaip jūsų turinys naudojamas ir platinamas.
- **Patentai:** Suteikia išradėjams išskirtines teises į jų inovacijas, neleidžiant kitiems gaminti, naudoti ar parduoti jų išradimų.
- **Komercinės paslaptys:** Apsaugokite konfidencialią verslo informaciją, pvz., formules ir klientų sąrašus, nuo neteisėto konkurentų naudojimo.

ES intelektinės nuosavybės teisės derinimas

ES intelektinės nuosavybės įstatymai yra suderinti visose valstybėse narėse, todėl visoje ES sukurta nuosekli ir vieninga intelektinės nuosavybės apsaugos sistema. Šiuo suderinimu užtikrinamos vienodos veiklos sąlygos, numatant nuspėjamas ir vienodas teises sąlygas visoje bendrojoje rinkoje. Todėl kaip verslo savininkas, vykdydamas veiklą skirtingose ES šalyse, galite tikėtis panašios intelektinės nuosavybės apsaugos bei lengviau apsaugoti savo intelektinį turtą.

EU duomenų apsauga ir privatumas

ES Bendrojo duomenų apsaugos reglamento (BDAR) laikymasis yra nediskutuotinas. Tinkamas klientų duomenų tvarkymas didina pasitikėjimą ir atitinka teisinius standartus. Išmanydami ir laikydamiesi ES vartotojų apsaugos įstatymų, užtikrinkite, kad jūsų verslo praktika būtų sąžininga, o tai dar labiau didina klientų pasitikėjimą ir lojalumą.

BDAR nustatytos aiškios asmens duomenų tvarkymo taisyklės:

- **Teisėtumas, sąžiningumas ir skaidrumas:** Visada turėkite pagrįstą priežastį naudoti asmens duomenis, informuokite žmones, kaip juos naudojate, ir aiškiai nurodykite duomenų naudojimo praktiką.
- **Tikslo apribojimas:** Duomenis rinkite tik dėl konkrečių, teisėtų priežasčių ir nenaudokite jų niekam kitam be aiškaus leidimo.
- **Duomenų minimizavimas:** Rinkite tik tuos duomenis, kurių jums tikrai reikia.
- **Tikslumas:** Nuolat atnaujinkite asmens duomenis.
- **Saugojimo apribojimas:** Nelaikykite duomenų ilgiau nei būtina.
- **Vientisumas ir konfidencialumas:** Laikykite duomenis saugiai nuo neteisėtos prieigos.

Užtikrinkite, kad šie principai taptų kasdienės veiklos dalimi, taikydami aiškią politiką ir griežtą duomenų apsaugos praktiką.



Pagrindiniai BDAR aspektai įmonėms

- **Svarbiausia - sutikimas:** Užtikrinkite, kad asmenys, prieš pradėdami tvarkyti jų duomenis, duotų sutikimą.
- **Gerbkite duomenų teises:** Pagal BDAR asmenys turi teisę susipažinti su savo duomenimis, juos taisyti ir ištrinti.
- **Saugus duomenų perdavimas:** Jei veikiate tarptautiniu mastu, užtikrinkite, kad duomenų perdavimas už ES ribų atitiktų BDAR standartus.
- **Duomenų apsaugos pareigūnas (DAP):** Kai kuriose įmonėse privaloma paskirti duomenų apsaugos pareigūną, kuris prižiūrėtų, kaip laikomasi duomenų apsaugos reikalavimų.

EU vartotojų teisių apsauga

ES vartotojų teisių apsaugos aktais užtikrinamas sąžiningas elgesys su vartotojais ir jų teisės komerciniuose sandoriuose. Turite žinoti pagrindinius teisės aktus ir verslo įsipareigojimus, susijusius su informacija apie gaminius, garantijomis, grąžinimu ir skundų nagrinėjimu, kurie yra labai svarbūs siekiant užtikrinti atitiktį ir vartotojų pasitikėjimą.



Pagrindiniai ES vartotojų apsaugos reglamentai:

- **Vartotojų teisių direktyva:** Teisės, susijusios su informacija apie produktą, sutarties atsisakymu ir nekokybiškomis prekėmis.
- **Bendrosios gaminių saugos direktyva:** užtikrina, kad vartojami produktai atitiktų saugos standartus.
- **Nesąžiningos komercinės veiklos direktyva:** Draudžiama apgaulinga rinkodara ir agresyvi pardavimo taktika.
- **Vartotojų pardavimo ir garantijų direktyva:** Taikoma garantijoms ir teisių gynimo priemonėms, susijusioms su nekokybiškais produktais.

Verslo prievolės:

- **Informacija apie gaminį:** Pateikti aiškia ir tikslią informaciją apie gaminį.
- **Garantijos ir laidavimai:** Suteikite bent dvejų metų garantiją, prireikus atlikite remontą ar pakeitimą.
- **Teisė atsisakyti sutarties:** Suteikite vartotojams galimybę be pateisinamos priežasties nutraukti sutartį per 14 dienų.
- **Grąžinimas:** Sudarykite sąlygas lengvai grąžinti prekes ir grąžinti pinigus, kaip reikalaujama pagal įstatymus.

Skundų ir ginčų nagrinėjimas:

- Nustatykite aiškias procedūras, kaip greitai ir veiksmingai nagrinėti vartotojų skundus.
- Neišspręstiems ginčams spręsti naudokite alternatyvų ginčų sprendimą (AGS) ir internetinį ginčų sprendimą (ODR).
- Pasinaudokite nedidelių ieškinių nagrinėjimo procedūromis, kad pagreitintumėte ginčų sprendimą.

Ištekliai ir parama naršymui ES teisės aktai

Susipažinkite su įvairiais ištekliais, vadovais ir ES institucijomis, kurios padeda tokiems verslininkams, kaip jūsų, spręsti teisinius verslo aspektus. Jums nebūtina vieniems orientuotis teisinėje aplinkoje.

Pagrindiniai ištekliai ir parama:

- **ES parama verslui:** Europos Komisija - Parama verslui
- **Enterprise Europe Network (EEN)** - teikia specialiai pritaikytas konsultacijas, rinkos tyrimus ir kontaktų užmezgimo paslaugas, kad padėtų plėsti verslą ES ir už jos ribų.
- **Nacionalinės verslo paramos agentūros:** Vietos agentūros kiekvienoje ES valstybėje narėje teikia rekomendacijas dėl nacionalinių teisės aktų. Dėl konkrečių patarimų kreipkitės į savo šalies agentūrą.
- **Prekybos rūmai:** Šios vietos organizacijos dažnai padeda atlikti eksporto ir importo procedūras, plėtoti verslą ir užtikrinti atitiktį teisės aktams.

Rekomendacijos dėl teisinių konsultacijų:

- **Vietos teisės konsultantai:** Pasitelkite patarėjus, išmanančius ES ir nacionalinius įstatymus, per vietines advokatų asociacijas arba advokatų kontorą.
- **Teisinių konsultacijų įmonės:** Apsvarstykite įmones, kurios specializuojasi verslo teisės ir ES teisės aktų srityje.
- **Teisinių technologijų platformos:** Naudokitės tokiomis platformomis kaip "LegalZoom" ir "Rocket Lawyer" ir ieškokite ekonomiškai efektyvių teisinių sprendimų.
- **Verslo asociacijos:** Daugelis asociacijų turi teisės skyrius, kurie teikia papildomas rekomendacijas savo nariams.

Prieiga prie teisinės informacijos:

- **EUROPA - Verslas:** Oficialiame ES tinklalapyje pateikiama išsami informacija apie teisės aktus, finansavimo galimybes ir praktiniai vadovai verslininkams.
- **Europos e. teisingumo portalas:** Europos e-portalas padeda suprasti ES teisinę sistemas ir palengvina tarpvalstybinę teisinę veiklą.
- **Nacionaliniai verslo portalai:** Kiekviena ES šalis paprastai turi internetinį portalą, kuriame išsamiai aprašomi vietos teisės aktai ir atitikties reikalavimai.
- **Teisinės duomenų bazės:** EUR-Lex: susipažinkite su teisinėmis duomenų bazėmis, kuriose galima rasti ES teisės aktus, teismų praktikas ir teisinius tekstus.
- **Teisės naujienos ir žurnalai:** Prenumeruokite teisinių naujienų svetaines ir žurnalus, kuriuose pateikiama naujausia informacija apie teisės aktų pakeitimus ir teisinius išaiškinimus. Vertingi šaltiniai: "Legal Week", "Lexology".



4.2 skyrius: Lietuvos nacionalinė teisinė įmonės struktūra

Verslo steigimas Lietuvoje yra procesas, apimantis kelis svarbius etapus. Šis procesas reikalauja nuoseklumo ir atidumo, tačiau Lietuvoje yra sukurtos palankios sąlygos, kurios padeda pradedantiesiems verslininkams lengviau įsitvirtinti rinkoje.

Kodėl svarbu suprasti Lietuvos verslo teisinę sistemą?

Renkantis tinkamą verslo formą, svarbu atsižvelgti į planuojamos veiklos pobūdį, apimtį ir administracinius gebėjimus. Verslininkams, siekiantiems paprastesnio mokesčių administravimo ir aiškių įsipareigojimų, verslo liudijimas gali būti tinkamesnis pasirinkimas. Tuo tarpu individuali veikla labiau tinka tiems, kurie planuoja vykdyti platesnio masto ir įvairiapusišką verslą su galimybe augti ir plėstis.



Verslo subjektų Lietuvoje apžvalga

Lietuvoje galima rinktis įvairias verslo formas, priklausomai nuo veiklos pobūdžio, planuojamo masto ir kitų veiksnių. Toliau išsamiai aprašyti populiariausios verslo formos Lietuvoje: individuali veikla, mažoji bendrija (MB), uždaroji akcinė bendrovė (UAB) ir viešoji įstaiga (VŠĮ).

INDIVIDUALI VEIKLA. Tai viena iš paprasčiausių ir labiausiai paplitusių verslo formų Lietuvoje, kurią dažnai renkasi smulkieji verslininkai ir laisvai samdomi specialistai.

- **Privalumai:** Paprasta registracija ir mažesni administraciniai reikalavimai.
- **Lankstumas vykdant veiklą.** Galimybė pasirinkti apmokestinimo būdą (pagal apskaitos dokumentus arba 30% sąnaudų metodą).
- **Trūkumai:** Neribota atsakomybė: verslininkas atsako už įsipareigojimus visu savo turtu.

Sunkiau pritraukti investicijų ir plėsti verslą.

MAŽOJI BENDRIJA. Tai ribotos atsakomybės juridinis asmuo, tinkamas mažam ir vidutiniam verslui.

- **Privalumai:** Ribota atsakomybė: nariai atsako tik savo įnašais. Nėra privalomo minimalaus įstatinio kapitalo. Lankstus narių skaičius ir kapitalo valdymas.
- **Trūkumai:** Sudėtingesnė registracija ir administravimas nei individualiai veiklai. Gali būti apribojimai, susiję su finansavimu ir investicijų pritraukimu.

UŽDAROJI AKCINĖ BENDROVĖ (UAB): Tai viena populiariausių verslo formų Lietuvoje, tinkanti tiek mažam, tiek dideliam verslui.

- **Privalumai:** Ribota atsakomybė: akcininkai atsako tik įneštais pinigais. Lengviau pritraukti investicijų parduodant akcijas. Stiprus juridinis statusas ir patikimumas.
- **Trūkumai:** Privalomas minimalus įstatinis kapitalas (2500 EUR). Sudėtingesnė administracinė struktūra ir buhalterinė apskaita. Reikia steigti valdymo organus (valdybą arba direktorių).

VIEŠOJI ĮSTAIGA (VŠĮ): Tai ne pelno siekiantis juridinis asmuo, dažniausiai naudojamas socialinėms, švietimo, kultūros, sporto ir kitoms viešosioms reikmėms tenkinti.

- **Privalumai:** Galimybė gauti paramą ir dotacijas. Ribota atsakomybė. Socialinė misija ir visuomenės nauda.
- **Trūkumai:** Ribotos galimybės vykdyti komercinę veiklą. Sudėtingesnis administravimas ir ataskaitų teikimas.

Nuo ko pradėti?

Štai pagrindiniai žingsniai, kuriuos reikia atlikti norint įsteigti verslą Lietuvoje:

- **Verslo idėjos sukūrimas ir rinkos tyrimas:**
 - Pradėkite nuo verslo idėjos sukūrimo. Pasitikrinkite, ar yra rinkos paklausa jūsų siūlomai prekei ar paslaugai. Atlikite rinkos tyrimą, nustatykite konkurentus ir potencialius klientus.
- **Verslo plano parengimas:**
 - Paruoškite verslo planą, kuriame apibrėžkite verslo tikslus, strategiją, finansinius skaičiavimus ir rinkodaros planą. Verslo planas bus naudingas ne tik jums, bet ir potencialiems investuotojams bei bankams.
- **Verslo teisinės formos pasirinkimas:**
 - Pasirinkite tinkamą verslo teisinę formą (individuali veikla, mažoji bendrija, uždaroji akcinė bendrovė ir kt.). Kiekviena forma turi savo privalumų ir trūkumų, todėl svarbu pasirinkti tą, kuri geriausiai atitinka jūsų verslo poreikius.
- **Įmonės pavadinimo registracija:**
 - Išsirinkite unikalų įmonės pavadinimą ir užregistruokite jį Juridinių asmenų registre. Pasirinktas pavadinimas neturi sutapti su jau egzistuojančių įmonių pavadinimais.

- **Finansinių reikalavimų vykdymas:**
 - Atidarykite įmonės banko sąskaitą. Jei steigiate uždaryją akcinę bendrovę (UAB), reikės įmokėti pradinį kapitalą, kuris yra ne mažesnis kaip 2500 EUR. Kitiems verslo formoms pradinio kapitalo reikalavimas gali skirtis.
- **Mokesčių mokėtojo registracija:**
 - Užsiregistruokite kaip mokesčių mokėtojas Valstybinėje mokesčių inspekcijoje (VMI). Jei jūsų įmonė planuoja samdyti darbuotojus, reikės užregistruoti įmonę ir Sodroje.
- **Licencijos ir leidimai:**
 - Priklausomai nuo jūsų verslo pobūdžio, gali prireikti specialių licencijų ar leidimų. Pavyzdžiui, maitinimo įstaigoms reikės maisto tvarkymo leidimo, transporto įmonėms – transporto veiklos licencijos.
- **Veiklos pradžia:**
 - Įsitikinkite, kad turite visus reikiamus dokumentus, licencijas ir leidimus. Pradėkite savo veiklą pagal parengtą verslo planą ir strategiją.

Verslo mokesčių sistema Lietuvoje

Verslui privalomi mokėti mokesčiai Lietuvoje priklauso nuo pasirinktos verslo formos, veiklos pobūdžio ir apimties. Štai pagrindiniai mokesčiai, kuriuos reikia mokėti verslui Lietuvoje:

Pelno mokestis

- Pelno mokestis taikomas visoms įmonėms, kurios vykdo komercinę veiklą.
- Standartinis pelno mokesčio tarifas yra 15%.
- Mažoms įmonėms, kurios atitinka tam tikrus kriterijus (pvz., metinė apyvarta neviršija 300 000 EUR, o darbuotojų skaičius – ne daugiau kaip 10), gali būti taikomas 5% tarifas.
- Ne pelno siekiančios organizacijos (pvz., VŠĮ) moka pelno mokestį tik nuo komercinės veiklos pajamų.

Pridėtinės vertės mokestis (PVM)

- Pridėtinės vertės mokestis (PVM) yra vartojimo mokestis, taikomas prekių ir paslaugų pardavimui.
- Standartinis PVM tarifas Lietuvoje yra 21%.
- Kai kuriems produktams ir paslaugoms taikomi lengvatiniai tarifai (pvz., 9% arba 5%).
- Įmonės, kurių metinė apyvarta viršija 45 000 EUR, privalo registruotis PVM mokėtojais.

Valstybinio socialinio draudimo įmokos (Sodros įmokos) yra privalomos tiek darbdaviams, tiek savarankiškai dirbantiems asmenims.

- Darbdaviai moka Sodros įmokas už darbuotojus, kurios sudaro apie 31% nuo bruto darbo užmokesčio (įskaitant pensijų, sveikatos draudimą, ligos ir motinystės draudimą).
- Savarankiškai dirbantys asmenys moka įmokas pagal savo pajamas: 15,8% socialinio draudimo įmokų ir 6,98% sveikatos draudimo įmokų.

Privalomasis sveikatos draudimas (PSD). Privalomas mokestis Lietuvoje, skirtas užtikrinti sveikatos priežiūros paslaugų finansavimą visiems šalies gyventojams. Šis mokestis apima įvairias sveikatos priežiūros paslaugas, įskaitant gydytojų konsultacijas, ligoninių paslaugas, vaistų kompensavimą ir kitas sveikatos paslaugas.

NEKILNOJAMOJO TURTO MOKESTIS. Nekilnojamojo turto mokestis taikomas įmonėms, turinčioms komercinės paskirties nekilnojamąjį turtą.

- Mokestis skaičiuojamas nuo turto vertės, o tarifai nustatomi savivaldybių ir gali svyruoti nuo 0,3% iki 3%.

APLINKOSAUGOS MOKESČIAI. Aplinkosaugos mokesčiai yra taikomi įmonėms, kurios teršia aplinką arba gamina bei naudoja aplinką teršiančias medžiagas.

- Tarifai priklauso nuo teršalų rūšies ir kiekio.

KITI MOKESČIAI

Priklausomai nuo veiklos pobūdžio, gali būti taikomi ir kiti mokesčiai, tokie kaip:

- Muitai ir akcizai – taikomi importuojamoms prekėms ir tam tikroms prekių grupėms (pvz., alkoholiui, tabakui, degalams).
- Žemės mokestis – taikomas už naudojamą žemę.
- Verslo liudijimo mokestis – taikomas tam tikroms individualios veiklos rūšims, kurios gali būti vykdomos pagal verslo liudijimą.



Papatriimai pabaigai

Verslo steigimas Lietuvoje yra struktūruotas procesas, apimantis keletą svarbių etapų, pradedant nuo verslo idėjos sukūrimo ir rinkos tyrimo, baigiant įmonės registracija ir mokesčių mokėjimu. Verslininkai gali pasirinkti įvairias verslo formas, tokias kaip individuali veikla, mažoji bendrija (MB), uždaroji akcinė bendrovė (UAB) ir viešoji įstaiga (VŠĮ), atsižvelgdami į savo poreikius ir veiklos pobūdį. Kiekviena forma turi savo privalumus ir trūkumus, pavyzdžiui, individuali veikla siūlo lankstumą, tačiau reikalauja atsakomybės visu turtu, o UAB suteikia ribotą atsakomybę, tačiau reikalauja didesnių administracinių pastangų.

Lietuvoje verslas susiduria su įvairiais mokesčiais, tokiais kaip pelno mokestis, PVM, gyventojų pajamų mokestis ir socialinio draudimo įmokos. Svarbu tinkamai vykdyti visus teisės aktų reikalavimus, kad verslas galėtų sklandžiai veikti ir augti.

Ir visada atmintkite, kad mokesčiai ir teisinės verslo formos yra kaip gyvas organizmas, t.y. jos nuolat keičiasi, todėl visada verta pasitikrinti duomenis.



5 skyrius: Skaitmeniniai įgūdžiai Sėkminga elektroninė prekyba

Nesvarbu, ar tik pradodate savo kelionę, ar norite patobulinti jau turimus įgūdžius, šiame skyriuje įgysite žinių ir įrankių, reikalingų sėkmei pasiekti.



5.1 Kodėl skaitmeniniai įgūdžiai yra svarbūs

Šiuolaikiniame pasaulyje, kuriame technologijos atlieka pagrindinį vaidmenį, skaitmeninių įgūdžių turėjimas yra kaip niekada svarbus. Šie įgūdžiai apima įvairias užduotis - nuo paprastų, pavyzdžiui, el. pašto tvarkymo, iki sudėtingesnių, pavyzdžiui, skaitmeninės rinkodaros strategijos ir duomenų analizės. Norint išlikti konkurencingam darbo rinkoje, labai svarbu išmanyti šias skaitmenines priemones.

Pavyzdžiui, prisiminkite „Shopify“ - e. prekybos platformos, kuri leidžia įmonėms kurti internetines parduotuves ir pardavinėti produktus sėkmės istoriją. Shopify naudotojams teikia įvairias svetainių kūrimo, skaitmeninės rinkodaros ir pardavimų analizės priemones, todėl verslininkai gali kurti ir plėtoti savo veiklą internete. Daugiau informacijos rasite „[Shopify](#)“.

COVID-19 pandemija pabrėžė skaitmeninių įgūdžių svarbą įvairiose gyvenimo srityse. Tokios organizacijos kaip „Google Digital Garage“ siūlo nemokamus internetinius kursus įvairiomis temomis - nuo skaitmeninės rinkodaros iki duomenų analizės, suteikdamos asmenims įgūdžių, reikalingų klestėti skaitmeniniame amžiuje.

5.2 IT svarba komunikacijoje

Informacinės technologijos (IT) yra šiuolaikinės ryšių infrastruktūros pagrindas, leidžiantis įmonėms priimti apgalvotus sprendimus ir skatinti bendradarbiavimą nepriklausomai nuo geografinių ribų. Prisiminkime „Slack“ - komunikacijos platformą, kuri sukėlė bendravimo perversmą darbo vietoje, suteikdama realiuoju laiku siunčiamų žinučių, dalijimosi failais ir bendradarbiavimo įrankius, didindama produktyvumą ir ryšį skaitmeninėje darbo erdvėje.

Suprasti pagrindines kompiuterio dalis labai svarbu, kad jis veiktų sklandžiai ir būtų galima išspręsti bet kokias iškilusias problemas. Kiekviena dalis, pradedant pagrindine plokšte ir baigiant duomenis saugančiais įrenginiais, atlieka svarbų vaidmenį užtikrinant efektyvų kompiuterio veikimą.

Be to, kompiuterių tinklai palengvina įmonės ir viso pasaulio įrenginių bendravimą ir dalijimąsi informacija. Nesvarbu, ar tai būtų tinklas viename biuro pastate (LAN), ar didesnę teritoriją apimantis belaidis tinklas (WLAN), tinklai yra būtini, kad šiuolaikinės įmonės veiktų efektyviai.

5.3 Interneto pagrindai

Internetas yra tarsi didžiulis skaitmeninis pasaulis, kuriame yra begalė galimybių kalbėtis, dalytis informacija, pirkti ir parduoti daiktus. Tokios naršyklės kaip „Google Chrome“ ir paieškos sistemos, pavyzdžiui, „Google“, padeda žmonėms sklandžiai naršyti internete. Tokie įrankiai kaip „Slack“ ir „Microsoft Teams“ padeda žmonėms dirbti kartu ir palaikyti ryšį skaitmeniniame biure.

Socialinės medijos svetainės tapo ne tik pokalbių su draugais svetainėmis. Jos tapo svarbiais įrankiais įmonėms reklamuoti ir parduoti savo produktus. Norėdamos gerai naudotis šiomis platformomis, įmonės turi turėti apgalvotą planą, kuris atitiktų žmonių poreikius, kuriuos jos nori įtraukti į rinkodarą, ir tai, ko jos nori pasiekti rinkodaros priemonėmis.



5.4 Skaitmeninė rinkodara – elektroninės prekybos raktas

Internetinio verslo pasaulyje skaitmeninė rinkodara yra neginčijama čempionė, pranokstanti tradicinius reklamos būdus, nes gali pasiekti platesnę auditoriją ir užtikrinti didesnę investicijų grąžą. Tokios platformos, kaip „Meta“ (buvęs „Facebook“) ir „Instagram“, sukėlė revoliuciją įmonių bendravime su klientais, nes suteikė pritaikytą reklamos galimybių ir vertingų įžvalgų apie vartotojų pageidavimus.

Norint padidinti produktyvumą ir efektyvumą skaitmeninėje darbo vietoje, labai svarbu išmokti naudotis bendradarbiavimo priemonėmis ir platformomis. Nesvarbu, ar tai būtų naudojimas projektų valdymo priemonėmis, pavyzdžiui, „Asana“ ir „Trello“, ar klientų aptarnavimo platformomis, pavyzdžiui, „Zendesk“ ir „Intercom“, šių priemonių įvaldymas pagerina komandinį darbą ir kolegų bendravimą.

5.5 Interneto įrankiai

Interneto pasaulyje gausu naudingų įrankių, kurie gali padėti sklandžiau vykdyti e. prekybos verslą. Pavyzdžiui, yra tokios bendravimo priemonės kaip „Slack“ ir „Microsoft Teams“, kurios padeda komandoms lengvai bendrauti tarpusavyje. Taip pat yra projektų valdymo platformos, pavyzdžiui, „Asana“ ir „Trello“, kurios padeda organizuoti užduotis ir išlaikyti visus viename lape.

Jei reikia sukurti patrauklią savo verslo vaizdinę medžiagą, labai praverčia grafinio dizaino platformos, pavyzdžiui, „Canva“. O jei norite puikiai aptarnauti klientus, tokios platformos kaip „Zendesk“ ir „Intercom“ gali padėti bendrauti su klientais ir sekti jų poreikius.

Kai reikia tvarkyti dokumentus ir kartu dirbti su projektais, tokios priemonės kaip „Google Workspace“ ir „Microsoft 365“ yra puikios, nes leidžia dalytis informacija ir bendradarbiauti su kitais, nesvarbu, kur jie bebūtų.



5.6 E. prekybos matomumo didinimas pasitelkiant skaitmeninę rinkodarą

Labai konkurencingame e. prekybos pasaulyje labai svarbu, kad įmonės būtų matomos, o skaitmeninė rinkodara vaidina svarbų vaidmenį, kad jos išsiskirtų internete. Dvi pagrindinės strategijos, kuriomis siekiama padidinti matomumą ir pritraukti lankytojų į e. prekybos svetaines, yra optimizavimas paieškos sistemoms (SEO) ir rinkodara paieškos sistemose (SEM).

SEO apima svetainių optimizavimą, kad jos užimtų aukštesnes pozicijas paieškos sistemų rezultatuose ir taptų geriau matomos naudotojams, ieškantiems susijusių produktų ar paslaugų. SEM apima mokamos reklamos strategijas, pavyzdžiui, PPC (angl. Pay-Per-Click) reklamą, kuri leidžia įmonėms skaitmeninėse platformose talpinti tikslinius skelbimus.

PPC reklama leidžia įmonėms tiksliai ir efektyviai pasiekti potencialius klientus, rodant skelbimus naudotojams pagal jų paieškos užklausas arba naršymo elgseną. Toks tikslinis požiūris maksimaliai padidina reklamos kampanijų veiksmingumą ir padeda įmonėms pritraukti reikiamą srautą į savo svetaines.



5.7 Skaitmeninio turinio optimizavimas

Norint veiksmingai optimizuoti savo skaitmeninį turinį, reikia strateginio plano, kuris apimtų bendravimą su auditorija socialinėje žiniasklaidoje, svetainės optimizavimą ir reguliarią veiklos rezultatų stebėseną. Tokie įrankiai, kaip „Google Analytics“, suteikia neįkainojamų įžvalgų apie svetainės srautą ir naudotojų elgseną, todėl įmonės gali tobulinti savo strategijas ir gerinti savo buvimą internete.

Kitas pavyzdys - „HubSpot“, kuri įmonėms teikia daugybę išteklių ir įrankių. HubSpot siūlo CRM programinę įrangą, turinio valdymo sistemas ir rinkodaros automatizavimo priemones, kurios padeda įmonėms pritraukti lankytojus, konvertuoti potencialius klientus ir veiksmingai įtraukti klientus.

5.8 Kaip didinti prekės ženklo žinomumą

Pateikiame pagrindines strategijas, kaip padidinti jūsų el. parduotuvės prekės ženklo žinomumą:

Sukurkite nuoseklų prekės ženklo identitetą:

Sukurkite unikalią ir nuoseklią savo prekės ženklo išvaizdą ir toną, jis taps lengvai atpažįstamas jūsų klientams ir išliks jų sąmonėje.

Pasinaudokite socialine žiniasklaida:

Naudodamiesi socialine žiniasklaida padidinsite savo auditorijos įsitraukimą. Todėl svarbu sutelkti dėmesį į platformas, kuriose jūsų tiksliniai klientai yra aktyvūs, dalytis vertingu turiniu ir vykdyti interaktyvias kampanijas, kad padidintumėte matomumą.

Pasinaudokite influencerių rinkodara:

Bendradarbiaukite su įtakingais asmenimis, kuriems būdingos jūsų prekės ženklo vertybės, kad išplėstumėte savo pasiekiamumą, padidintumėte patikimumą ir paskatintumėte savo parduotuvės lankytojų srautą.

Įgyvendinkite turinio rinkodarą:

Rašykite įdomius tinklaraščių įrašus, bendradarbiaukite su kitais tinklaraščių autorais, kurkite vaizdo įrašus, kad padidintumėte savo prekės ženklo patikimumą ir praplėstumėte savo auditoriją. Kuo daugiau, tuo geriau!

Teikite klientų aptarnavimo paslaugas:

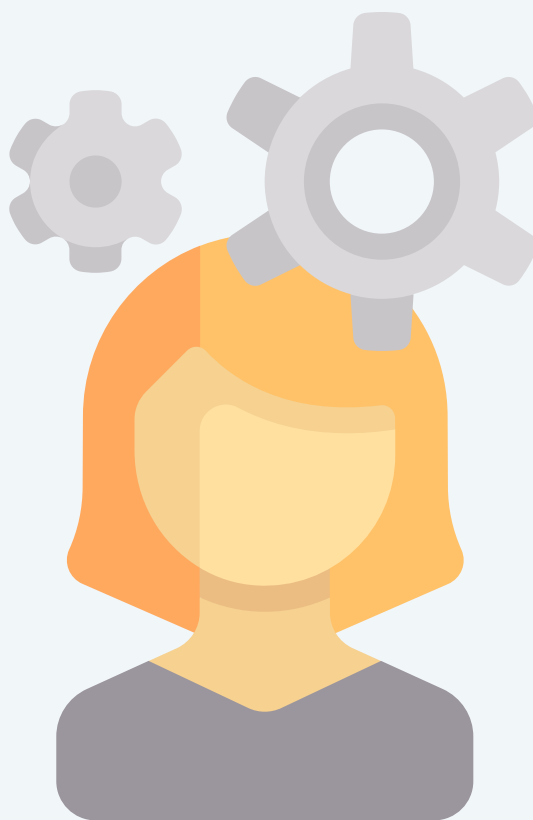
Teikdami paslaugas, užtikrinkite, kad suteiktumėte greitą, asmeninę pagalbą, palengvintumėte prekių grąžinimą ir naudokitės klientų atsiliepimais, kad sukurtumėte gerą reputaciją ir skatintumėte geras rekomendacijas. Jei įmanoma, visada prašykite atsiliepimų ar įvertinimų, kad padidintumėte savo patikimumą ir vienu šūviu nušautumėte du zuikius!

Bendradarbiaukite su papildomais prekių ženklais:

Bendradarbiaukite su prekių ženklais, kurie gerai dera su jūsų prekių ženklu, rengdami bendras akcijas ir partnerių programas, kad išplėstumėte savo pasiekiamumą ir padidintumėte savo prekių ženklo žinomumą. Bendradarbiaudami su panašiai mąstančiais partneriais galėsite naudotis vieni kitų klientų bazėmis, kurti įdomesnes rinkodaros kampanijas ir dalytis ištekliais. Tai gali būti bendrų prekių ženklų produktai, bendri įrašai socialinėje žiniasklaidoje arba bendri pasiūlymai, kurie pritraukia naujų klientų ir stiprina abu prekių ženklus. Be to, bendrų renginių ar internetinių seminarų organizavimas gali suteikti papildomos vertės jūsų auditorijai, padėdamas dar labiau įtvirtinti jūsų prekės ženklo pozicijas rinkoje.

6 skyrius: Moterų verslininkų minkštieji įgūdžiai

Šiame skyriuje pabrėžiama minkštųjų įgūdžių svarba moterims verslininkėms, kad jos galėtų veiksmingai įveikti verslo pasaulio iššūkius ir galimybes. Pagrindiniai minkštieji įgūdžiai, tokie kaip komunikacija, skaičiavimo įgūdžiai, saviugda, streso valdymas ir komandos dinamikos supratimas, yra būtini siekiant sėkmės versle.



6.1 Efektyvi komunikacija

Komunikacija - tai informacijos perdavimo tarp asmenų procesas, kai yra siuntėjas, pranešimas, terpė (arba kanalas), gavėjas ir grįžtamasis ryšys. Veiksmingas bendravimas, ypač moterų verslininkų, yra kertinis akmuo. Tai ne tik keitimasis informacija, bet ir aiškus pranešimų perdavimas, ryšių skatinimas ir verslo augimo skatinimas. Konkurencinėje aplinkoje gebėjimas efektyviai bendrauti gali būti labai svarbus kuriant santykius, įtvirtinant patikimumą ir siekiant norimų rezultatų.

6.2 Skaičiavimo gebėjimai

Skaičiavimo įgūdžiai leidžia priimti apgalvotus finansinius sprendimus, efektyviai valdyti išteklius ir prisidėti prie bendros sėkmės ir tvarumo. Mokykitės apie duomenų vizualizavimo svarbą, diagramų tipus, pavyzdžiui, stulpelines, skritulines ir linijines diagramas, grafikų ir diagramų skirtumus, lentelių įsisavinimą siekiant veiksmingai interpretuoti duomenis, atlikite praktinius pratimus, kad įgytumėte praktinės patirties. Pradedant verslą taip pat aktualu išmanyti pagrindines finansų sąvokas, biudžeto sudarymą, finansinių ataskaitų aiškinimą, investicijas ir investicijų analizę.

6.3 Saviugda

Saviugdos strategijos verslininkams padeda puoselėti visapusišką gerovę ir užtikrinti ilgalaikę sėkmę tiek asmeniniame, tiek profesiniame gyvenime. Šioje dalyje kalbama apie fizinės gerovės prioritetus, kokybišką miegą, sąmoningumo praktiką, suplanuotas pertraukas, pomėgius emocinei pusiausvyrai užtikrinti, motyvacijos supratimą, pozityvaus mąstymo ugdymą, neigiamo kalbėjimo apie save išbandymą ir į augimą orientuotą mąstyseną.

Efektyvus laiko valdymas gali padidinti produktyvumą, sumažinti stresą ir pagerinti sprendimų priėmimą. Jis apima tikslų nustatymą, užduočių prioritetų nustatymą ir metodų, kaip kuo geriau išnaudoti ribotus ir neatsinaujinančius laiko išteklius, taikymą.



6.4 Streso valdymas

Stresas yra daugialypis reiškinys, kuris gali pasireikšti kaip trumpalaikė reakcija arba virsti chroniška būseną, turinti didelį poveikį gerovei. Šiame skyriuje aptariamas streso supratimas, įskaitant ūmaus ir lėtinio streso atskyrimą, vidinių ir išorinių stresą sukeliančių veiksnių nagrinėjimą, poveikį psichinei ir fizinei sveikatai, kognityvinės psichologijos įžvalgas ir streso šaltinių nustatymo svarbą siekiant veiksmingai juos valdyti.

Taikykite šias strategijas: sąmoningumas ir meditacija, fizinis aktyvumas, kvėpavimo technikos, subalansuota mityba, kūrybiniai užsiėmimai, terapija, padedanti įveikti stresą ir gauti emocinę paramą.

6.5 Komandinis darbas

Verslumo pasaulyje sėkmė dažnai priklauso nuo darnių, veiksmingų ir bendradarbiaujančių komandų. Šių komandų pagrindas yra sudėtinga tarpasmeninė sąveika, paprastai vadinama „komandos dinamika“. Kurdami aplinką, kurioje komandos nariai jaučiasi patogiai dalydamiesi idėjomis, užduodami klausimus ir teikdami konstruktyvų grįžtamąjį ryšį, verslininkai gali skatinti bendrą problemų sprendimą ir stiprinti analitinius įgūdžius visoje komandoje. Verslumo kontekste aktyvus mokymasis yra labai svarbus skatinant gebėjimą prisitaikyti ir aktualumą greitai besikeičiančioje verslo aplinkoje.

6.6 Naudinga žinoti

EntreComp - tai Europos Komisijos parengta sistema, kurioje pateikiami verslumo gebėjimai, būtini asmens gerovei, pabrėžiami tokie įgūdžiai kaip kūrybiškumas, problemų sprendimas ir rizikos valdymas asmeniniame, socialiniame ir profesiniame kontekste. Kadangi verslumo kompetencijos dabar vis dažniau laikomos universaliais arba minkštaisiais įgūdžiais, susipažinkite su jų parengtu vadovu ir pabandykite įvertinti save - jį rasite šioje [nuorodoje](#).

7 skyrius: Žodžio sklaida

Galiausiai nenorime jūsų išleisti į šaltą vandenį nepatara, kaip tvarkyti savo finansus. O kol tai darysime, pakalbėkime apie tai, kaip efektyviau reklamuotis nesugriaunant banko - nes kam gi nepatinka sutaupyti keletą dolerių? O ir naujų klientų paieška? Tai tarsi lobio medžioklė, tik su mažiau piratų ir didesniu pelnu. Taigi, pasinerkime į tai, gerai?

7.1 Pradėkite pirmuosius verslo biudžeto kūrimo žingsnius

Verslo biudžeto kūrimas nuo nulio gali atrodyti nuobodus, tačiau tai labai svarbus žingsnis kiekvienam verslininkui. Geriausia būtų pasamdyti buhalterį, kuris padėtų sudaryti biudžetą. Tačiau jei negalite sau jo leisti arba nemanote, kad iš pradžių tai būtina, galite tai padaryti patys.

Pradėkite nuo visų savo išlaidų rinkimo ir registravimo, naudodami paprastą „Excel“ failą. Susipažinkite su „Excel“, išmokite pagrindinių funkcijų ir formulių, kad galėtumėte sukurti savo biudžeto lentelę. Labai svarbu atidžiai stebėti savo išlaidas ir pajamas, kad biudžetas būtų tikslus ir atnaujintas. Be to, išstirkite savo šalies mokesčių sistemą ir įsitikinkite, kad turite visą reikiamą informaciją, kad galėtumėte laikytis mokesčių taisyklių. Nepamirškite prognozuoti savo pajamų, remdamiesi rinkos tyrimais ir realiomis prielaidomis. Numatykite rezervą nenumatytoms išlaidoms ir reguliariai peržiūrėkite bei koreguokite savo biudžetą, nes jūsų verslas vystosi. Laikydami šiu žingsnių, galite veiksmingai valdyti savo verslo finansus ir sukurti tvirtą savo įmonės pagrindą. Čia pateikiame pavyzdį, kaip galėtų atrodyti jūsų lentelė:

Mėnuo	Pajamos	Fiksuotos išlaidos	Kintamos išlaidos	Išlaidos iš viso	Grynasis pelnas / nuostoliai
Sausis					
Vasaris					
Kovas					
...					

7.2 Kaip efektyviau reklamuotis ir už prieinamesnę kainą

Kokie yra elektroninės prekybos parduotuvių privalumai? Didelis jų privalumas - pasaulinis pasiekiamumas, kuris, palyginti su fizinėmis parduotuvėmis, kainuoja mažiau. Tačiau turėtume atsižvelgti į tai, kad ekonomiškai efektyvus jų valdymas kelia sunkumų. Kol kas sutelkime dėmesį į sąranką!

Optimizuokite žiniatinklio talpinimą (hosting):

Pasirinkite patikimą, biudžetui palankią internetinio puslapio talpinimo paslaugą, kad išvengtumėte atsilikimų, prastovų ar lėto krovimo laiko, kuris gali atbaidyti klientus. Ieškokite keičiamo mastelio sprendimų ir palyginkite paslaugų teikėjus, kad rastumėte geriausią vertę be paslėptų mokesčių.

Efektyvus atsargų valdymas:

Subalansuokite atsargų kiekį, kad išvengtumėte nuostolių ar prarastų pardavimų. Naudokite atsargų sistemas paklausos prognozavimui ir pardavimų stebėjimui, apsvarstykite dropshippingo arba trečiųjų šalių logistikos galimybes, kad sumažintumėte išlaidas ir padidintumėte efektyvumą.

Ekonomiškai efektyvios siuntimo strategijos:

Taikykite tokias strategijas, kaip vienodo dydžio arba pakopinės kainos, pagrįstos užsakymo dydžiu, arba įtraukite pristatymo išlaidas į produktų kainas kaip „nemokamą“ pristatymą. Derėkitės su vežėjais dėl geresnių tarifų ir racionalizuokite pakavimą, kad sutaupytumėte pinigų.

Supaprastinkite užsakymų vykdymą:

Pagerinkite užsakymų vykdymą, kad padidintumėte klientų pasitenkinimą ir sumažintumėte išlaidas. Optimizuokite sandėlio išdėstymą, naudokite veiksmingas sekimo sistemas arba apsvarstykite galimybę užsakymus vykdyti pasitelkiant trečiąsias šalis, atsižvelgiant į savo poreikius ir išteklius.

Naudokite automatizavimą:

Automatizuokite užduotis, kad padidintumėte efektyvumą ir sumažintumėte išlaidas. Tokie įrankiai kaip pokalbių robotai ir automatiniai el. laiškai pagerina klientų aptarnavimą ir supaprastina operacijas, sumažindami klaidų skaičių ir pagreitindami pardavimo procesą.

Nuolatinis optimizavimas ir tobulinimas:

Reguliariai analizuokite veiklos duomenis, kad pagerintumėte dizainą, konversijų rodiklius ir rinkodaros pastangas. Nuolat bandykite naujas strategijas, kad sumažintumėte išlaidas ir padidintumėte pelną.

7.3 Kaip sumažinti komunikacijos išlaidas

Yra keletas būdų, kaip sumažinti komunikacijos išlaidas, štai keletas iš jų:

Pereikite prie VoIP (balso perdavimas internetu):

Galite naudotis interneto ryšiu ir skambinti pigiau, palyginti su tradicinėmis telefono ryšio paslaugomis.

Automatizuokite procesus:

Automatizuokite užsakymų apdorojimo, atsargų valdymo ir klientų aptarnavimo procesus, kad sumažintumėte darbo sąnaudas ir padidintumėte efektyvumą. Duomenų analizės naudojimas gali padėti racionalizuoti šiuos procesus.

Pagerinkite klientų aptarnavimą:

Klientų aptarnavimo gerinimas padės sumažinti grąžinamų prekių kiekį ir padidinti lojalumą. Klientų grįžtamojo ryšio analizė padeda anksti nustatyti problemas, o tai leidžia sutaupyti su problemų sprendimu susijusias išlaidas.

Optimizuokite atsargas:

Užtikrinkite, kad atsargų lygis atitiktų pardavimų prognozes, kad sumažintumėte atsargų perteklių ir sandėliavimo sąnaudas, kartu išlaikydami pakankamą pirkinių kiekį, kad patenkintumėte paklausą.

Efektyvi rinkodara:

Naudokite klientų įsigijimo duomenis, kad nustatytumėte ekonomiškai efektyviausius rinkodaros kanalus. Pirmenybę teikite SEO ir el. pašto rinkodarai, kad pasiektumėte didesnę investicijų grąžą ir sumažintumėte rinkodaros išlaidas.

PRIEDAS: simuliaciniai verslo žaidimai

Kalbant apie simuliacinius žaidimus, turima omenyje žaidybinių mokymosi sprendimų kategoriją, kai besimokantieji įtraukiami į aplinką, imituojančią realaus gyvenimo atvejus, pvz., verslo valdymą. Šie sprendimai tampa vis populiare sni profesinio mokymo srityje. Jie leidžia darbuotojams mokytis per tiesioginę patirtį, todėl mokymasis yra veiksmingesnis nei tradiciniai metodai, grindžiami tik teorija. Jie sukuria saugią aplinką, kurioje darbuotojai gali daryti klaidas ir mokytis iš jų be realios rizikos įmonei. Be to, žaidimai paprastai būna patrauklesni ir labiau motyvuojantys nei tradiciniai mokymo metodai, todėl didina darbuotojų susidomėjimą ir dalyvavimą. Šie žaidimai padeda ugdyti praktinius ir minkštuosius įgūdžius, pavyzdžiui, problemų sprendimo, kritinio mąstymo, laiko valdymo ir komandinio darbo įgūdžius. Juos galima pritaikyti konkretiems verslo scenarijams ir sektoriams, pavyzdžiui, el. prekybos, kuriuose galima imituoti tokius svarbius aspektus kaip bendravimas su klientais, atsargų valdymas ir rinkos strategijos, todėl mokymas tampa labai aktualus ir pritaikytas įmonės poreikiams.

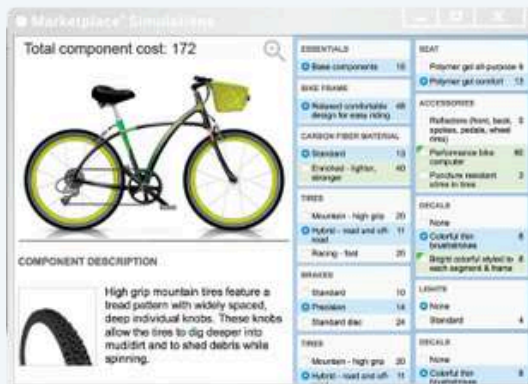
Galiausiai, simuliaciniai žaidimai suteikia galimybę stebėti dalyvių veiklą ir nedelsiant teikti grįžtamąjį ryšį, taip palengvinant nuolatinį tobulėjimą. Šis novatoriškas metodas ne tik didina produktyvumą ir kūrybiškumą, bet ir padeda įmonėms išlikti konkurencingoms sparčiai besikeičiančioje skaitmeninėje aplinkoje.

Šiame skyriuje rekomenduojame keletą verslo sektoriaus, konkrečiai el. prekybos sektoriaus, simuliacinių žaidimų, kurie gali būti naudingi norint pasitikrinti teorines žinias ir patobulinti praktinius įgūdžius.



Marketplace Simulations

„Marketplace Simulations“ siūlo įvairias interaktyvias verslo simuliacijas, skirtas strateginiam valdymui, rinkodarai ir verslumui. Šiuose žaidimuose žaidėjai vadovauja virtualioms įmonėms, kuriose jie turi priimti sprendimus dėl kainų nustatymo, produktų kūrimo, rinkodaros strategijų ir kitų dalykų, kad galėtų konkuruoti imituojamoje rinkos aplinkoje.



Žaidimai sukurti taip, kad atspindėtų realaus pasaulio iššūkius, o žaidėjams suteiktų praktinio mokymosi patirties, kuri pagerintų jų verslo įgūdžius. Paslauga siūlo skirtingo pobūdžio simuliacijas su skirtingais darbo būdais, todėl žaidimų savybės labai priklauso nuo pasirinktų temų ir žaidimo būdo.

- **Galimi žaidimai / scenarijai:**

verslumo, tiekimo grandinės, rinkodaros, strategijos ir kt.

- **Kalbos:**

Kalbos: priklauso nuo pasirinkto žaidimo. Kai kurie yra tik anglų kalba, kiti - įvairiomis kalbomis. Visas galimų kalbų rinkinys: Visi pasirinkimai: anglų, vokiečių, ispanų, prancūzų, lietuvių, lenkų, portugalų, kinų, japonų, korėjiečių ir rusų.

- **Reikalinga komanda:**

Kai kuriuos žaidimus galima žaisti individualiai, o kitiems reikia komandos.

- **Reikalingas instruktorius:**

Kai kuriems žaidimams reikia žmogaus instruktoriaus, kitus galima prižiūrėti kompiuteriu.

- **Kaina:**

Priklausomai nuo žaidimo ir dalyvių skaičiaus, kaina gali skirtis.

Interneto svetainė: <https://www.marketplace-simulation.com/>

GoVenture CEO

„GoVenture CEO“ yra įtraukiantis verslo simulatorius, kuriame žaidėjai atlieka generalinio direktoriaus vaidmenį. Dalyviai turi priimti aukšto lygio sprendimus dėl įvairių įmonės aspektų, įskaitant gamybą, rinkodarą, finansus ir žmogiškuosius išteklius.



Žaidimas suteikia tikrovišką patirtį valdant verslą, o žaidėjai turi mąstyti strategiškai ir efektyviai valdyti savo išteklius. Jis skirtas ugdyti vadovavimo įgūdžius ir visapusišką verslo operacijų supratimą.

- **Galimi žaidimai / scenarijai:**

Verslumas, rinkodara, žmogiškieji ištekliai, strategija, valdymas ir kt.

- **Kalbos:**

anglų kalba, su integruotu „Google Translate“ įskiepiu, leidžiančiu persijungti į daugiau nei 100 kalbų.

- **Reikalinga komanda:**

Ne, žaidimus galima žaisti tiek individualiai, tiek komandomis.

- **Reikalingas instruktorius:**

Kai kuriems žaidimams reikia žmogaus instruktoriaus, kitus žaidimus gali prižiūrėti kompiuteris.

- **Kaina:**

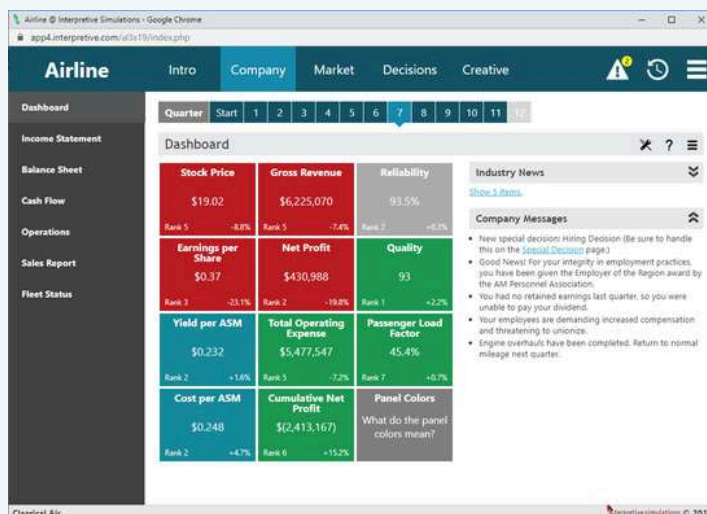
Prenumeratos kodas prieinamas ir studentams, ir dėstytojams.

Interneto svetainė: <https://goventureceo.com/>

Interpretative Simulations

„Interpretive.com“ yra patyriminio mokymosi priemonių, skirtų verslo švietimui tobulinti pasitelkiant interaktyvias simuliacijas ir programinę įrangą, teikėja. 2001 m. įkurta „Interpretive“ kuria naujoviškas verslo simuliacijas, kurios naudojamos akademinėje ir verslo aplinkoje, siekiant patraukliai ir praktiškai mokyti sudėtingų verslo sąvokų.

Jų simuliacijos apima įvairias verslo disciplinas, įskaitant rinkodarą, valdymą, strategiją ir veiklą. Pavyzdžiui, „BizCafe“ yra simuliacinis žaidimas, kuriame daugiausia dėmesio skiriama kavos parduotuvės veiklai, o „MarketShare“ dalyvius perkelia į supakuotų prekių pramonę. Šiuose žaidimuose mokoma pagrindinių verslo sąvokų, pavyzdžiui, vadybos, rinkodaros, kainų strategijos ir rinkos analizės.



- **Galimi žaidimai ir scenarijai:**

Yra keturi pagrindiniai sektoriai (vadyba, rinkodara, strategija ir tvarumas). Kiekviename iš jų yra keli skirtingi žaidimai / scenarijai.

- **Kalbos:**

anglų kalba.

- **Reikalinga komanda:**

Taip.

- **Reikalingas instruktorius:**

Taip.

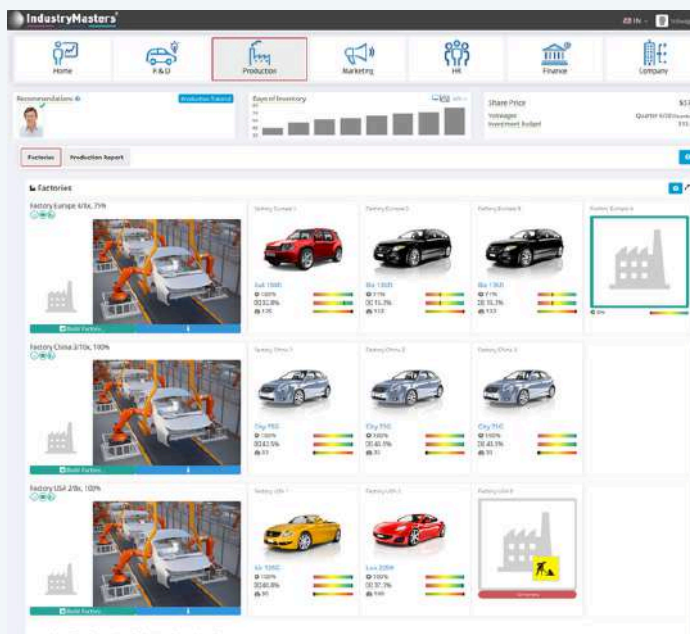
- **Kaina:**

Priklausomai nuo žaidimo ir dalyvių skaičiaus, kaina gali skirtis. Dem versija pagal pageidavimą.

Interneto svetainė: <https://www.interpretive.com/>

IndustryMasters

„IndustryMasters“ - tai verslo simuliacijos žaidimas, kuriame galima realiai valdyti įmonę konkurencingoje rinkoje. Žaidėjai imasi verslo vadovų vaidmens ir priima sprendimus dėl finansų, rinkodaros, gamybos ir kitų dalykų. Žaidime pateikiami įvairūs scenarijai ir pramonės šakos aplinka, todėl žaidėjai gali praktiškai išbandyti ir tobulinti savo verslo strategijas.



„IndustryMasters“ naudojama įmonių mokymuose ir akademinėse programose, siekiant pagerinti strateginio mąstymo ir sprendimų priėmimo įgūdžius.

- **Galimi žaidimai / scenarijai:**

(pavyzdžiui, pokyčių valdymas, skaitmeninės rinkodaros valdymas, projektų valdymas, tiekimo grandinės valdymas), taikomi konkrečiuose sektoriuose (žemės ūkio verslas, oro uostai, automobilių, dviračių, automobilių pardavėjai, statybos, platinimas, energetika, viešbučių valdymas, telekomunikacijos, projektų valdymas).

- **Kalbos:**

anglų kalba.

- **Reikalinga komanda:**

Kai kuriuos žaidimus galima žaisti individualiai, o kitiems reikia komandos.

- **Reikalingas instruktorius:**

Kai kuriems žaidimams reikia žmogaus instruktoriaus, kitus galima prižiūrėti kompiuteriu.

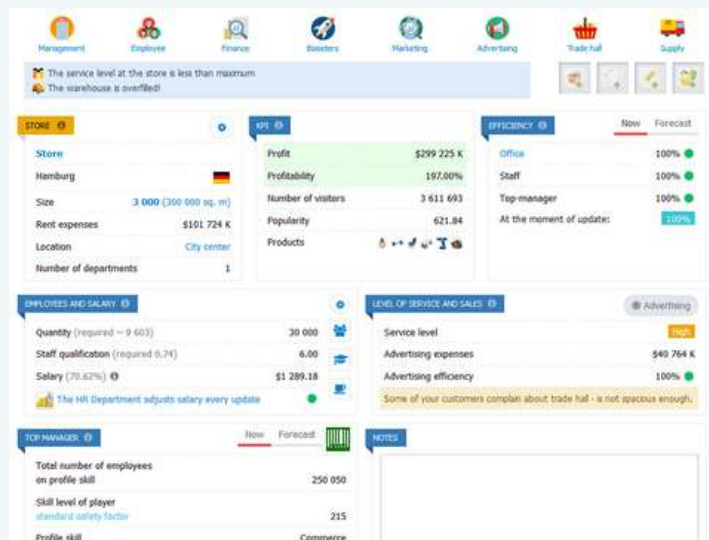
- **Kaina:**

Priklausomai nuo žaidimo ir dalyvių skaičiaus, kaina gali skirtis.

Interneto svetainė: <https://www.industrymasters.com/>

Virtonomics

„Virtonomics“ yra internetinis daugelio žaidėjų verslo simuliacijos žaidimas, kuriame žaidėjai kuria ir valdo įvairių pramonės šakų įmones. Žaidimas apima rinkos konkurencijos, tiekimo grandinės valdymo, ekonominės strategijos ir finansų planavimo elementus. Žaidėjai gali bendrauti tarpusavyje virtualioje ekonomikoje.



Jos gali pirkti ir parduoti prekes, konkuruoti dėl rinkos dalies ir sudaryti strateginius aljansus. „Virtonomics“ siūlo tikrovišką ir sudėtingą aplinką, kuri atspindi realią verslo dinamiką, todėl tai puiki mokymosi ir eksperimentavimo priemonė.

- **Galimi žaidimai / scenarijai:**

Rinkos lyderis, verslininkas, įkūrėjas)

- **Kalbos:**

Taikomosios kalbos: anglų, rusų, ispanų, vokiečių, italų, italų, portugalų, prancūzų. Žaidimai gali būti skirtingomis kalbomis: kai kurie tik anglų kalba, kiti - dviem ar daugiau kalbų.

- **Reikalinga komanda:**

Kai kuriuos žaidimus galima žaisti individualiai, o kitiems reikia komandos.

- **Reikalingas instruktorius:**

Kai kuriems žaidimams reikia žmogaus instruktoriaus, kitus gali prižiūrėti kompiuteris.

- **Kaina:**

Priklausomai nuo žaidimo ir dalyvių skaičiaus, kaina gali skirtis.

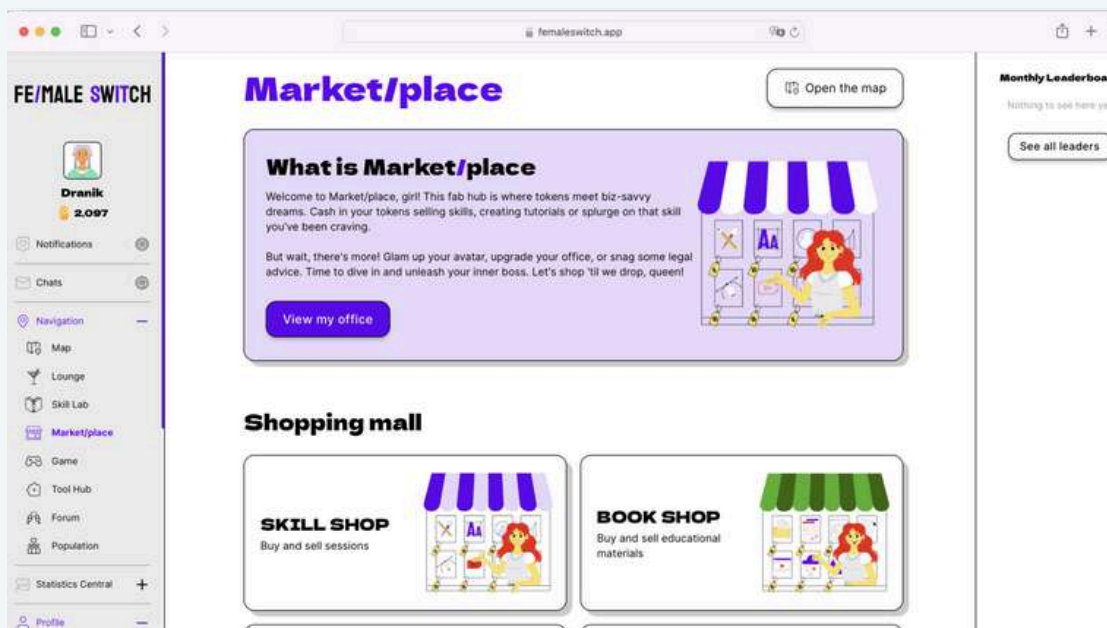
Galimas demonstracinis žaidimas.

Interneto svetainė: <https://virtonomics.com/>

Female Switch

„Female Switch“ yra novatoriška žaidimų platforma, skirta suteikti moterims daugiau galimybių verslumo ir lyderystės srityje. Platforma siūlo įtraukiančią, interaktyvią patirtį, kurioje naudotojai gali ugdyti ir tobulinti savo verslo įgūdžius pagal realaus pasaulio scenarijus ir iššūkius.

Integruodama žaidimų ir praktinio verslo mokymo elementus, „Female Switch“ siekia sukurti palankią ir patrauklią aplinką, kurioje moterys galėtų mokytis, užmegzti ryšius ir ugdyti savo verslumo gebėjimus. Ši platforma pritaikyta padėti moterims įveikti sudėtingus verslo pradžios ir vykdymo sunkumus, suteikti joms priemonių, žinių ir pasitikėjimo savimi, reikalingų norint sėkmingai veikti konkurencingoje verslo aplinkoje.



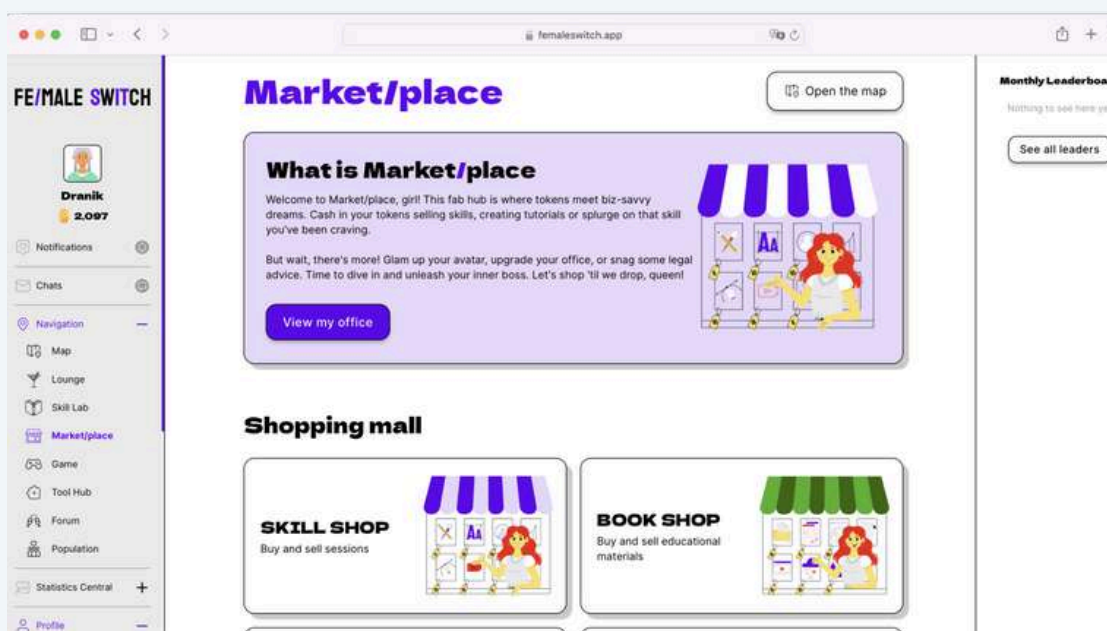
- **Available games/scenarios:** One.
- **Languages:** English
- **Team required:** no
- **Instructor required:** no
- **Price:** Free trial, different costs depending by the features.

Website: <https://femaleswitch.app/>

Female Switch

„Female Switch“ yra novatoriška žaidimų platforma, skirta suteikti moterims daugiau galimybių verslumo ir lyderystės srityje. Platforma siūlo įtraukiančią, interaktyvią patirtį, kurioje naudotojai gali ugdyti ir tobulinti savo verslo įgūdžius pagal realaus pasaulio scenarijus ir iššūkius.

Integruodama žaidimų ir praktinio verslo mokymo elementus, „Female Switch“ siekia sukurti palankią ir patrauklią aplinką, kurioje moterys galėtų mokytis, užmegzti ryšius ir ugdyti savo verslumo gebėjimus. Ši platforma pritaikyta padėti moterims įveikti sudėtingus verslo pradžios ir vykdymo sunkumus, suteikti joms priemonių, žinių ir pasitikėjimo savimi, reikalingų norint sėkmingai veikti konkurencingoje verslo aplinkoje.



Galimi žaidimai/scenarijai: vienas.

Kalbos: anglų

Reikalinga komanda: ne

Reikalingas instruktorius: ne

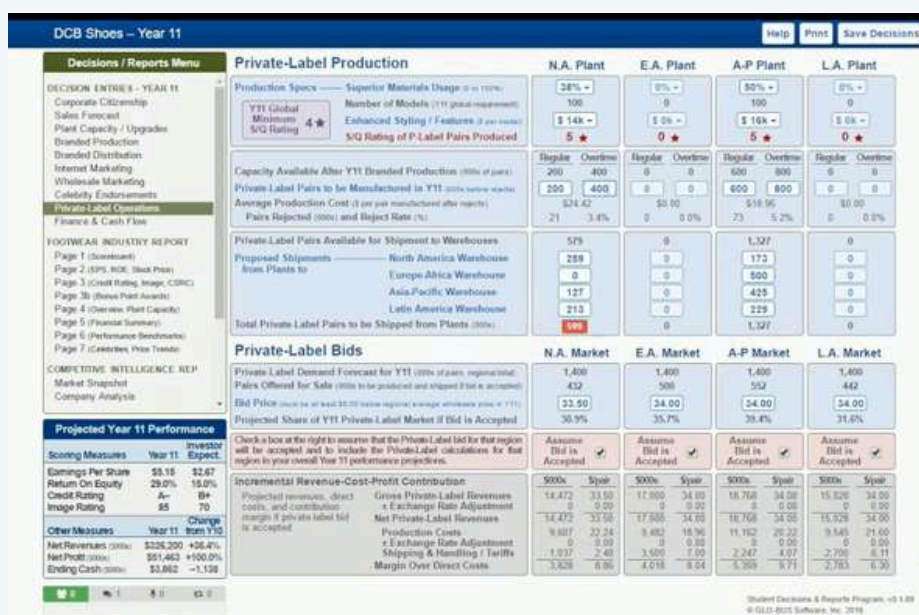
Kaina: nemokamas bandomasis laikotarpis, skirtingi mokesčiai, priklausomai nuo funkcijų.

Svetainė: <https://femaleswitch.app/>

The Business Strategy Game

Verslo strategijos žaidimas - tai išsami simuliacija, kurios metu dalyviai valdo virtualią sportinės avalynės įmonę. Žaidėjai atsakingi už strateginių sprendimų priėmimą tokiose srityse kaip gamyba, rinkodara, finansai, žmogiškieji ištekliai ir įmonių socialinė atsakomybė.

Žaidime imituojama itin konkurencinga pasaulinė rinka, todėl dalyviai gali išbandyti savo verslo strategijas, palyginti jas su kitomis komandomis. Ši įtraukianti patirtis padeda ugdyti kritinį mąstymą, strateginio planavimo ir sprendimų priėmimo įgūdžius.



The screenshot displays the 'DCB Shoes - Year 11' interface. It features a navigation menu on the left, a central 'Private-Label Production' section with a table of metrics for four plants (N.A., E.A., A-P, L.A.), and a 'Private-Label Bids' section with a table of market data. The bottom section shows 'Projected Year 11 Performance' with various financial indicators.

	N.A. Plant	E.A. Plant	A-P Plant	L.A. Plant
Production Specs	38%	0%	52%	0%
Y11 Global Minimum S/Q Rating	4★	0★	5★	0★
Capacity Available After Y11 Branded Production	200	400	600	800
Private-Label Pairs to be Manufactured in Y11	200	400	600	800
Average Production Cost	\$24.42	\$0.00	\$18.96	\$0.00
Pairs Rejected (000s) and Reject Rate (%)	21 3.4%	0 0.0%	73 5.2%	0 0.0%
Private-Label Pairs Available for Shipment to Warehouses	579	0	1,327	0
Proposed Shipments from Plants to	258	0	173	0
North America Warehouse	0	0	500	0
Europe Africa Warehouse	127	0	425	0
Asia Pacific Warehouse	213	0	229	0
Latin America Warehouse	0	0	0	0
Total Private-Label Pairs to be Shipped from Plants	579	0	1,327	0

	N.A. Market	E.A. Market	A-P Market	L.A. Market
Private-Label Demand Forecast for Y11	1,400	1,400	1,400	1,400
Pairs Offered for Sale	432	508	592	442
Bid Price	\$22.50	\$24.00	\$24.00	\$24.00
Projected Share of Y11 Private-Label Market if Bid is Accepted	30.9%	35.7%	39.4%	31.6%
Assume Bid is Accepted	✓	✓	✓	✓

Scoring Measure	Year 11	Investor Expect.
Earnings Per Share	\$5.15	\$2.67
Return On Equity	29.0%	15.0%
Credit Rating	A-	B+
Image Rating	85	70

	500k	500k	500k	500k
	5/yr	5/yr	5/yr	5/yr
Projected revenues, direct costs, and contribution margin if private label bid is accepted	14,472	33.55	17,505	34.00
Gross Private-Label Revenues + Exchange Rate Adjustment	0	0.00	0	0.00
Net Private-Label Revenues	14,472	33.55	17,505	34.00
Production Costs + Exchange Rate Adjustment	9,887	22.24	9,482	18.96
Shipping & Handling / Tariffs	0	0.00	0	0.00
Margin Over Direct Costs	4,585	11.31	8,023	15.04

Galimi žaidimai / scenarijai: tik vienas

Kalbos: anglų, ispanų.

Reikalinga komanda: Taip.

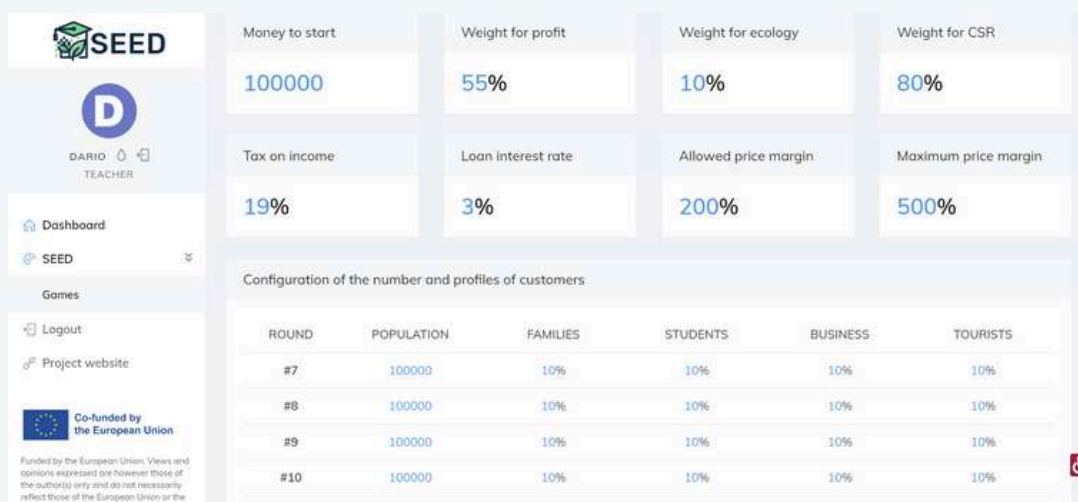
Reikalingas instruktorius: Taip.

Kaina: dėstytojas moka mokesį už studentą, su įvairiais variantais.

Svetainė: <https://www.bsg-online.com/>

Sustainable Entrepreneurship in EDucation

Tvarus verslumas švietime [SEED] yra ne komercinis produktas, o Europos Sąjungos lėšomis sukurtas projektas, finansuojamas pagal programą „Erasmus+“. Juo siekiama didinti aukštojo mokslo sektoriaus skaitmeninius ir ekologinius gebėjimus. Daugiausia dėmesio skiriama dėstytojų skaitmeninėms kompetencijoms didinti ir inovatyvioms didaktinėms priemonėms, skatinančioms darnų vystymąsi, kuriti, konkrečiai orientuojantis į akademinis dėstytojus. Tokiu būdu projektu siekiama pagerinti universitetų švietimo kokybę.



The screenshot shows the SEED application interface. On the left is a sidebar with navigation options: Dashboard, SEED, Games, Logout, and Project website. The main area displays configuration settings for a simulation. The settings are organized into a grid of input fields and a table.

Money to start	Weight for profit	Weight for ecology	Weight for CSR
100000	55%	10%	80%
Tax on income	Loan interest rate	Allowed price margin	Maximum price margin
19%	3%	200%	500%

Below the settings is a table titled "Configuration of the number and profiles of customers":

ROUND	POPULATION	FAMILIES	STUDENTS	BUSINESS	TOURISTS
#7	100000	10%	10%	10%	10%
#8	100000	10%	10%	10%	10%
#9	100000	10%	10%	10%	10%
#10	100000	10%	10%	10%	10%

Tarp projekto rezultatų - programėlė, kuri sukuria simuliacinį žaidimą, imituojantį kavinės valdymą. Besimokantysis gali naudotis programėle, sukurti žaidimą, pasirinkdamas tam tikrus parametrus, ir žaisti jį individualiai arba su draugais.

Galimi žaidimai/scenarijai:

- Įrankis gali sukurti pasirinktinius žaidimus su tam tikrais apribojimais.

Kalbos: anglų.

Reikalinga komanda: Taip.

Reikalingas instruktorius: Taip.

Kaina: nemokama

Svetainė: <https://app.e-seed.eu/>



E-commerce

for women entrepreneurs



Co-funded by
the European Union

Partneriai



Kazimiero Simonavičiaus
universitetas



APEC

advanced project education consulting

MAG
UNINETTUNO

Multimedia
Academic
Global

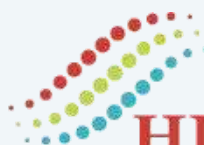


VAEV R&D

pistes s→olidaires



PAR
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
VELEUČILIŠTE



HIP
Hub of
Innovation
Policy