

BENDROS KŪRYBOS VADOVAS SPORTO KLUBAMS

Bendruomenės įgalinimas per
eksperimentavimo kultūrą

Heli Kesämaa
Marita Mattila





XAMK INSPIRE 57

Pietryčių Suomijos taikomųjų mokslų universitetas

Mikkeli 2022

© Heli Kesämaa, Marita Mattila ir Pietryčių Suomijos taikomųjų mokslų universitetas

Spausdino: Grano Oy

Maketavo: Noora Lamponen, Rui Lobo

ISBN: 978-952-344-483-6 (spausdintinis)

ISBN: 978-952-344-484-3 (PDF)

ISSN: 2489-2475 (spausdintinis)

ISSN: 2489-6764 (internete)

Turinys

Skaitytojui	4
Kas yra eksperimentavimo kultūra ir bendra kūryba?	5
Kokių įgūdžių reikia bendrai kūrybai?	7
Darbas ir tarpusavio sąveika komandoje	7
Kūrybinių idėjų generavimas	7
Problemų sprendimo įgūdžiai	8
IT ir skaitmeniniai įgūdžiai	8
Vykdymo menas	8
Ko reikia sėkmei?	10
Bendros kūrybos nauda sporto klubams	11
Atsakomybė	12
Pirmyn! Planuokime	14
Tikslai	14
Laiko planavimas	17
Renginių dalyviai ir jų skirtingi vaidmenys	19
Išlaidų įvertinimas	20
Programa ir bendravimas	20
Koks iššūkis yra tinkamas?	23
Pirmyn! Įgyvendinkime	24
Atmosfera ir bendravimas	24
Įkvepianti pradžia	24
Komandinio darbo pagrindai	25
Iššūkių, komandos ir vadovavimas	26
Komandų rezultatų pristatymas	27
Pirmyn! Vertinkime, bandykime, eksperimentuokime	29
Vertinimo kriterijai	29
Eksperimentavimas ar bandomasis darbas?	30
Bendra kūryba internete	31
Priedai	
Literatūra ir nuorodos	

Skaitytojui

Šio vadovo tikslas – padėti sporto klubams plėtoti savo veiklą eksperimentavimo kultūros dvasia. Vadovas pateikia atsakymus į šiuos klausimus:

Kas yra eksperimentavimo kultūra ir bendra kūryba?

Kuo bendra kūryba gali būti naudinga sporto klubams?

Ką bendra kūryba reiškia praktikoje?

Kokia yra geroji bendros kūrybos praktika?



Šis vadovas yra skirtas padėti sporto klubams praktiškai įgyvendinti bendros kūrybos idėją. Medžiaga yra paremta literatūra ir praktine patirtimi, įgyta įgyvendinant projektą „Villages on the Move Go“ (VOMGO).

Kas yra eksperimentavimo kultūra ir bendra kūryba?

Sparčiai besikeičianti veiklos aplinka skatina mus imtis eksperimentavimo. Eksperimentavimo kultūra yra stipriai susijusi su mokymusi ir nesėkmių toleravimu bei gali padėti mums įgyti vertingų naujų žinių, kuriant veiklos modelius, produktus ar paslaugas. Eksperimentavimas gali prasidėti kaip nedidelio masto veikla, kurios metu renkama informacija apie pokyčių naudą, poveikį ir praktiškumą, prieš juos įgyvendinant didesniu mastu. Eksperimentavimas padeda pasirinkti variantus ir rasti sprendimus, skatinančius tolesnį tobulėjimą.

EKSPERIMENTAVIMO KULTŪROS TAISYKLĖS

- 1 Kurkite eksperimentus!
- 2 Stverkite daug žadančią idėją ir praktiškai išbandykite ją nedideliu, ribotu mastu.
- 3 Jei idėja pasiteisina, paruoškite išsamesnį jos realaus įgyvendinimo planą.
- 4 Nebijokite nesėkmės eksperimentavimo etape – taip iš tikrųjų daug išmokstama.

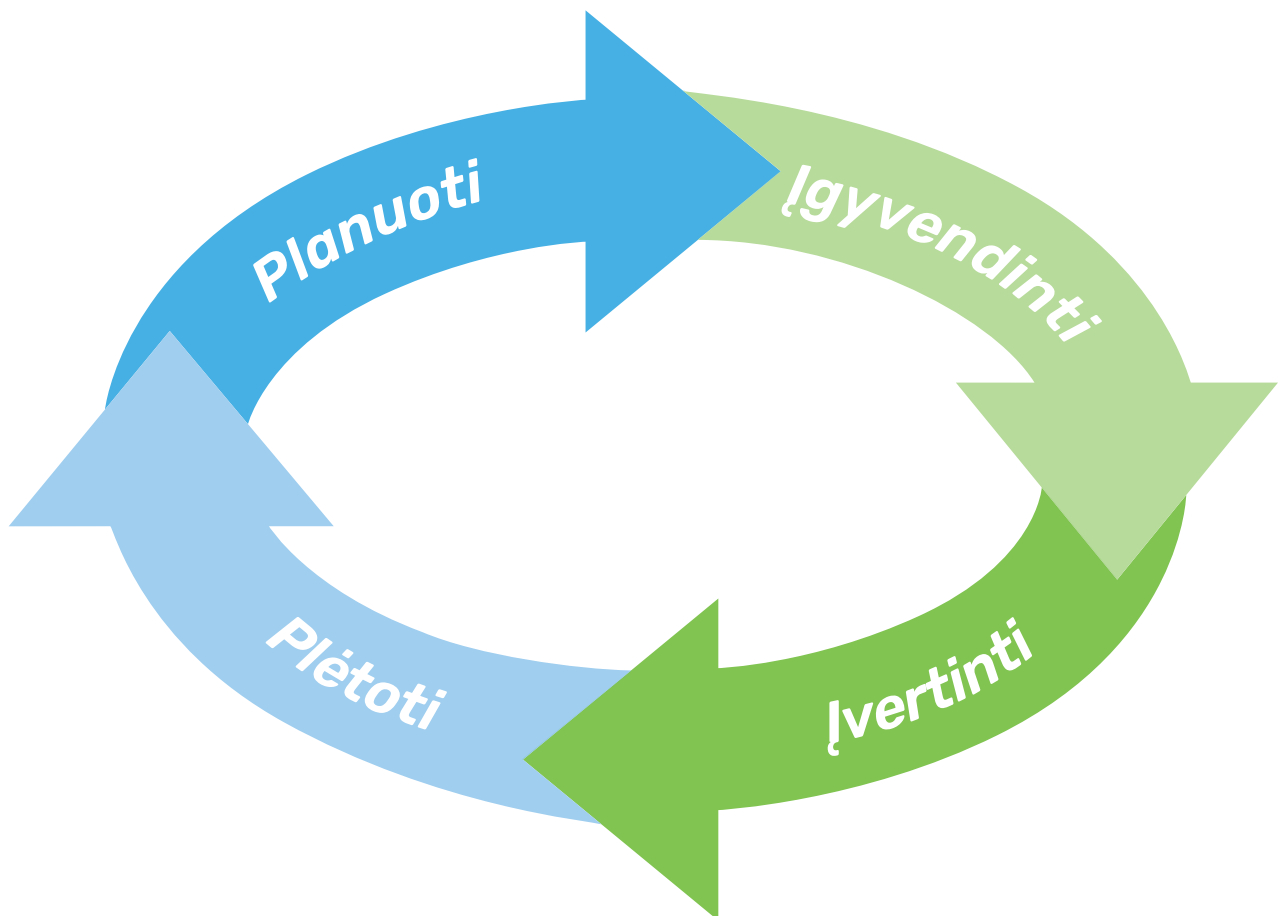


Bendra kūryba yra įrankis, eksperimentavimo kultūroje naudojamas kuriant idėjas ir renkant medžiagą eksperimentams. Bendra kūryba vienu metu užsiima kartu dirbantys kolegos, teikdami dalyvaujantiems asmenims vertę ir naudą. Vertė gali būti finansinė, veiklos, emocinė ar simbolinė. Kartu dalyviai sukuria kažką naujo, turinčio vertę.

Kuriant kartu visada reikalinga dalyvių sąveika. Jie gali bendrauti tiesiogiai arba naudodamiesi technologijomis. Bendra kūryba grindžiama veikla, kuri vykdoma tuo pačiu metu. Darbas be praturtinančio bendradarbiavimo nėra bendra kūryba.

Bendroje kūryboje gali būti pakviesti dalyvauti **visi**, kuriems aktuali pasirinkta tema. Tai gali būti klubo nariai, kiti veikloje dalyvaujantys asmenys, fanai, nuomonės formuotojai, ekspertai, partneriai ar kiti susidomėjęsiai.

Eksperimentavimas ir bendra kūryba siejami su naujovėmis ir atsinaujinimu. Bendradarbiaujant galima kurti idėjas, jas įvertinti ir išsirinkti geriausias tolimesniam plėtojimui. Bendra kūryba taip pat gali būti naudojama atliekant išankstinius eksperimentus ir bandomuosius darbus. Bandomojo darbo tikslas – užtikrinti, kad idėja veiktų taip, kaip planuota.



Plėtojimo procesas

Planuoti – įgyvendinti – įvertinti – plėtoti: eksperimentuoti, atlikti bandomąjį darbą

Kokių įgūdžių reikia bendrai kūrybai?

Bendrai kūrybai reikalingi įvairūs įgūdžiai ir žinios, kad procesas būtų efektyvus ir sklandus. Bendra kūryba – tai kūrybinė veikla, o kūrybiškumą skatina laisva ir įkvepianti atmosfera. Sėkminga bendra kūryba dalyviams suteikia ne tik realių laimėjimų, bet ir daugiau galios. Toliau aprašomi pagrindiniai bendrai kūrybai reikalingi įgūdžiai.

Darbas ir tarpusavio sąveika komandoje

Bendra kūryba paprastai apima darbą mažose grupėse, kurias sudaro nuo trijų iki penkių žmonių, turinčių skirtingus požiūrius. Komandinis darbas turi būti grindžiamas kitų išklausymu ir konstruktyviomis diskusijomis, skatinančiomis tikslo siekimą. Dalyviai ne visada yra pažįstami iš anksčiau, tačiau jie paprastai pradeda priimti vaidmenis natūraliai, komandai darant pažangą darbe. Ypač svarbu, kad dalyviai pasitikėtų savo įgūdžiais ir komandos jėgomis.

Pagalvokite

Ar dalyvavote renginyje ar susitikime, kuriame buvo dirbama komandoje?

Ar radote gerų metodų, kaip pradėti komandos darbą?

Taiykite šiuos metodus savo sporto klube arba ieškokite naujų metodų, tokių kaip:

<https://www.smartmoves.fi/toiminnalliset-opetusmenetelmat/ryhmayttavat-aktiviteetit/>
<https://www.scienceofpeople.com/meeting-icebreakers/>

Kūrybinių idėjų generavimas

Kūrybiškumas yra susijęs su naujovėmis ir perspektyvų įvairove, bendra kūryba remiasi dalyvių idėjomis. Keliamas tikslas – generuoti kuo daugiau skirtingų idėjų. Idėjų generavimo etape užrašomos net beprotiškiausios idėjos, kad visi galėtų jas pamatyti. Šiame etape jos nėra kritikuojamos ar vertinamos. Idėjų kūrimo, vertinimo ir pasirinkimo įrankiai – smegenų šturmas ir kūrybiškas problemų sprendimas.

Pagalvokite

Nepamirškite, kad pirmiausiai reikia suprantamai paaiškinti idėjų generavimo taisykles ir pasirūpinti, kad dalyviai nepradėtų žlugdyti vieni kitų idėjų.

Problemų sprendimo įgūdžiai

Problemų sprendimas yra mąstymo būdas, kurį galima paskatinti, taikant tokius metodus kaip problemų sprendimas etapais. Tai nereiškia, kad būtina iš karto rasti paprastą atsakymą į klausimą arba akimirksniu patirti „Štai!“ momentą. Problemų sprendimą palengvina proceso skaidymas į etapus: problemos apibrėžimas, idėjų generavimas, idėjų brandinimas, sprendimo paieška ir įgyvendinimo pasiūlymo formulavimas.

Pagalvokite

Ar kada nors svarstėte, kaip jūsų sporto klube buvo nustatyta ir išspręsta konkreti problema?

Kartais sunkiausia yra apibrėžti problemą, nes ji yra kompleksiskai susijusi su įvairiais procesais.

Galite naudoti „5 kodėl“ metodą:

„5 kodėl“ yra tam tikros problemos priežasties ir pasekmių santykių tyrimo metodas, kartojant klausimą „Kodėl?“.

Jūs pasirenkate pirmąjį į galvą atėjusį klausimą „Kodėl?“ apie problemą ir pateikiate jį asmeniui, kuris tam tikru būdu yra susipažinęs su problema.

Pavyzdžiui: „Kodėl rūbinėje taip triukšminga?“

Po to, kai asmuo atsako, jam vėl užduodamas tas pats „Kodėl?“ klausimas, iš viso jis pakartojamas penkis kartus. Kitas atsakymas visada turi būti susijęs su ankstesniu. Šis metodas taip pat tinka nuodugnesniam tam tikros vartotojų grupės vertybių ar motyvų tyrimui. Apklausa atliekama poromis. Pirmiausia, pasirinkite pastebėjimą, kurį norite aptarti. Tada penkis kartus paklauskite savo partnerio, kodėl pastebėjimas yra toks, koks yra.

Po penkto atsakymo kartu sugeneruokite 20 idėjų: „Kaip galėtume išspręsti...?“

IT ir skaitmeniniai įgūdžiai

Šie įgūdžiai apima gebėjimą taikyti ir naudoti įvairias skaitmenines priemones skirtingiems tikslams, pavyzdžiui, bendravimui. Kuriant kartu, IT įgūdžiai reikalingi informacijos gavimui, bendram dokumentų rengimui ir dalijimuisi, bendravimui komandoje, rezultatų pristatymui ir kt. Aukštesnio lygio įgūdžių ypač reikia dirbant nuotoliniu būdu.

Vykdomo menas

Norėdami pasiekti savo tikslą, turite sugebėti jį įgyvendinti. Gebėjimas įgyvendinti – tai gebėjimas veiksmingai dirbti ir nukreipti savo pastangas tinkama linkme. Tai pagrįsta jūsų asmeniniu įsitikinimu, kad tikslas yra pasiekiamas ir jūs arba komanda galite jį pasiekti. Pabrėžiamas gebėjimas įgyvendinti tikslą per ribotą laikotarpį.

Į TIKSLĄ NUKREIPTO DARBO ETAPAI



**Tikslo turinio ir
reikšmės supratimas**



**Gebėjimas siekti tikslo
ir galimybė prisidėti,
psichiniai ištekliai ir
aplinkos veiksniai**



**Efektyvumo
palaikymo procesas**

**Vien
motyvacijos
neužtenka!**

**Atraskite savo
potencialą!**

**Įsipareigoti
ar sutikti?**

Vykdomo menas (pritaikyta iš Parppei 2018).

Ko reikia sėkmei?

Sėkmingai bendrai kūrybai reikia, kad dalyviai norėtų pasiekti bendrą tikslą. Toliau pateiktame sąraše apibendrinami pagrindiniai sėkmės veiksniai, kurie taip pat aptariami šiame vadove.

Kiekvienas dalyvis yra įsipareigojęs plėtros darbams.

Dalyviai nori sukurti ateities viziją.

Dalyviai atstovauja skirtingus požiūrius.

Iššūkis įkvepia.

Bendros kūrybos atmosfera yra laisva ir skatina kūrybišką darbą kartu siekiant tikslo.

Leidžiami eksperimentai ir nesėkmės.

Sveikintinos naujos idėjos.

Pagalvokite

Vykdomajame komitete aptarkite šiuos raktus į sėkmę.

Kaip padaryti renginį patrauklesniu?

Galite pakviesti į renginį lankytojų arba surengti loteriją su dalyviams patraukliais prizais.

Pasidalykite atsakomybėmis, pritraukiant dalyvius. Pavyzdžiui, parašykite visų į renginį atsivesti po draugą.

Bendros kūrybos nauda sporto klubams

Bendros kūrybos metodai padeda sporto klubams prisitaikyti prie nuolat kintančių, kartais greitai besivystančių konkurencinių situacijų savo veiklos aplinkoje. Kartu su treneriais, sportininkais (dalyvaujančiais ir nedalyvaujančiais varžybose) ir partneriais galite generuoti idėjas ir dirbti su iniciatyvomis bei metodais, skatinančiais sporto klubo augimą ir efektyvumą. Darbas kartu suteikia entuziazmo ir sporto klubo lankytojams. Tai skatina bendruomeniškumo jausmą ir įtraukia žmones dirbti kartu siekiant bendrai sutartų tikslų. Sporto klubas, kuriantis stiprų ir harmoningą įspūdį, sulaukia ir potencialių partnerių susidomėjimo.

Atminkite, kad seni sprendimai ir metodai duoda senus rezultatus, o nauji sprendimai ir metodai – naujus rezultatus. Apsvarstykite, kas klube veikia gerai ir ką reikėtų pakeisti. Daugelis sporto klubų turi senų tradicijų.

Sąmoningas klubo veiklos atnaujinimas yra geriausias būdas pagerbti tradicijas ir vertingą klubo darbą.

Visi sporto klubai turėtų elgtis atsakingai savo bendruomenės ir narių atžvilgiu. Partina klubo plėtros iniciatyvas pasirinkti taip, kad jos skatintų klubo atsakomybę.

Suomijos olimpinis komitetas nurodė šiuos penkis atsakomybės kriterijus: geras valdymas; saugi ir sveika sporto aplinka; lygybė ir lygios galimybės; atsakomybė už aplinką; ir dopingo vartojimo prevencija. Šie kriterijai taip pat atitinka 2021-2024 m. ES darbo planą sportui.



Iliustraciją pateikė Suomijos olimpinis komitetas.

Atsakomybės kriterijai ir veiklos tobulinimo bendros kūrybos priemonėmis pavyzdžiai



Geras valdymas kuria pasitikėjimą ir pasitenkinimą, skatina įsitraukimą ir užtikrina veiklos kokybę bei tęstinumą.

PAVYZDYS

Sporto klubas didina savo narių įsitraukimą per įkvėpiančius susitikimus ir suteikdamas daugiau galimybių pateikti atsiliepimus.



Teigiama sporto patirtis užtikrinama kiekvienam: vaikai, paaugliai ir suaugusieji apsaugomi nuo patyčių, priekabiavimo ir kito netinkamo elgesio.

PAVYZDYS

Klubas tiria patyčių atvejus, rengia nurodymus treneriams ir sportininkams.

Užtikrinamos saugios veiklos sąlygos.

Sveikatos puoselėjimas ir sveikos gyvensenos skatinimas sporto aplinkoje.

PAVYZDYS

Klubas rengia sveikų užkandžių idėjų konkursą.

Lygybė ir lygios galimybės

Sportuoti ir mankštintis kviečiami visi, nepaisant lyties, etninės kilmės, negalios, seksualinės orientacijos ar finansinės padėties.

PAVYZDYS

Klubas rengia smegenų šturmą, kaip paskatinti visus sportuoti. Taip pat kviečiami dalyvauti mokyklų ir dienos centrų atstovai.

Aktyviai ir konkrečiai skatinamos lygios galimybės sportuoti, treniruotis ir priimti su tuo susijusius sprendimus.

Idėjos analizuojamos, o geriausios toliau plėtojamos hakatone.

Aplinka ir klimatas

Stengiamasi mažinti sporto poveikį aplinkai ir imtis priemonių klimato kaitai pažaboti.

Nustatomi reikšmingiausi sporto padariniai aplinkai ir taikomos priemonės jiems mažinti.

Demonstruojamas aplinkos tausojimo pavyzdys.

PAVYZDYS

Sporto klubas kviečia kitus sporto klubus bendradarbiauti ir kartu su nariais bei partneriais rengia aplinkosaugos planą sportui.

Kova su dopingo vartojimu

Sporto klubas yra įsipareigojęs sportuoti švariai – nenaudojant jokių draudžiamų medžiagų ar būdų.

PAVYZDYS

Nariai gali per grįžtamojo ryšio apklausas anonimiškai pranešti apie bet kokį pastebėtą dopingo vartojimo atvejį.

Jei sporto klubas nusprendžia imtis darbų, už kuriuos atsakomybė tenka įmonei, bendra kūryba leidžia generuoti konkrečias priemones, kurios gali būti naudojamos kaip nuoroda ieškant naujų partnerių. Klubui radus išorinių resursų, padedančių padengti klubo veiklos išlaidas, klubas gali pasiūlyti sporto ir mankštos džiaugsmą ir specialioms grupėms ar ribotas galimybes sportuoti turintiems asmenims.

Pirmyn! Planuokime



Bendros kūrybos renginio planavimas ir organizavimas užtrunka – reikia priimti sprendimus dėl daugelio smulkmenų. Pradėkite planuoti renginį bent prieš 2-3 mėnesius iki numatytos datos. Planavimo etape priimkite sprendimus dėl šių klausimų:

Kokie yra sporto klubo bendros kūrybos tikslai?

Koks renginio modelis ar formatas tinkamiausias?

Kas bus pakviesti dalyvauti?

Kokius vaidmenis atliks dalyviai?

Kaip turėtų būti suformuluotas iššūkis?

Kokios yra renginio išlaidos?

Kaip informuosite apie renginį ir pateiksite nurodymus?

Kaip nuspręsti dėl nuosavybės teisių į rezultatus?

Tikslai

Sporto klubas gali iškelti daug bendros kūrybos tikslų, tačiau turi būti aiškiai apibrėžtas pagrindinis bendros kūrybos renginio tikslas. Dalyviai turi žinoti renginio tikslą, o tikslas turi būti realus ir išmatuojamas.

Tikslas ir iššūkis yra susiję vienas su kitu. Iššūkio pasirinkimas ir formulavimas aptariamas šio vadovo skyriuje „Koks iššūkis yra tinkamas?“. Tikslai taip pat aptariami skyriuje „Bendros kūrybos nauda sporto klubams“.

SPORTO KLUBO IŠŠŪKIO PAVYZDYS:

Savanorių pritraukimas dažnai tampa net nuolatiniu iššūkiu sporto klubams.

Naujų sprendimų, kaip pritraukti savanorių, galima rasti ieškant atsakymų į šiuos klausimus:

Kaip palengvinti savanorių prisijungimą prie sporto klubo?

Kokios klubo socialinio poveikio dimensijos galėtų būti panaudotos savanorių pritraukimo kampanijoje – kaip galima šią perspektyvą panaudoti rinkodarai?

Kaip vadovauti savanorių darbui ir kokią naudą galima jiems pasiūlyti?

1 priede pateikiamas iššūkių rengimo šablonas.

Galimi keli bendros kūrybos renginių formatai. Priklausomai nuo klubo poreikių, renginys gali būti didesnis hakatonas arba mažesnis smegenų šturmo renginys arba tarpinis variantas. Renginio tikslas – pateikti ne galutinius sprendimus, o idėjas, iniciatyvas ir pasiūlymus klubo veiklos plėtrai. Tada atrenkami perspektyviausi sprendimai tolimesniam plėtojimui.

Hakatonas – konkursas komandoms

Hakatonas – kūrybinis ir edukacinis renginys, iš pradžių taikytas atvirų technologijų kultūroje, tačiau vėliau modelis išsiplėtė į daugybę skirtingų sričių. Pagrindinė idėja yra žmonių noras dalyvauti, kurti pridėtinę vertę būnant bendruomenės dalimi ir mokytis. Terminas „hakatonas“ yra „įsilaužimo“ (angl. hacking) ir „maratono“ derinys. Žodis „hacking“ evoliucionavo ir reiškia bet kokią bendros kūrybos tipą, net jei renginys iš tikrųjų nėra hakatonas pradine to žodžio prasme.

Hakatone komandos susirenka, kad išspręstų joms priskirtus iššūkius. Tikslas – greitai sugeneruoti idėjas konkrečioje vietoje ar internetinėje platformoje, išlaikant intensyvią dėmesį. Tolimesnis rezultatų vystymas į inovacijas, išradimus ar startuolius yra natūralus renginio tęsinys.

Hakatonai organizuojami kaip įmonės vidaus plėtros renginiai, taip pat atviri renginiai įvairiose pramonės šakose ir srityse – įmonėse, organizacijose ir viešajame sektoriuje.

Tipinės hakatono savybės:

- Iššūkiai tam tikru būdu yra susiję su technologijų plėtra.
- Renginio trukmė svyruoja nuo kelių valandų iki kelių dienų.
- Varžybinis pobūdis: komandos varžosi tarpusavyje.
- Rezultatai paprastai yra demonstracijos arba prototipai, tinkami tolesniam apdorojimui.
- Dalyvių skaičius gali svyruoti nuo dešimčių iki šimtų.
- Renginiai yra laisvi ir neformalūs.
- Ilgesniuose renginiuose patiekiamas maistas ir gėrimai, organizuojamos pramogos, dalyviams suteikiama galimybė atsipalaiduoti ir pailsėti.

COVID-19 pandemijos metu sporto klubai taip pat padarė didelį skaitmeninį šuolį. Jie pasiūlė nuotoliniu būdu instruktuojamas mankštas grupėms ir nuotolinio mokymo programas. Bendra kūryba yra puikus būdas sugalvoti naujų idėjų, kaip pagerinti šių skaitmeninių metodų diegimo kokybę.

Smegenų šturmas idėjų generavimui

Smegenų šturmas yra pagrindinis kūrybiško problemų sprendimo būdas. Jis užtikrina, kad bus sukurta daug idėjų. Smegenų šturmas dažnai įtraukiamas į hakatono renginį ar seminarą, tačiau smegenų šturmo sesija gali būti ir nepriklausomas nedidelės apimties bendros kūrybos renginys, kuriame dalyvauja tik keletas (pavyzdžiui, nuo šešių iki dešimties) dalyvių.

Metodas sukuria saugią aplinką, skatinančią visus prisidėti. Tikslas – sukurti kuo daugiau idėjų, tarp kurių greičiausiai bus rasta ir įgyvendinamų. Prieš pradėdama smegenų šturmo sesiją, komanda turi turėti aiškiai apibrėžtą problemą, kuriai jie pradeda generuoti sprendimus.

Tipinės smegenų šturmo ypatybės:

- Tikslas – sugeneruoti daug idėjų.
- Sesija trunka kelias valandas, o procesas susideda iš kelių etapų.
- Vadovas arba vedėjas valdo procesą ir jo tempą.
- Atmosfera teigiama ir leidžianti atsiskleisti.
- Apšilimo fazės tikslas – išsivaduoti iš išankstinių nuostatų ir apribojimų.
- Idėjų generavimo fazėje vadovas užrašo visas idėjas ir padėrina dalyvius.
- Idėjų generavimo fazėje idėjos nekritikuojamos.
- Idėjų generavimo, vertinimo ir pasirinkimo fazės griežtai atskiriamos viena nuo kitos.
- Sugeneruotos idėjos įvertinamos pagal nurodytus kriterijus, todėl tolimesniam darbui atrenkama nedaug idėjų.

Svarbu informuoti dalyvius apie tolesnį idėjų apdorojimą. Daugiausiai entuziazmo turintys dalyviai gali būti pakviesti dalyvauti šiame darbe.

Laiko planavimas

Bendros kūrybos renginio **laikas ir formatas** priklauso nuo tikslo. Dalyviai turi būti kuo anksčiau informuoti apie datą ir laiką. Žinant grafiką ir lūkesčius, jiems lengviau įsipareigoti siekti tikslo.

- Koks grafikas dalyviams tinkamiausias?
Ar galimi nesutarimai dėl tvarkaraščio?
- Ar sesija bus trumpas kelių valandų renginys, ar darbas turėtų tęstis, pavyzdžiui, visą savaitgalį?
- Kaip bus planuojamas tolesnis idėjų apdorojimas ir plėtojimas?
- Ar renginys bus organizuojamas dieną ar vakare, ar hakatonas tęsis visą naktį?
- Ar renginys bus organizuojamas vietoje, tik internetu ar abiem būdais?

SPORTO KLUBO RENGINIO PAVYZDYS

Lietuvoje, Kauno kolegija surengė renginį, kurio metu sporto vadybos studentai sprendė daugeliui sporto klubų pažįstamą iššūkį: kaip motyvuoti darbingo amžiaus ir vyresnio amžiaus žmones daugiau sportuoti ir prisijungti prie sporto klubų organizuojamų veiklų. Iš pradžių dalyviai gavo pagrindinę informaciją (tyrimų duomenis) ir išklausė įvairių sporto klubų nuomones šia tema.

Pagrindiniai mažųjų darbo grupių sukurti sprendimai:

1. Surengti 2-3 susibūrimus per savaitę vyresnio amžiaus žmonėms su galimybe pasportuoti ir pabendrauti, su kava ar arbata, patiekama po mankštos. Tai taip pat suteikia vyresnio amžiaus žmonėms galimybę socialiai bendrauti.

2. Surengti vienos savaitės ar mėnesio vaikščiojimo iššūkio kampaniją darbingo amžiaus ir vyresnio amžiaus gyventojams, siekiant per dieną nueiti tam tikrą žingsnių skaičių.

3. Organizuoti specialius susitikimus sporto klubuose veikiančioms vaikų grupėms, pakviečiant sportuoti ir vaikų senelius.

Organizatoriai pastebėjo, kad jiems pavyko pasirinkti įkvepiančius pranešėjus, sukurti gerą atmosferą ir surinkti pagrindinę medžiagą. Iššūkio formulavimas, komandų sudėtis, inovacijų skatinimas ir NABC modelio taikymas buvo nurodyti kaip tobulintinos sritys.

Svarbu po hakatono įvertinti jo sėkmę. Lietuvoje organizatoriai padarė tokias išvadas:

Sėkmė

*Rasti įkvepiančių pranešėjų.
Kurti įkvepiančią atmosferą.
Surinkti daug įvairios aukštos kokybės informacinės medžiagos, padedančios išspręsti iššūkius.*

Tobulintinos sritys

*Iššūkio formulavimas – aiškus ir išsprendžiamas.
Daugiasektorinių komandų sudarymas.
Įkvepiantis dalyvių kūrybiškumas ir nešališkas požiūris.
NABC modelio taikymas ir jo naudojimo instrukcijos.*



Bendros kūrybos renginys, kurį Kauno kolegija organizavo Lietuvoje. Lauros Žlibinaitės nuotr.

Renginių dalyviai ir jų skirtingi vaidmenys

Bendros kūrybos renginio sėkmė priklauso nuo dalyvių motyvacijos plėtoti sporto klubo veiklą. Dalyvauti gali būti kviečiami visi, kuriems aktuali pasirinkta tema.

Dalyviai



Dalyviais gali būti klubo nariai, kiti klubo veikloje dalyvaujantys asmenys arba asmenys, kuriuos klubas norėtų įtraukti į savo veiklą, atitinkamos srities studentai, fanai, nuomonės formuotojai, ekspertai, partneriai ar visi besidomintys.

Renginio dalyviai sudaro mažas grupes arba komandas. Komandos generuoja pasiūlymus, kaip išspręsti iškilusius iššūkius. Darbas sėkmingesnis, jei dalyviai iš anksto žino renginio taisykles, yra susipažinę su bendradarbiavimo metodais ir iššūkių turiniu.

Partneriai



Sporto klubo partneriais gali būti įmonės, kitos organizacijos, asociacijos ar projektai. Bendros kūrybos tikslas gali būti įtraukti naujus partnerius į klubo veiklą arba palaikyti ir stiprinti ryšius su esamais partneriais. Bendra kūryba gali suteikti pridėtinės vertės partneriams, o jie gali suteikti išteklių renginiui.

Koordinatorius



Renginyje turi būti koordinatorius (arba du): asmuo, kuris rūpinasi praktiniu organizavimu, yra atsakingas už visą renginį ir bendrauja su dalyviais prieš renginį ir jo metu.

Pranešėjas arba moderatorius



Renginio atmosfera turėtų būti laisva ir skatinanti kūrybinį darbą. Pranešėjas atlieka svarbų vaidmenį: veda renginį, sujungia programą į visumą ir padeda dalyviams atsipalaiduoti. Pranešėju gali būti ir asmuo, nepriklausantis organizacijai arba dalyvaujantis renginio organizavime.

Vedėjai arba mentoriai



Komandoms dažnai reikia pagalbos, kurią suteikia vedėjas arba mentorius. Mentorai yra neutralūs turinio ir sprendimų generavimo atžvilgiu; jų darbas yra skatinti komandos pažangą. Smegenų šturmo metu mentorius vadovauja komandos darbui ir kviečia dalyvius mąstyti, žvelgiant iš naujų perspektyvų. Hakatono metu mentoriai pagal poreikį gali keistis komandomis.

Vertinimo komisija arba teisėjai



Didesniuose renginiuose komandų rezultatus gali vertinti vertinimo komisija. Vertinimo komisija taiko kriterijus, kurie turi būti iš anksto paašškinti komandoms. Vertinimo komisiją turėtų sudaryti asmenys, kurie supranta temą, bet patys nedalyvauja komandiniame darbe. Vertinimo komisija turi turėti pirmininką, kuris pristato vertinimo rezultatus. Vertinimo komisija gali atlikti vertinimą renginio pabaigoje arba po jo.

IT pagalba ir techninė pagalba



Jei renginys organizuojamas internetu, dalyvaujant dideliame dalyvių skaičiui, turi būti užtikrintas patikimas ryšys ir techninės pagalbos prieinamumas. Vietinių renginių metu taip pat svarbu užtikrinti techninės įrangos funkcionavimą pristatymų metu.



Rėmėjas

Galima rasti rėmėjų bendros kūrybos renginiams. Rėmėjas suteikia renginiui išteklius, pvz., vietą ar maitinimą.

Išlaidų įvertinimas

Vertinant išlaidas, reikia atsižvelgti į renginio vietą, datą ir laiką, trukmę, dalyvių skaičių ir visus specialiuosius poreikius.

- Kokių patalpų reikia renginiui?
- Kokių priemonių, maitinimo paslaugų, renginio programos, pranešėjų paslaugų, IT pagalbos ir prizų reikia?
- Ar reikalingas transportas?
- Kaip bus organizuojamas informavimas ir komunikacija?
- Jei renginys tęsis per naktį, kaip bus organizuojamas patalpų valymas, apsauga ir dalyvių poilsis?
- Kas padengs renginio išlaidas?

Programa ir bendravimas

Parenkite programą, tvarkaraštį ir instrukcijas, kurias prireikus galėsite atnaujinti. Apie planuojamą programą ir tvarkaraštį dalyvius iš anksto informuokite kvietime. Paprašykite dalyvių patvirtinti savo dalyvavimą ir prieš renginį atsiųskite jiems priminimą.

Informuojant apie renginį, geriausia naudoti kelis skirtingus kanalus, kuriuos naudoja dauguma žmonių ir kuriais galima juos pasiekti (pvz., „WhatsApp“, socialinius tinklus, el. paštą). Jei tai ilgai trunkantis renginys, verta pasirinkti vieną kanalą, kuriuo bendrausite su dalyviais.



Xamkin yhteisöpedagogiopiskelija Hanna Kurronen vetää 7 Mikkelin seudun urheiluseuralle ideariihä ajankohtaisten haasteiden ratkaisemiseksi. Nyt työstetään ideoita temoihin: Lisää nuoria, Viestintä kuntoon + Vapaaehtoisten löytäminen. Mukana liiketalouden opiskelijat #cocreation

[Translate Tweet](#)



Skelbimo apie renginį socialinėje žiniasklaidoje pavyzdys.

Renginio programa turi:

- užtikrinti į tikslą orientuotą darbą laisvoje atmosferoje,
- įkvėpti dirbti kartu,
- skirti pakankamai nepertraukiamo laiko komandoms (jų darbas neturėtų būti be reikalo trikdomas),
- užtikrinti, kad būtų patenkinti pagrindiniai dalyvių poreikiai (maistas, gėrimai ir kt.).

Instrukcijose paaiškinama:

- ko tikimasi iš dalyvių ir ką jie turėtų pasiimti su savimi,
- kokia įranga bus naudojama internetiniame renginyje (kompiuteris, programinė įranga, kamera ir kt.),
- kaip dalyviai atvyks į renginio vietą (galimas transportas ir tvarkaraščiai).

Kelių valandų trukmės smegenų šturmo sesijos struktūra gali būti tokia:

- pasveikinkite dalyvius, pristatykite programą ir tikslą, paaiškinkite bendros kūrybos principus,
- supažindinkite dalyvius su tema ir įkvėpkite juos,
- paaiškinkite iššūkį,
- paaiškinkite smegenų šturmo taisykles (mentorius),
- pradėkite dirbti komandoje (darbui vadovauja mentorius),
- generuokite idėjas,
- derinkite ir tobulinkite sugeneruotas idėjas,
- paruoškite pristatymą,
- pateikite rezultatus tolesniam vertinimui ir plėtojimui.

Dviejų dienų trukmės hakatono tipo renginio struktūra gali būti tokia:

1 diena

- pasveikinkite dalyvius, pristatykite programą, paaiškinkite tikslą ir bendros kūrybos principus,
- supažindinkite dalyvius su tema ir įkvėpkite juos,
- apibūdinkite iššūkius,
- pristatykite mentorius,
- pradėkite dirbti komandose,
- pateikite vakaro programą (jei renginys tęsis per naktį),
- tęskite darbą (mentoriai keičiasi komandomis).

2 diena

- tęskite darbą komandose,
- parenkite pristatymus,
- pristatykite rezultatus (komandos trumpai pristato savo idėjas (angl. pitching),
- pateikite atsiliepimus arba atlikite vertinimą (vertinimo komisija),
- apdovanokite prizais (jei taikoma).

Prieš didelį renginį reikėtų pasidalinti praktika ir aptarti pareigų pasiskirstymą, išbandyti įrangą ir įsitikinti, kad viskuo pasirūpinta.

Intelektinės nuosavybės teisės

Dėl intelektinės nuosavybės teisių (INT) į rezultatus visada turi būti susitarta iš anksto, užtikrinant, kad visi suinteresuoti asmenys suprastų jų reikšmę. 2 priede pateikiamas intelektinės nuosavybės teisių specifikacijos šablonas.



Bendra kūryba suteikia sėkmės patirties. Lauros Žlibinaitės nuotr.

Koks iššūkis yra tinkamas?

Formuluoti ir apibrėžti iššūkį padeda atsiliepimų apklausų ar pagrindinių sporto klubo veiklų analizė: sportinės veiklos, įvairių sporto šakų, siūlomų skirtingoms amžiaus grupėms, savanoriškų veiklų, trenerių veiklų, finansų, komunikacijos ir rinkodaros.

Įtraukite atsakomybės temą (žr. „Bendros kūrybos nauda sporto klubams“) ir pagalvokite, ar siūlomi sprendimai taip pat galėtų padidinti klubo poveikį bendruomenei.

1 pavyzdys

Klubui reikia daugiau savanorių, kurie dirbtų vaikų grupių vadovų asistentais. Iššūkiu pasirenkamas pritraukimo kampanijos planavimas.

Lyčių lygybės ir nediskriminavimo bei saugios ir sveikos sporto aplinkos atsakomybės kriterijai yra įtraukiami į pritraukimo kampanijos planavimą.

Iššūkis: suplanuokite kampaniją, skirtą pritraukti savanorių darbui su kaimo sporto klubo vaikų grupėmis. Savo kampanijoje taikykite lyčių lygybės ir nediskriminavimo ir (arba) saugios ir sveikos sporto aplinkos atsakomybės kriterijus.

2 pavyzdys

Sporto klubas nori plėsti bendradarbiavimą su kitais klubais ir mokykla efektyvesniam išteklių panaudojimui. Iššūkiu pasirenkamas bendradarbiavimo stiprinimas.

Gero valdymo ir atsakomybės už aplinkos apsaugą kriterijai įtraukiami į glaudesnio bendradarbiavimo planavimą.

Iššūkis: parengti kaimo sporto klubo veiksmų planą dėl bendradarbiavimo stiprinimo. Planuodami galite taikyti gero valdymo ir atsakomybės už aplinką kriterijus.

Pirmyn! Įgyvendinkime



Atmosfera ir bendravimas

Renginiuose įkvėpimas ir motyvacija perduodami iš vieno žmogaus kitam per refleksijas. Renginio metu skatinkite komandinę dvasią ir sukurkite laisvą bei nevaržančią atmosferą. Skatinkite dalyvius ir sustiprinkite jų asmeninį pasitikėjimą savo įgūdžiais ir veikla. Internetiniuose renginiuose nurodykite, kad komandos nariai darbo metu naudotų kamerą.

Ilgėsiuose renginiuose, kuriuose komandos dirba savarankiškai, dalyviai turėtų būti informuojami, primenant jiems apie tokius dalykus kaip terminai ir programa. Susitarkite dėl komunikacijos kanalo, pvz., „WhatsApp“ ar „Slack“.

Taip pat protinga įvykį dokumentuoti nuotraukomis, užrašais ir pan.

Įkvepianti pradžia

Dalyviai į bendros kūrybos renginį ateina turėdami skirtingus pagrindus. Įkvepianti pradžia skatina juos dirbti kartu. Nepamirškite skirti pakankamai laiko renginio įvadui ir komandų darbo pradžiai.

Renginio pradžioje įkvepiančio pranešėjo įvadinė kalba gali būti gera įžanga į temą. Tikslas – sužadinti dalyvių mintis, motyvuoti juos bendrai kūrybai, suteikti pridėtinės vertės ir pristatyti renginio tikslą. Kalbos trukmė pritaikoma prie renginio trukmės. Pavyzdžiui, trumpam ir ilgam renginiui gali pakakti atitinkamai 15-20 minučių ir 30-45 minučių. Komandoms darbo pradžioje yra naudingas „ledlaužio“ (angl. icebreaker) metodas. Jo tikslas – sukurti atpalaiduojančią atmosferą, padėti komandų nariams susipažinti ir sklandžiai pradėti darbą.

„LEDLAUŽIO“ (ANGL. ICEBREAKER) PAVYZDŽIAI

1 pavyzdys

„Ledlaužiu“ gali būti greitieji pasimatymai.

Dalyviai yra suskirstyti į dvi eiles ir stovi vienas priešais kitą. Per minutę du vienas priešais kitą stovintys asmenys įvardija komandą, kurią atstovauja, ir paaiškina, kas jiems labiausiai patinka mankštoje / sporte. Pasibaigus minutei, viena iš eilių pasislenka vienu žingsniu į dešinę, o „papildomas“ asmuo eilės priekyje prisijungia prie eilės kitame gale. Tada ta pati diskusija kartojama su naujuoju partneriu.

Jei laiko pakanka, eiles galima išdėstyti taip, kad dalyviai iš pradžių būtų atsitiktinai suskirstyti į dvi grupes. Kiekvienos grupės prašoma sudaryti eilę pagal gimimo mėnesį, nuo sausio iki gruodžio. Tada dalyvių prašoma pasisukti, kad susidarytų dvi viena į kitą atsigręžusios eilės.

2 pavyzdys

„Ledlaužiu“ taip pat gali būti sportinė veikla, pavyzdžiui, Kipre vykusiame renginyje panaudotas virvės traukimas.



Efstathios Christodoulides nuotr.

3 pavyzdys

Internetinio renginio „ledlaužio“ pavyzdys.

Iš anksto paprašykite dalyvių atsinešti kavos puodelį. „Ledlaužio“ metu kiekvienas dalyvis turi pristatyti savo puodelį, paaiškindamas „kodėl tai geriausias kavos puodelis“ arba „ką šis kavos puodelis pasako apie mane“. Vedėjas gali būti pirmasis ir parodyti, kokie juokingi gali būti atsakymai. Didelių renginių metu tai galima padaryti pertraukų metu.

Komandinio darbo pagrindai

Bendros kūrybos renginiuose komandos dažnai sudaromos iš žmonių, kurie anksčiau niekada nebuvo susitikę. Gero komandinio darbo pagrindus patartina sukurti pačioje darbo pradžioje. Žemiau pateikiami pavyzdiniai gero komandinio darbo pagrindai.

- Susipažinimas.
- Vienas kito išklausymas.
- Susitelkimas į darbą ir aktyvus dalyvavimas.
- Pridėtinės vertės suteikimas komandos darbui.

- Paramos kitų nuomonei ir idėjoms rodymas.
- Atsakomybės už komandos veiklą prisiėmimas.
- Laisvos atmosferos palaikymas.
- Kritikos pateikimas klausimo forma.
- „Mėsainio modelio“ taikymas teikiant atsiliepimus: pirmiausia pateikite teigiamą atsiliepimą, tada konstruktyvią kritiką ir, galiausiai, dar vieną teigiamą komentarą.

Iššūkiai, komandos ir vadovavimas

Bendros kūrybos renginyje iššūkių skaičius gali skirtis. Renginiuose, kuriuose dalyvauja daug dalyvių, galima pasiūlyti didesnę skaičių įvairių iššūkių. Štai keletas būdų, kaip pagerinti rezultatus:

- Skirkite tą pačią užduotį daugiau nei vienai komandai, kad gautumėte alternatyvių sprendimų.
- Leiskite komandoms pačioms pasirinkti įdomiausią iššūkį arba paskirkite iššūkius komandoms.
- Atsižvelgdami į iššūkio temą ir turinį, galite pasiūlyti galimus metodus ir įrankius, pvz., paslaugų kūrimą, smegenų šturmą ar „drobės“ modelį. Komanda turi žinoti, kaip naudoti minėtus metodus.
- Informuokite dalyvius apie iššūkio temą dar registracijos etape.

RENGINIO VEDĖJO DARBAS HAKATONO METU



Paprastai komandą sudaro nuo trijų iki penkių narių. Patartina dalyvius suskirstyti į komandas iš anksto arba vietoje taip, kad komandos būtų kuo įvairesnės. Taip pat gali būti suteikiama galimybė į hakatoną registruotis visai komandai.

Ilgesniuose renginiuose vedėjų ar mentorių teikiama parama gali būti organizuojama įvairiais būdais:

- Susitariama dėl pagalbos gavimo.
- Jei reikia, organizuojamas apsilankymas „atvirose klinikose“ gauti pagalbos.
- Renginio metu vedėjai arba mentoriai gali keistis komandomis..
- Mentorai gali būti priskiriami konkrečiai komandai (tai suvaržo išteklius).

Komandų rezultatų pristatymas

Rezultatų pristatymas yra komandų darbo dalis. Pateikiant užduotis, dėl pristatymo formato ar būdo reikėtų susitarti visiems kartu. Pageidautina, kad rezultatų pristatyme dalyvautų visa komanda.

Didesniuose renginiuose įprastas pristatymo būdas yra įtikinėjimas (angl. *pitching*) (nuo 3 iki 5 minučių). Tai pristatymas, kuriuo komanda „parduoda“ savo idėjas ar siūlomus sprendimus auditorijai. Tai struktūrizuotas modelis, skirtas pateikti esminę informaciją kompaktiška forma. Galima naudoti rašytinę, garsinę ar vaizdinę medžiagą, kuri pajvairintų pristatymą ir suteiktų įtaigumo jo turiniui. Dažnai naudojami kompaktiški „PowerPoint“ pristatymai.

Stanfordo universiteto sukurtas NABC modelis yra populiarus pristatymo modelis. Šiame modelyje pirmas žingsnis yra poreikių analizė (angl. *Need*), po jos seka komandos pasiūlymas dėl sprendimo (angl. *Approach*) ir sprendimo nauda (angl. *Benefit*). Galiausiai, pristatymą atliekantis asmuo paaiškina, kodėl šis pasiūlymas yra geresnis už konkurentų (angl. *Competition*).

POREIKIS

Į klientą orientuotas aprašymas: kieno poreikiai nagrinėjami ir kokia problema sprendžiama.

SPRENDIMAS

Kokia nauda klientui? Kaip sprendimas atitinka kliento poreikius?

NAUDA

Pokyčio sukuriama vertė ir nauda. Kokia yra naudos vertė, palyginti su išlaidomis?

KONKURENCIJA

Alternatyvūs sprendimai, išsiskiriantys iš kitų, jų rizika. Kodėl klientas pasirenks siūlomą sprendimą?

REZULTATŲ PRISTATYMO PAVYZDYS:

Pietryčių Suomijos taikomųjų mokslų universitetas pilietinės veiklos ir darbo su jaunimu studentams surengė hakatoną, kurio iššūkis buvo pažįstamas daugeliui sporto klubų: kaip motyvuoti daugiau jaunų žmonių sportuoti ir dalyvauti sporto klubų veikloje?

Šiame renginyje rezultatai buvo pateikti kaip komiksai / vaizdai. Komandos įvairiais aspektais aptarė jaunimo dalyvavimą sporto klubų veikloje, pavyzdžiui:

- prieiga prie informacijos,
- prieinamumas,
- laiko planavimas,
- išlaidos,
- skaitmeninimas,
- COVID-19,
- bendradarbiavimas su mokyklomis,
- dalyvavimas sporto klubo veikloje (kaip treneriui, organizatoriui ar savanoriui).



Daugiau informacijos apie renginį ir jo rezultatus: <https://www.facebook.com/villagesonmove>.
Marita Mattila nuotr.

Pirmyn! Vertinkime, bandykime, eksperimentuokime



Bendra kūryba generuoja idėjas, kurias reikia tobulinti arba kurias galima išbandyti praktiškai, naudojant judrųjį bandomojo darbo modelį. Tolesnė plėtra, bandomasis darbas ir susijusios pareigos yra tie klausimai, dėl kurių reikėtų susitarti jau vykstant bendros kūrybos renginiui.

Jei komandų rezultatus vertina konkreti vertinimo komisija, tam turi būti skirta pakankamai laiko. Vertinimo kriterijai yra nurodomi iš anksto.

Vertinimo kriterijai

Rezultatų vertinimo kriterijų pavyzdžiai:

- **Idėjos tinkamumas naudoti:**
kaip lengvai ar greitai idėją galima įgyvendinti praktikoje?
- **Išlaidų efektyvumas:**
koks yra įgyvendintos idėjos efektyvumo lygis, sąnaudų ir rezultato santykis?
- **Reikalingi žmogiškieji ištekliai:**
kiek darbo valandų turi būti skirta idėjai įgyvendinti; ar tam reikia daugiau žmonių?
- **Būtina technologija:**
ar technologija egzistuoja, ar idėja reikalauja investicijų į technologijas?
- **Priimtinumai:**
kaip lengvai idėja bus priimta naujoje kasdienybėje?

- **Rizikos koeficientas:**
kokia yra teigiamo ar neigiamo idėjos poveikio esamai situacijai tikimybė ją įgyvendinus?
- **Naujumo vertė:**
kiek pridėtinės vertės idėja sukurs tikslinei grupei; ar tai padidins lojalumą ir pan.?
- **Įvaizdžio vertė:**
kiek stiprus yra poveikis įvaizdžiui?
- **Pridėtinės vertės rodiklis:**
kaip greitai bus pasiekta laukiama nauda?

Vertinimo kriterijai idėjoms gali būti taikomi įvertinant idėjas taip:

- 0 taškų = idėja visiškai neatitinka kriterijaus,
- 1 taškas = idėja tam tikru mastu atitinka kriterijų,
- 2 taškai = idėja patenkinamai atitinka kriterijų,
- 3 taškai = idėja puikiai atitinka kriterijų.

Eksperimentavimas ar bandomasis darbas?

Eksperimentavimo plėtra grindžiama nuolatinio mokymusi. Iš pradžių idėjas galima išbandyti nedideliu mastu, pasimokyti iš patirties tobulinant idėją ir įvertinti: kaip tai veikia, ko iš to galima pasimokyti. Tokiu būdu greitai pastebima galima idėjos ar eksperimento nesėkmė, o sėkmė įtraukiama į kasdienę rutiną.

Išgryninus idėją, naujasis veiklos modelis gali būti bandomas siekiant įsitikinti, ar jis veikia taip, kaip planuota.

Rezultatų testavimas

- Pradėkite nuo priemonių, kuriomis galima lengviau ir greičiau pasiekti rezultatų.
- Paskirkite pareigas ir atsakomybę kitiems.
- Pokytį įgyvendinkite palaipsniui ir kantriai.
- Kartkartėmis sustokite, kad įsitikintumėte, jog pokytis veda tinkama linkme.

Bendra kūryba internete

Sėkmingus bendros kūrybos renginius galima organizuoti ir internetu. Tai suteikia tarptautinio bendradarbiavimo galimybę. Ypatingas dėmesys turi būti skiriamas bendro darbo pojūčiui sukurti, nes dalyviai sėdi prie savo kompiuterių vieni. Be to, technologijų sukeltas vėlavimas sumažina spontanišką sąveiką.

Dalyviai, dirbantys nedidelėmis komandomis, internetinio renginio metu turėtų būti instruktuoti, kaip naudotis kompiuteriu, fotoaparatu ir debesijos paslaugomis, rengti bendrus dokumentus. Dalyvavimas naudojant tik išmanųjį įrenginį, pavyzdžiui, telefoną ar planšetinį kompiuterį, gerokai apriboja darbą.

Renginio organizatoriai prieš renginį turėtų surengti generalinę repeticiją, kad išbandytų ir patikrintų, ar visi procesai vyksta sklandžiai ir visi žino savo pareigas.

Didesnis renginys taip pat gali būti vedamas iš studijos, naudojant vizualinį kraštovaizdį ir garso foną, siekiant priartėti prie dalyvių, sukuriant malonią atmosferą ir bendruomeniškumo jausmą. Renginiui labai svarbu pasirinkti įgudusį pranešėją. Paskirkite asmenis, kurie stebėtų pokalbį ir teiktų techninę pagalbą.

Dalyviams pateikiamos instrukcijos, kaip naudotis kamera, mikrofonu ir pokalbių programa. Pranešėjai turėtų bent kuriam laikui įjungti savo kameras.

Dalyviai prie kompiuterio sėdi vieni, todėl galimybės „atspindėti“ kitų dalyvių emocijas yra minimalios. Lengvai vystosi nusivylimas ir netikrumo pojūtis. Komandos turi susitarti dėl kamerų naudojimo darbo metu.

Nuotolinio renginio metu koncentracija dažnai pradeda mažėti, todėl po 45 minučių darbo visada verta daryti 10–15 minučių pertrauką. Pertraukos turi būti įtrauktos į tvarkaraštį, kad dalyviai apie jas žinotų iš anksto. Komandinio darbo metu komandos gali savarankiškai nuspręsti dėl pertraukų poreikio.

Tvarkaraštyje reikėtų numatyti laiko galimoms techninėms problemoms. Internetinis darbas mažose komandose dažnai užtrunka dėl technologijų sukeliama vėlavimo, kurio nėra dirbant akis į akį.

Bendruomenės jausmas gali būti skatinamas įvairiais būdais. Prieš prasidedant programai, dalyviams susitelkti į temą galima padėti naudojant muziką, vaizdo įrašus, paveikslėlius, rengiant viktoriną ar kitus panašius stimulus. Programos metu dalyviai gali būti suaktyvinti pakviečiant balsuoti arba organizuojant anonimes apklausas, kurios padeda sumažinti įtampą.

Jei renginyje numatytas galutinis komandų darbo įvertinimas, kurį atlieka vertinimo komisija, dalyviams gali būti pasiūlyta pramoga arba jų galima paprašyti užpildyti atsiliepimų anketą.

Priedai

1 PRIEDAS. Iššūkio aprašymo šablonas

Iššūkio pavadinimas

Žymos / raktažodžiai

Išvardinkite svarbiausius raktažodžius

Iššūkis

Trumpas ir aiškus iššūkio aprašymas: kokia yra problema, kurią reikia išspręsti; kokią galimybę reikėtų panagrinėti plačiau?

Neapibūdinkite iššūkio aplinkybių ar jo pasirinkimo priežasčių; tiesiog paaiškinkite jį kuo aiškiau ir trumpiau, geriausia vienu ar dviem sakiniais.

Aprašymas ir pagrindinė informacija

Aiškiai apibūdinkite pagrindinius faktus, aplinką, tikslines grupes ir iššūkio veiksmingumą, pateikite bet kokią kitą būtina informaciją.

Paaiškinkite, kodėl reikia išspręsti iššūkį arba kodėl ateities galimybes reikėtų išnagrinėti išsamiau. Paaiškinimo tikslas yra suteikti pakankamai informacijos apie iššūkį, kad jis būtų suprantamas ir išsprendžiamas.

Padalinkite tekstą į pastraipas, kad jis būtų lengviau skaitomas. Informaciją pateikite glaustai ir suprantamai.

Rekomendacijos ir sąlygos

Čia galite aprašyti bet kokias sąlygas ar apribojimus, į kuriuos reikia atsižvelgti priimant siūlomą sprendimą (įstatymai, reglamentai, išlaidos, tikslinės grupės ir kt.).

Jei yra tam tikrų rekomendacijų, nuo kurių reikėtų pradėti darbą, jas galima aprašyti.

Skyriaus tikslas – padėti pradėti, užkirsti kelią „dviračio išradimui“ iš naujo ir pateikti faktus. Tikslas yra NE nustatyti griežtus sprendimo rėmus, o nukreipti darbą tinkama linkme.

Medžiaga

Išvardinkite turimą medžiagą, pvz., leidinius, ataskaitas, statistiką – viską, kas gali būti naudinga ieškant sprendimo. Pateikite nuorodas į visus šiuos šaltinius.

Technologijos ir priemonės

Išvardinkite tinkamas technologijas ir priemones (jei jos tinka iššūkiui). Pateikite nuorodas į informaciją apie visus šiuos dalykus.

2 PRIEDAS. Sutarties teksto pavyzdys (intelektinės nuosavybės teisės)

Intelektinės nuosavybės teisės į hakatono metu sukurtus produktus ir koncepcijas (toliau – Medžiaga) priklauso dalyviui (toliau – Dalyvis), nepriklausomai nuo to, ar Medžiaga yra saugoma autorių teisių, ar ne. Bet kokia Medžiaga, sukurta bendradarbiaujant, yra ją sukūrusios komandos nuosavybė, nebent dalyviai susitarė kitaip.

Dalyvis suteikia klubui (toliau – Klubas) neišimtinę teisę naudoti ir keisti Medžiagą, nepaisant to, ar Medžiaga yra saugoma autorių teisių. Klubo organizacijai suteikiama nemokama, nuolatinė, laiku ir geografiškai neribota prieiga Medžiagos. Kai Klubas naudoja Medžiagą, jis turi gerbti autorių teises. Rezultatų perdavimas trečiajai šaliai vyksta pagal Dalyvių ir Klubo susitarimą.

Dalyvis garantuoja, kad sąmoningai nenaudos jokios medžiagos, pažeidžiančios kitos šalies teises. Naudodamas vaizdus ir tekstą pagal Autorių teisių įstatymo citavimo nuostatas, Dalyvis turi nurodyti originalaus kūrinio autorių, fotografą ir šaltinį.

Literatūra ir nuorodos

Aaltonen, S., Hytti, U., Lepistö, T. & Mäkitalo-Keinonen, T. 2016. Yhteiskehittäminen: kaikki siitä puhuu, mutta mitä se on ja miten siinä onnistua? WWW-document. Galima rasti adresu: <https://www.utu.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/yhteiskehittaminen-kaikki-siita-puhuu-mutta-mita-se-on-ja-miten-siina>

Arkko-Saukkonen, A. & Merivirta, M. (toim.) 2013. Creative steps – innovatiivinen polku kohti ideaa. Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja B. Raportit ja selvitykset 25/2013. Galima rasti adresu: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-5897-87-6>

Calco, M. & Veeck, A. 2015. The markathon: adapting the hackathon model for an introductory marketing class project. Marketing Education Review 25 (1), 33–38.

DIY hack toolkit. 2019. Galima rasti adresu: <https://www.diyhackathon.farmhack.nl/toolkit>

Ervasti, E. & Turunen, J. 2020. Pitch! Innostavan tiivistämisen taito. Helsinki: S&S.

Fernandes, T. & Remelhe, P. 2016. How to engage customers in co-creation: customers' motivations for collaborative innovation. Journal of Strategic Marketing 24 (3–4), 311–326.

Galvagno, M. & Dalli, D. 2014. Theory of value co-creation: a systematic literature review. Managing Service Quality 24 (6), 643–683.

Huvio, P. 2014. Diges aineettomien oikeuksien opas. Galima rasti adresu: https://www.prh.fi/stc/attachments/tietoaprhsta/newfolder_4/Diges_aineettomien_oikeuksien_opas.pdf

Jonker, J. & Faber, N. 2019. Insights from teaching sustainable business models using a mooc and a hackathon. Journal of Business Models 7 (3), 57–66.

Kasper, M. & Kylänen, M., 2019. Hackathonilla nopeita aihioita ja uusia digitaalisia ratkaisuja. Teoksessa Mantere, P. (toim.) Tekemisen meininki – näkökulmia restonomikoulutuksen työelämäyhteistyöhön. Laurea julkaisut 102. Helsinki: Laurea.

Kesämaa, H. & Mattila, M. (toim.) 2021. Ideariihi, häkkäys, jamit. Yhteiskehittämisen opas opettajille. Xamk Kehittää 141. Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu.

Leppänen, Juha 2017. Pitchaus projektipäällikön työkaluna. Galima rasti adresu: <https://ajatuskatkoja.com/2017/03/15/pitchaus-projektipaallikon-tyokaluna/> (Perziüréta: 2022 m. rugpjüčio 25 d.)

Malve-Ahlroth, S. (toim.) 2019. Avaimet avoimen datan hackathoniin. Opas korkeakouluille ja kehittäjille. Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 124. Turun ammattikorkeakoulu.

Mitä on pitchaus? s.a. Galima rasti adresu: <https://www.ornamo.fi/fi/kysymys/yleisia-pitchaus-vinkkeja/> [Perziüréta: 2021 m. sausio 25 d.]

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. 3.–4. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Parpei, R. 2018. Tee, toimi, saa aikaan! Kehitä ja johda toimeenpanoa. Helsinki: Alma Talent.

Ramaswamy, V. & Ozcan, K. 2018. What is co-creation? An interactional creation framework and its implications for value creation. Journal of Business Research 84 (C), 196–205.

Roberts, D., Hughes, M. & Kertbo, K. 2014. Exploring consumers' motivations to engage in innovation through co-creation activities. European Journal of Marketing 48 (1/2), 147–169.

Russo-Spena, T. & Mele, C. 2012. "Five Co-s" in innovating: a practice-based view. Journal of Service Management 23 (4), 527–553.

Saarijärvi, H., Kannan, P. K. & Kuusela, H. 2013. Value co-creation: theoretical approaches and practical implications. European Business Review 25 (1), 6–19.

Suomen Olympiakomitea: Seuratoiminnan tulevaisuus -työkirja. 2017 <https://storage.googleapis.com/valo-production/2018/01/seuratoiminnan-tulevaisuuden-tyokirja.pdf>

Value proposition s.a. Galima rasti adresu: <https://www.innovationcanvas.ktn-uk.org/resources/value-proposition-nabc>.

Yrittäjän opas: pitchaus eli myyntipuhe s.a. Galima rasti adresu: <https://duunitori.fi/tyoelama/yrittajanopas/ideasta-liiketoiminnaksi/pitchaus>

Projekto „Villages On The Move Go“ partneriai eksperimentavimo kultūros dvasia sukūrė įrankius kaimo sporto klubams.

2020 m. sausio 1 d. – 2022 m. rugpjūčio 31 d.



*Kitus leidinius, parengtus projekto metu galima rasti adresu
www.villagesonmove.com/handbooks*

*„Villages On The Move Go“ sporto klubų vadovas
„Villages On The Move Go“ sporto klubų pažangos vertinimo priemonė*

ATSAKOMYBĖS APRIBOJIMAS

Europos Komisijos parama rengiant šį leidinį nereiškia, kad ji patvirtina turinį, kuris atspindi autorių požiūrį. Komisija negali būti laikoma atsakinga už bet kokią leidinyje esančios informacijos naudojimą.

