

3. pielikums:



Vadlīnija

biroju izzināšanai (BIZ) kā priekšnoteikums CERCA sertifikāta iegūšanai
(CECRA absolventiem)

Saturs:

- I. Konsultēšanas organizācija un menedžments
- II. Saturiski svarīgākais un darba formas/veidi konsultēšanā
- III. Uzņēmumu panākumu ceļi
- IV. Konsultantu panākumu ceļi

Padomi konsultāciju iestāžu un biroju izzināšanā
Padomi sarunu protokolēšanai un apstrādei

1. joma: Konsultēšanas organizācija un menedžments

Organizācijas struktūra:

- Kā birojs ir organizēts uz vietas (organigramma) un kā valstiskā līmenī?
- Cik daudz birojā ir pārstāvēti darbinieki ar nepilnu darba dienu, mājās strādājošie darbinieki, tāldarbu strādājošie, speciālisti un vispārējie konsultanti?
- Kāds ir darbinieku atalgojums?
- Ar ko un kādā apmērā ir sadarbība ar citām (konsultāciju) iestādēm? Kāds ir šīs sadarbības pamats un mērķis?
- Kā tiek finansēta konsultēšana?
- Vai ir sagaidāmas izmaiņas finansēšanā, kādi pasākumi ir paredzēti?
- Vai tiek aprēķināti konsultāciju pakalpojumi? Kāda ir ar to saistītā pieredze, un kādi ir nākamie soļi?

Darba apstākļi:

- Kas raksturo konsultēšanas nozari (dabīgi apstākļi, agrāra struktūra, likumi, apsaimniekošanas noteikumi...)?
- Kāda izglītība ir lauksaimniekiem, kādas ir tipiskākās nostājas?
- Kāds iekārtojums un tehniskais aprīkojums ir konsultēšanas un izglītības rīcībā?

Konsultanti:

- Cik birojā ir konsultantu, kāda ir viņu izglītība un par kādām jomām viņi atbildi?
- Par cik uzņēmumiem ir atbildīgs viens konsultants?
- Vai ir kādas tipiskas grupas, par kurām atbild konsultanti?
- Kādas ir konsultantu tālākizglītības iespējas, kā tās tiek organizētas?
- Kā tiek veidota sadarbība birojā un kā ārpus tā?
- Kā dalībnieki (lauksaimnieki) novērtē konsultantu konsultēšanas un izglītības darbu?
- Kādā formā tiek novērtēti konsultantu pakalpojumi (piem., sarunas ar darbiniekiem)?
- Kādi secinājumi tiek izdarīti no novērtējumiem?
- Kā tiek veidota darbinieku tālākā izglītībā?

Mērķgrupas:

- Kādas ir pašreizējās mērķgrupas (personas, iestādes)? Kāds ir atsevišķu mērķgrupu pieprasījums vai vajadzības?
- Kādas mērķgrupas būtu jāuzrunā nākotnē, ar kādu pamatojumu un kādas tam būs sekas?

Konsultāciju piedāvājums:

- Kāds ir biroja tēls?
- Vai ir klientu menedžmenta sistēma, kā tā ir organizēta?
- Kas birojā sagatavo izglītības piedāvājumu? Kas ir svarīgākie stūrakmeņi izglītības piedāvājuma sagatavošanā?
- Kas un kāda iemesla dēļ nākotnē jāievēro attiecībā uz izglītības piedāvājumiem?
- Kādi dokumenti tiek piedāvāti uzņēmumiem, lai atbilstu noteikumiem?

2. joma: Saturiski svarīgākais un darba formas/veidi konsultēšanā

Saturiski svarīgākais:

- Kādas ir tēmas, kuras šobrīd galvenokārt tiek piedāvātas vai pieprasītas?
- Kādas inovatīvas / jaunas tēmas ir nākušas klāt iepriekšējos gados? Kāda jau ir pieredze par to, kādi rezultāti?
- Kādi ir nākotnes nodomi, un kāds tiem ir iemesls?

Metodiska pieeja:

- Kādas darba formas / kādi darba veidi (piem., lekcijas, semināri, privātas konsultācijas, konsultāciju paketes, informatīvas vēstules, darba grupas, pastāvīgās grupas) pašlaik tiek pielietoti un kāda ar tiem ir pieredze?
- Kādi ir veiksmīgi vai mazāk veiksmīgi projekti un kādi ir no tiem izrietošie rezultāti?
- Kādi jauni darba veidi / formas ir paredzēti, kāds tiem ir iemesls, kādas ir ar tiem saistītās cerības?

Kompetences:

- Cik daudz konsultanti apstrādā pieprasījumus, kādi ir ar tiem saistītie trūkumi un priekšrocības?

Dokumentācija:

- Kā tiek fiksēti / dokumentēti konsultāciju rezultāti?
- Kādus dokumentus saņem lauksaimnieks?

Informācijas avoti un palīg līdzekļi:

- Cik daudz konsultantiem ir pieejami izmēģinājumu rezultāti vai cik lielā mērā viņi līdzdarbojas izmēģinājumos?
- Kādi dati / palīg līdzekļi ir konsultantu rīcībā?
- Cik liela nozīme konsultēšanā un izglītībā ir paraug uzņēmumiem? Kādās jomās ir labi piemēri?
- Kādi ir pieejamie konsultāciju līdzekļi (datorprogrammas, dokumenti, kontrolsaraksti, izvērtēšanas programmas...)?
- Kā veidojas komandas darbs un konsultantu tīkls?
- Kādus izglītības piedāvājumus piedāvā citas institūcijas lauku reģionā?
- Kā tiek veidota sadarbība ar šīm institūcijām?

3. joma: Uzņēmumu panākumu ceļi

Panākumu mērogs:

- Kādas mērauklas izmanto uzņēmumi, kad tie vēlas izmērīt savus panākumus (lauksaimn. ienākumi/ sistēmas vai uz darbinieku, brīvais laiks uz darbinieku, uzņēmuma palielināšana noteiktā laika periodā, apmierinātība, atbalstu izmantošana...)?

Panākumu pašreizējie ceļi:

- Kādi pasākumi pašlaik tiek veikti, lai būtu videi draudzīga produkcija un videi draudzīgs menedžments, un kāda ar tiem ir jau pieredze?
- Kādām peļņas iespējām birojs piedāvā atbalstu un kādu atbalstu?
- Kādi ir nākamie soļi šajā jomā?
- Kādi pasākumi tiek ieteikti ekonomiski pamatotai pārdošanai un kā tiek atbalstītas kooperācijas? Cik lielā mērā attiecībā uz šīm tēmām saskan biroja mērķi ar lauksaimnieku mērķiem un kādi no tā izriet secinājumi?
- Kāda nozīme/vērtība ir izmaksu samazināšanai attiecībā uz lauksaimniecības uzņēmumu no konsultantu puses un no lauksaimnieku puses? Kādi no tā izriet secinājumi konsultēšanai un izglītībai?

Ietverošie noteikumi:

- Cik daudz ietverošie noteikumi kavē uzņēmumu tālāku attīstību?
- Kāda palīdzība var tik sniegta ar konsultēšanu un izglītību?
- Kā tekošās likumu izmaiņas ietekmē attiecības starp konsultantu un lauksaimnieku?

Izglītības piedāvājumu izmantošana:

- Ko no oficiālās konsultēšanas vajadzētu piedāvāt lauksaimniekiem, lai viņi gūtu panākumus?
- Kāda ir privātās konsultēšanas nozīme (veiksmīgiem) uzņēmumiem?
- Kādus atbalstošus tīklus izmanto lauksaimniecības uzņēmumi (lauksaimnieku apvienības iekārtu izmantošanai, radnieciskus...)?
- Kāda ir pieredzes apmaiņas nozīme lauksaimnieku panākumos?
- Kādiem uzņēmumiem vispirms tiek sniegtas konsultācijas un kādā virzienā vispirms tiek sniegtas konsultācijas (nākotnes uzņēmumiem vai uzņēmumiem, kuriem ir apdraudēta likviditāte, - uzņēmumiem, kuri izstāsies no aprites...)?

4. joma: Konsultantu panākumu ceļi

Orientācija uz klientu

- Kā tiek veikta vajadzību analīze attiecībā uz konsultējamajiem klientiem?
- Cik liels ir klientu pieprasījums pēc konsultēšanas pakalpojumiem?
- Kā tiek palielināta klientu apmierinātība?

Kontrole

- Kā (iekšēji) tiek mērīti panākumi un kā tie tiek atzīti/atlīdzināti?
- Kādi ir izvirzītie mērķi un kā tie tiek pārbaudīti?
- Vai kontrolē tiek izmantoti izmaksu/ maksājumu aprēķini?
- Kāda ir kontroles ietekme uz finanšu plānošanu?

Kvalitātes menedžments

- Kādi standarti ir spēkā attiecībā uz konsultāciju un izglītības produktiem?
- Cik kompetenti jūtas konsultanti (nozares un sociālā kompetence)?
- Kā konsultantus uztver kolēģi un kā klienti?
- Kādi uz panākumiem orientēti personāla vadības instrumenti tiek lietoti?
- Kādas ir sekas neveiksmīgam projektam?
- Cik liela ir iespēja inovatīvām idejām un to īstenošanai?

Sabiedriskās attiecības

- Kā ir veidots un strukturēts produktu katalogs?
- Kā iekšēji un ārēji tiek atainoti konsultanta panākumi?
- Kāda ir saikne starp konsultēšanas panākumiem un konsultēto uzņēmumu panākumiem?

Tīkls

- Cik vienkārši ir veidot personisko tīklu konsultēšanas komandā?
- Ar kādām organizācijām institucionāli ir saistīts konsultēšanas uzņēmums?

Padomi konsultāciju biroju un biroju izzināšanā

Sagatavošanās

- Izlasiet vadlīniju, pasvītrojiet svarīgus jautājumus/ jomas, papildiniet ar iespējamiem šķirkļiem.
- Iegūstiet jomas, kuras būtu jāizzina.
- Vadlīnija ir paredzēta, lai sagatavotos **sarunai vai izzināšanai!**
- Lūdzu **neveiciet aptauju**, ņemot vērā jautājumus!

Sarunas vadīšana

- "Kurš jautā, tas vada!" Vienmēr paturiet uzmanību izzināšanas virzienā.
- Jautājumi un klausīšanās ir līdzsvarā: vadiet ar skaidriem jautājumiem, bet palieciet arī atvērti negaidītām lietām.
- Ieplānojiet pietiekami laika pauzēm. Pieredze rāda, ka programmā parasti tiek iekļauts drīzāk vairāk nekā mazāk.

Protokolēšana

- Uzreiz pēc sarunas paņemiet piecu līdz desmit minūšu pauzi, apsēžoties divatā ar jautājumu: "Kas bija svarīgākais?" Par katru sarunu veiciet īsas piezīmes.
- Idejas, kuras ir, radījušas interesi vēlākam darbam, uzreiz uzrakstiet uz atsevišķas lapas un apkopojiet atsevišķā reģistrā. Tās vēlāk var kalpot kā darba materiāli.

Mazas dāvanas

Pieredze rāda, ka dalībniekus/-ces apmeklētajos konsultāciju birojos un birojos aprūpē ar lielu uzmanību. Mazas dāvanas no dalībnieka/-ces reģiona vienmēr radīs prieku!