



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
МИНИСТАРСТВО ФИНАНСИЈА
Сектор за уговарање и финансирање програма
из средстава Европске уније
МИНИСТАРСТВО ЗА РАД, ЗАПОШЉАВАЊЕ,
БОРАЧКА И СОЦИЈАЛНА ПИТАЊА
МИНИСТАРСТВО ОМЛАДИНЕ И СПОРТА

Овај пројекат финансира
Европска унија

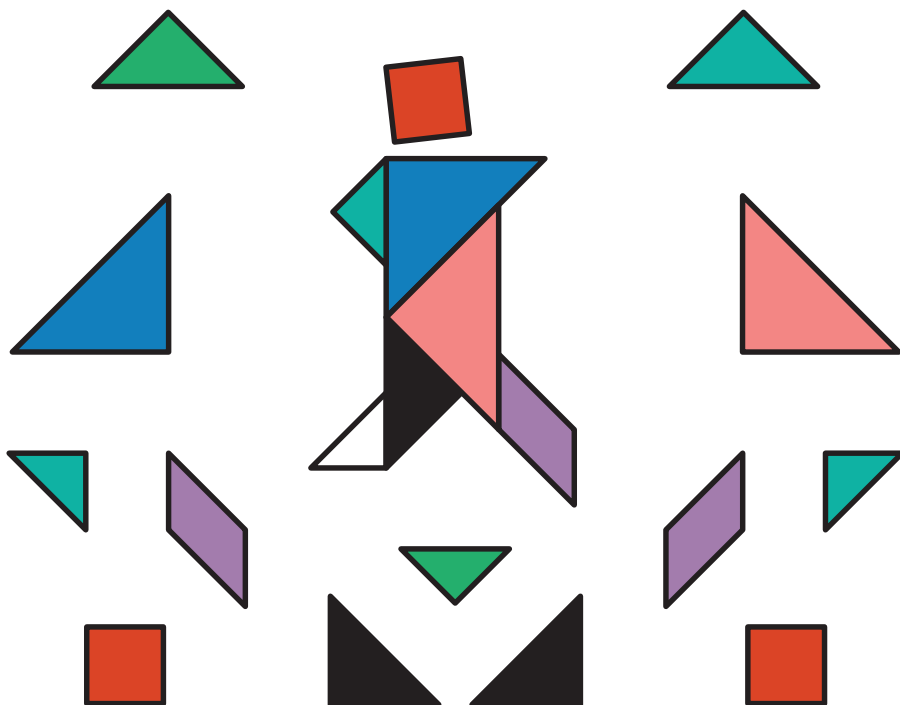


#ЕУ
ЗА ТЕБЕ



SOCIJALNA I RADNA AKTIVACIJA MLADIH U SVRLJIGU I RAŠKI:

PREPORUKE ZA MEŠOVITE MERE PODRŠKE



Decembar 2020.

Izdavač: Dostignuća mladih u Srbiji

Dizajn i prelom: de work studio

Tiraž: 300

Štampa: Kuća štampe

Publikacija pripremljena u okviru projekta: Podrška mladima u zapošljavanju. Projekat je deo grant-šeme "Podrška Evropske unije aktivnom uključivanju mladih". Finansiran je sredstvima Evropske unije i sufinansiran sredstvima Vlade Republike Srbije, a sprovode ga Dostignuća mladih u Srbiji, Zapadnobalkanski institute WEBIN, Opština Raška i Opština Svrljig. Za sadržinu ove publikacije isključivo su odgovorne gore navedene organizacije i ta sadržina ne izražava nužno zvanične stavove Evropske unije, Ministarstva za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja, Ministarstva omladine i sporta i Tela za ugovaranje.

SADRŽAJ:

Rečnik korišćenih termina	4
Postojeće mere podrške zapošljavanju i zapošljivosti mladih u Srbiji.....	7
Stanje u opštini Raška	15
Stanje u opštini Svrlijg	19
Paketi Usluga i Preporuke	23
Informisanje.....	27
Edukacija.....	29
Mentorstvo	31
Omladinsko preduzetništvo	33
Model Učeničke Kompanije	37
Zaključak.....	39
Prilog - Učenička Kompanija - korak po korak	41
Literatura.....	61



Rečnik korišćenih termina

Aktivne politike zapošljavanja - Državni programi kojima se intervenišu na tržištu rada sa ciljem da se pomogne nezaposlenim licima da pronađu posao i vrate se u kategoriju zaposlenih što je pre moguće, tako što im se pruža neophodna stručna podrška kroz usluge zapošljavanja (informisanje, praćenje, KVS); mere zapošljavanja (obuke, podsticaji, subvencije) i podrška kroz pasivne mere - novčana davanja/naknade.

Aktivne mere zapošljavanja AMZ - Aktivnosti usmerene ka unapređenju zapošljivosti i podsticanju zapošljavanja i obuhvata: usluge posredovanja u zapošljavanju; karijerno vođenje i savetovanje; subvencije za zapošljavanje; podršku samozapošljavanju; dodatno obrazovanje i obuke; podsticaje za korisnike novčane naknade za slučaj nezaposlenosti; javne radove; druge mere namenjene licima koje traže posao.

Aktivni programi zapošljavanja APZ - Društveni izdaci (osim za obrazovanje) namenjeni poboljšanju izgleda korisnika da pronađu produktivno zaposlenje ili da na drugi način povećaju mogućnosti za sticanje zarade (troškovi rada službi za zapošljavanje, obuke nezaposlenih lica za potrebe tržišta rada, posebni programi za mlade u procesu tranzicije iz obrazovanja na tržište rada.

IPZ - Individualni plan zapošljavanja u okviru modela podrške zapošljavanju teže zapošljivih kategorija

LAP - Lokalni Akcioni Plan za mlade

LSZ - Lokalni Savet za Zapošljavanje

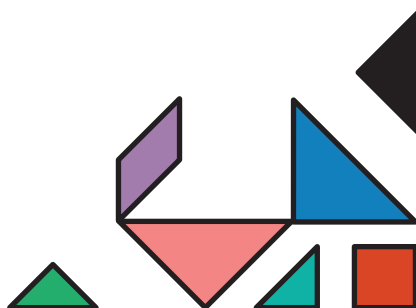
Nezaposlenost - Prema MOR nezaposlenost definiše: odsustvo posla; aktivno traženje posla; i sposobnost za rad.

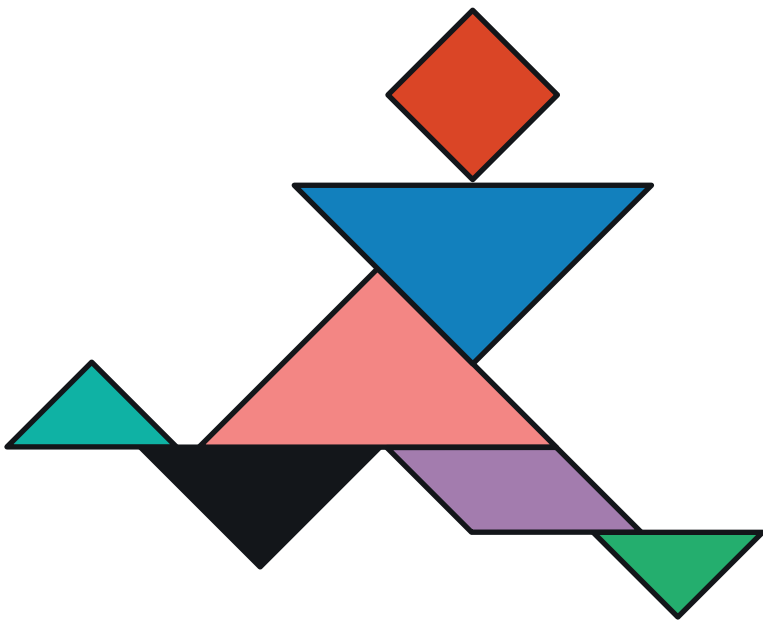
NEET - Indikator koji predstavlja udeo mladih ljudi koji nisu zaposleni, na školovanju ili obuci is-kazan kao procenat ukupnog broja mladih u datoj starosnoj grupi.

NSZ - Nacionalna Služba za Zapošljavanje

RNŠ - Rano napuštanje školovanja (en. ESL) predstavlja indikator Eurostat-a za osobe koje u starosnoj dobi 18-24 imaju završeno niže srednje obrazovanje (manje od 2 godine). ili niži stepen obrazovanja od tog koji nisu više u sistemu obrazovanja i obuka. Do 2020 u zemljama EU ovaj indikator treba da bude manji od 10%.

Ranjive/teže zapošljive kategorije na tržištu rada - Primarni korisnici mera aktivne politike zapošljavanja koji usled faktora kao što su starosno doba, stepen obrazovanja, invaliditet, pol, etničko poreklo, itd. mogu da imaju prepreku u ostvarivanju principa jednakih mogućnosti i dostupnosti usluga. U njih koje spadaju: Romi, OSI, ruralno stanovništvo, lica bez kvalifikacija/obrazovanja, žene, mladi (15-24 godine starosti), starija lica (50-64 godine starosti), kao i dugoročno nezaposleni, samohrani roditelji, itd.

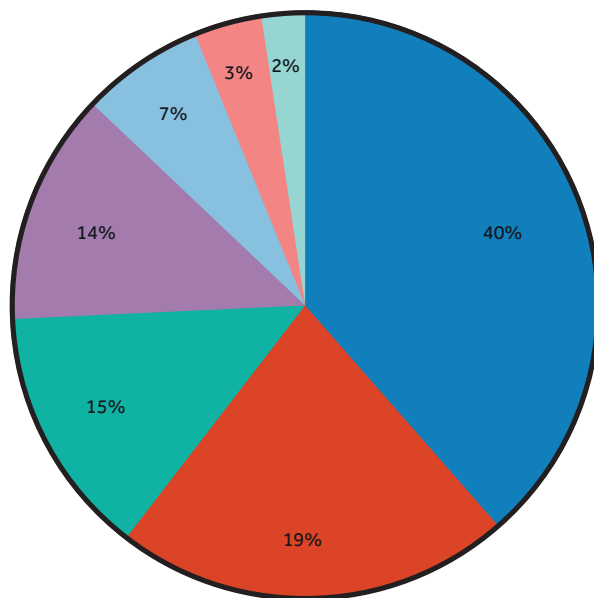




Postojeće mere podrške zapošljavanju i zapošljivosti mladih u Srbiji

Mladi ljudi koji su dugoročno ili trajno nezaposleni u sociološkoj literaturi se nazivaju "podklasa". Oni su neka vrsta parija, socijalno marginalizovani i izolovani. "Ti ljudi razlikuju se i po kulturnim osobinama: niska samoefikasnost, fatalizam, nizak nivo aspiracija, sumnja u sebe i svoje sposobnosti." Tony Wilson

Problem nezaposlenosti mladih u Srbiji, u poslednjih pet godina, posledica je široko rasprostranjenog opšteg siromaštva i rastućih socijalnih nejednakosti. Siromaštvo u Srbiji je još uvek koncentrisano u tradicionalno nerazvijenim područjima na jugu, ali se usled nepovoljnih ekonomsko-socijalnih uslova širi u sva područja. U tom i takvom opštem kontekstu, položaj mladih na tržištu rada je veoma nepovoljan. Posebno je zabrinjavajuća činjenica da mladi iz statusa nezaposlenosti ne izlaze zapošljavanjem, već padom u neaktivnost, jer gube nadu



- Školovanje
- RO određeno
- RO neodređeno
- Na crno
- Privremeno-povremeni
- Samozaposlen
- Drugo

u mogućnost kvalitetnog i dostojanstvenog zapošljavanja. Najveći broj mladih nezaposlenost percipira kao najznačajniji rizik u srpskom društvu, dok su na drugom i trećem mestu porast siromaštva i nesigurnost zaposlenja.

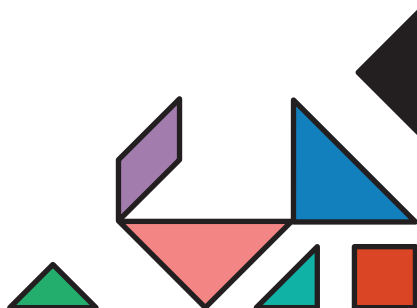
I ostali socijalni uslovi u kojima mladi žive negativno se reflektuju na status aktivnosti mladih na tržištu rada: nemogućnost postizanja finansijske samostalnosti, odnosno život u istom domaćinstvu sa roditeljima - čak i kod mladih sa stabilnim zaposlenjem, usled niskih zarada.

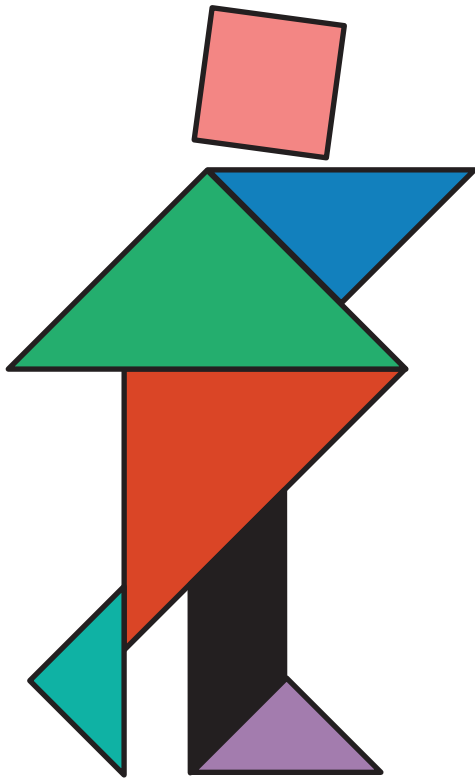
Nacionalna strategija za mlade utvrđuje osnovne principe za unapređenje društvenog položaja mladih i stvaranje uslova za ostvarenje prava i interesa mladih u svim oblastima. U njoj je definisano devet ključnih ciljeva kao željenih, promenjenih stanja u oblastima od interesa za mlade. Kao prvi cilj istaknuta je zapošljivost i zaposlenost mladih žena i muškaraca, te kvalitet i mogućnosti za sticanje kvalifikacija i razvoj kompetencija i inovativnost

mladih, aktivno učešće mladih žena i muškaraca u društvu, zdravlje i blagostanje mladih, itd. Ističe se i značaj promovisanja i podsticanja preduzetništva i preduzetničkog načina razmišljanja, otvaranja novih kompanija, samozapošljavanja, stvaranja novih radnih mesta, ali i sticanja samopouzdanja i jačanja kreativnosti i društvene odgovornosti kod mladih.

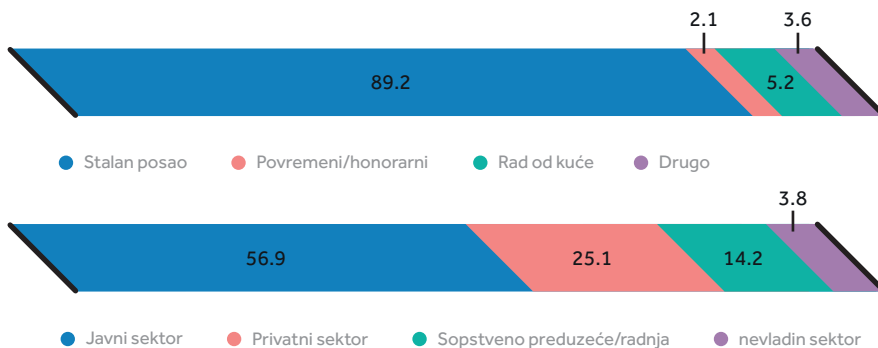
Prema Nacionalnom akcionom planu zapošljavanja 2019. mladi do 30 godina starosti čine kategoriju teže zapošljivih lica sa definisanim paketom podrške koji su uvedeni od 2013. godine kao set koraka koje Nacionalna Služba za Zapošljavanje (NSZ) preduzima za ova lica sa ciljem prevencije zastarevanja znanja i veština i pada u dugoročnu nezaposlenost.

Paket usluga definiše jasniji i intenzivniji odnos saradnje između savetnika NSZ i nezaposlenih na evidenciji NSZ.





Preferencije nezaposlenih



Izvor: Bradaš, S. (2019), "Mladi i dostojanstven rad" istraživanje, Fond Centar za Demokratiju, Beograd

Godinama unazad indikatori tržišta rada ukazuju na to da je položaj mladih u Srbiji znatno nepovoljniji od položaja ostalih starosnih grupa i da je daleko nepovoljniji od položaja njihovih vršnjaka u zemljama članicama Evropske unije. Jedan od razloga za to je da se mladi navode kao posebno osetljiva grupa u različitim sektorskim politikama. Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025. u delu koji se bavi položajem mladih na tržištu rada, kao i Nacionalni akcioni plan za zapošljavanje za 2019., ne idu u analizama i predloženim merama dalje od pokazatelja zaposlenosti i nezaposlenosti mladih.¹

Uzroke nezaposlenosti mladih vide u manjkavim kvalifikacijama koje ne odgovaraju potrebama tržišta rada

ne potkrepljujući tvrdnje validnim i pouzdanim podacima: „Mladi ne poseduju potrebna praktična znanja, veštine i kompetencije koje su tražene na tržištu rada.“² Položaj mladih se ne sagledava u kontekstu vrlo nepovoljne opšte situacije na tržištu rada koju karakteriše nizak nivo privredne aktivnosti, niska tražnja za radom, visoka stopa opšte nezaposlenosti, visoka stopa pod-zaposlenosti, racionalizacija i zabrana zapošljavanja u javnom sektoru, niske zarade, kršenje prava iz rada i po osnovu rada, visoke stope siromaštva i socijalne isključenosti. U takvoj situaciji mladi sve teže pronalaze posao, a kada ga i nađu najčešće su to poslovi ispod njihovih kvalifikacija, privremeni i povremeni, slabije plaćeni od onih koje obavljaju stalno zaposleni.

¹ Izvor: Bradaš, S. (2019), "Mladi i dostojanstven rad" istraživanje, Fond Centar za Demokratiju, Beograd

² Vlada Republike Srbije: Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025.

Prema Smernicama iz Nacionalnog plana, paketi za teže zapošljive kategorije podrazumevaju samopodršku pri traženju posla, motivisanje za aktivno traženje posla ili subvenciju za zapošljavanje, odnosno kombinaciju različitih mera koje bi trebalo da daju rezultate. Da bi se odredila pravilna kombinacija mera, neophodno je ispitati i razmotriti individualne karakteristike svakog po-jedinačnog nezaposlenog lica putem procene zapošljivosti. Sve ove karakteristike, kao i aktivnosti koje treba preduzeti, evidentiraju se u individualnom planu zapošljavanja koji zaključuje savetnik za zapošljavanje NSZ i nezaposleno lice. Precizna identifikacija problema na tržištu rada sa kojim se klijent suočava, pomoći će savetniku za zapošljavanje NSZ da preporuči najbolju kombinaciju usluga i programa i omogućiti kreiranje paketa podrške koji je prilagođen svakom klijentu, a koji se zasniva na:

1. Identifikaciji teže zapošljivih kategorija i prikupljanju podataka na lokalnom nivou;
2. Analizi lokalne situacije i trendova u zapošljavanju;
3. Planiranju APZ/AMZ koje odgovaraju potrebama tržišta rada i potrebama korisnika;
4. Sprovođenju APZ/AMZ;
5. Praćenju i evaluaciji.³

³ Nastić-Stojanović J. (2019), "Socijalna i radna

U okviru planiranja strategija za zapošljavanje mladih, omladinsko preduzetništvo sve šire biva prihvaćeno kao bitna dopunska strategija za otvaranje novih radnih mesta i unapređenje kvaliteta života i ekonomske nezavisnosti mladih ljudi. Samo 3% mladih je trenutno samozaposleno, odnosno vodi sopstveni biznis u Srbiji.⁴ Samo oko 14 % mladih bi želelo da vodi sopstveni biznis⁵. Ono što je presudno za uspeh omladinskog preduzetništva jeste upravo strateški pristup države ovoj sferi i integrisanje programa namenjenih mladim preduzetnicima u ukupne planove ekonomskog razvoja jedne države.

Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine prepoznaje važnost preduzetništva kao ključnu kompetenciju. Nacionalna strategija za mlade 2015–2025. jasno izveštava o preduzetništvu i sadrži određeni broj strateških ciljeva koji su povezani sa oblastima omladinskog preduzetništva i zapošljavanja. Ova strategija naglašava važnost razvoja kompetencija i podržava sticanje praktičnog preduzetničkog iskustva. Strategija predviđa i finansijske resurse (planirane u državnom budže-

aktivacija mladih u Svrlijgu i Raški - osnovna studija", Zapadnobalkanski institute, Beograd

⁴ Bradaš, S. (2019), "Mladi i dostojanstven rad" istraživanje, Fond Centar za Demokratiju, Beograd

⁵ Ibid.

tu) koji bi bili namenjeni razvojnim aktivnostima podsticanja preduzetništva kod mladih, što predstavlja veoma pozitivan primer i osigurava ostvarivanje aktivnosti.





Stanje u opštini Raška

U Raški broj mladih u starosnoj dobi od 15 do 29 godina iznosi 4373 što čini oko 25% ukupnog stanovništva stanovništva (ARS, 2018). U Raški je problem nezaposlenosti dosta izražen (naročito u ženskoj populaciji), a jednim delom je za takvu sliku odgovorna i relativno loša obrazovna struktura stanovnika sa 8,124 stanovnika (38.34%) bez ili sa niskim kvalifikacijama.

Lokalni strateški fokus i dokumenta u oblasti zapošljavanja i preduzetništva čine LAP za mlade i LAP za zapošljavanje 2019. Oba dokumenta ističu kao najveći problem mladih loš životni standard i visoku nezaposlenost koja se može umanjiti razvojem preduzetničkog duha kroz adekvatne obuke i uvođenje preduzetništva u formalno obrazovanje. Podatke o neaktivnim mladim licima Opština dobija od NSZ, u vidu Statističkog biltena, na mesečnom nivou. Rešavanje problema neaktivnih mladih se odvija kroz programsku podršku samozapošljavanju i subvencionisanje postojećih privrednih subjekata s

ciljem zapošljavanja lica iz teže zapošljivih kategorija, gde spadaju i mladi. Mere ranog otkrivanja mladih u riziku da postanu ekonomski neaktivna lica ne postoje.

Opština ne radi aktivno na prikupljanju podataka o mladima van evidencije NSZ, pa je broj takvih mladih nepoznat (Romi, NEET, mladi iz ruralnih odnosno udaljenih sredina) iako se LPA za mlade odnosi i na vulnerabilne mlade (Romi, mladi sa sela, mladi sa invaliditetom, mladi lošijeg socio-ekonomskog statusa).

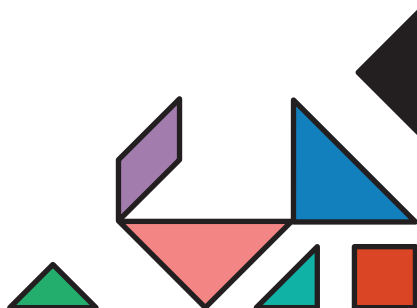
LAP za mlade 2018-2021. definiše kao jedan od 3 strateška cilja upravo zapošljavanje, samozapošljavanje i preduzetništvo mladih, dok u opštem cilju navodi da je potrebno "unaprediti položaj mladih opštine Raška u procesu zapošljavanja kroz informisanje, pružanje podrške u profesionalnom razvoju, razvoju preduzetničkog duha i poboljšanjem međuinstitucionalne saradnje."

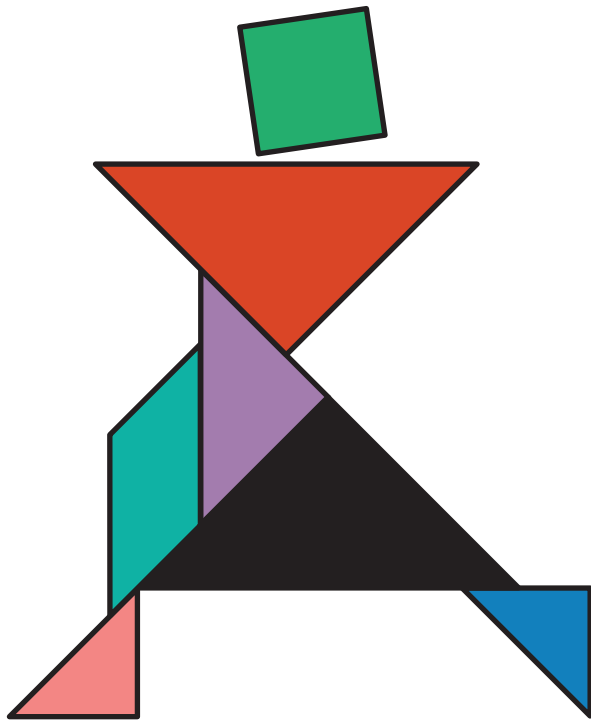
Osnovni uočeni problemi u domenu zapošljavanja mladih i preduzetništva prema LAP su:

- slabo razvijena međuinstitucionalna saradnja – naročito između JLS i obrazovnih institucija, privrednih subjekata, NVO i NSZ.
- nedovoljno informisanje i motivisanost mladih o mogućnostima zaposlenja u uslovima smanjenog obima tržišta rada
- nedovoljan broj podsticajnih mera usmerenih ka zapošljavanju i samozapošljavanju mladih
- nedovoljno podsticanje razvoja preduzetničkog duha i veština kod mladih
- nedostatak praktičnog radnog iskustva tokom školovanja
- nedovoljna ponuda neformalnog obrazovanja kojom bi se stekle dodatne veštine neophodne za tržište rada

Usluge i mere socijalne i radne aktivacije koje su trenutno dostupne mladima u opštini Raška su sledeće (u manjoj ili većoj meri funkcionalne i iskorišćene adekvatno):

- Karijerno savetovanje i profesionalna orijentacija
- Stručna/radna praksa
- Obuke
- Subvencije za novo zapošljavanje
- Subvencije za samozapošljavanje
- Informisanje o mogućnostima za zapošljavanje i samozapošljavanje
- Poslovno savetovanje za početnike u poslovanju.





Stanje u opštini Svrlijig

Prema dostupnim podacima za opštinu Svrlijig (Anketa o radnoj snazi za 2018. godinu), posmatra se ekonomska aktivnost i neaktivnost za mladu populaciju prema starosnoj dobi 15-19 godina, 20-24 godina i 25-29 godina starosti. Procenat ekonomska aktivnost mladih se očekivano povećava sa starosnim dobom tako da je najveći procenat ekonomski aktivnih mladih u starosnoj dobi 25-29 godina, dok je, u odnosu na ukupan broj mladih osoba unutar starosne dobi, najviše neaktivnih mladih od 15-19 godina. Od ukupno 14249 mladih, jedna trećina je ekonomski aktivna, dok je broj neaktivnih mladih od 15-29 godina 641 (podaci ne preciziraju broj NEET; smatra seda većina ove grupe mladih završava školovanje).

U opštini Svrlijig postoji aktivan Lokalni Savet za Zapošljavanje (LSZ), dok se organizaciona jedinica NSZ za Svrlijig nalazi u sklopu niške filijale NSZ. LSZ je osnovan krajem 2010 na čelu sa predsednikom opštine kao intersektorsko telo sa članovima predstavnicima lokalnih institucija relevantnih za pitanja zapošljavanja i to: koordinator Kancelarije za lokalni ekonomski razvoj Opštinske uprave opštine Svrlijig, savetnik u Odeljenju za posredovanje Nacionalne službe za zapošljavanje – Filijale Niš, predsednica Udruženja Mreža u Svrlijgu, ispred NVO – Udruženje žena Etno forum, Svrlijig i predsednik sindikata MIN-DIV Svrlijig.

Relevantni okvir za sprovođenje politike zapošljavanja mladih jesu lokalni akcioni plan zapošljavanja za 2019.godinu, kao i Lokalni akcioni plan za mlade za period 2017-2021. Novija istraživanja (NGO Proaktiv, 2019) o zapošljavanju mladih koja su rađena uz uključivanje mladih, organizacija civilnog društva i predstavnika lokalnih institucija u oblasti politike zapošljavanja - lokalnih samouprava, poslovnog sektora i medija u gradovima Nišavskog i Topličkog okruga, ukazuju na ključne probleme i to:

- Veliki broj onih koji u dvadesetim godinama nisu ni u obrazovnom sistemu, niti se obučavaju za neki posao, niti rade.
- Ne postoji organizovani i kontinuirani sistem za karijerni razvoj kao ni za obuke, stručne prakse i neformalno obrazovanje mladih.
- Postoji „velika apatija i nezainteresovanost“ mladih kada je reč o neformalnom obrazovanju, kao i uska lepeza ponude neformalnog obrazovanja.
- „Vrlo slabo informisanje“ mladih na temu karijernog razvoja, obuka, stručnih praksi i neformalnog obrazovanja.
- Zapostavljeni mladi u seoskim sredinama.

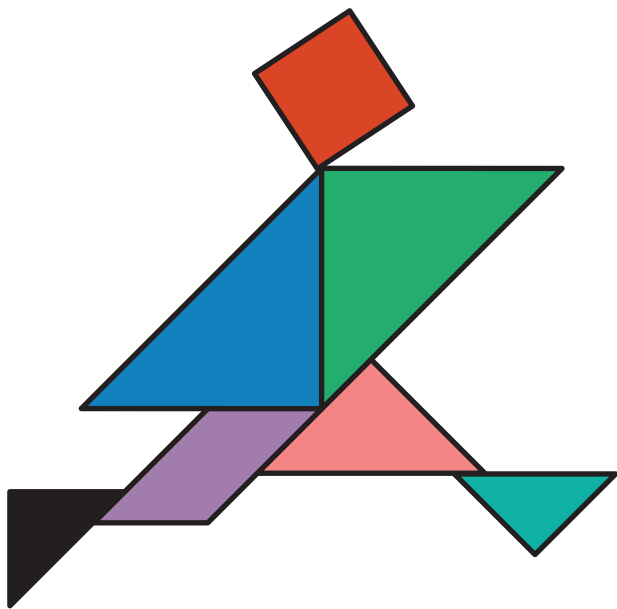
Kada je reč o pokretanju sopstvenog biznisa, mladi u Svrlijgu imaju strah od neuspeha (osećaj posramljenosti) i retko se odlučuju na taj korak. Problem dolaska do mladih u grupi NEET u Svrlijgu bi se mogao premostiti oslanjanjem na kapacitete Lokalnog centra za kulturu, sport i turizam zbog neformalnog sadržaja i čestog mesta okupljanja mladih u ovoj kategoriji. Za sve mlade je potrebno obezbediti usluge savetovanja kao vid usmeravanja mladih u smislu pokretanja preduzetništva u opštini, kao i uslugu posredovanja u kontaktu sa privrednicima.

Usluge i mere socijalne i radne aktivacije koje su dostupne mladima u opštini Svrlijg su sledeće (u manjoj ili većoj meri funkcionalne i iskorišćene adekvatno):

- Stipendije za školovanje
- Karijerno savetovanje
- Stručna praksa
- Subvencije za zapošljavanje
- Subvencije za samozapošljavanje
- Program učeničke kompanije
- Subvencija za sklapanje braka

- Informisanje o mogućnostima za zapošljavanje i samozapošljavanje
- Poslovno savetovanje za početnike u poslovanju.

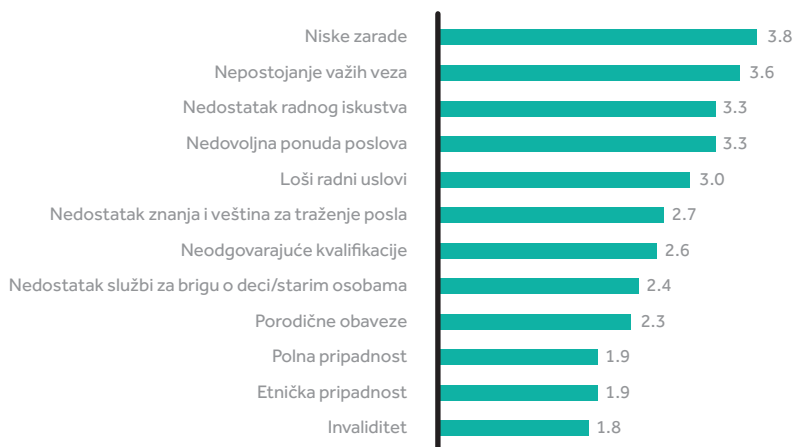




Paketi Usluga i Preporuke

Paket usluga u sferi zapošljavanja i zapošljivosti koji je potreban obezbediti mladima bi trebao da uključuje informisanje, edukaciju, mentorstvo i podršku za preduzetništvo. Ishodi ovih programa trebaju da imaju za cilj ne samo podsticanje ekonomskog rasta u ovim opštinama u skladu sa novim tržišnim stvarnostima, već i rešavanje problema sa kojima se suočavaju mladi koji su NEET i

nezaposleni mladi. Većina nezaposlenih mladih imaju i druge prepreke za rad (uključujući invalidnost, brigu o drugima ili pripadnost nekoj manjinskoj grupi), a oni sa niskim kvalifikacijama i drugim barijerama manje su uspešni na tržištu rada od onih sa višim kvalifikacijama i istim barijerama. Paketi mera bi trebalo da se bave i drugim preprekama - uključujući manje opipljive faktore poput motivacije i stava.



Prepreke u zapošljavanju⁶

Potrebna je ravnoteža između tržišta rada i lokalnih politika kako bi se rešio problem aktivacije NEET populacije. Ovo je posebno važno za politike koje imaju za cilj dugotrajno nezaposlene: njihov položaj je često posledica hronične zapostavljenosti od strane tržišta rada i ličnih uslova koji nedostaju (u nekim slučajevima pol, pripadnost manjinskoj grupi, kognitivne veštine itd.). Osnovni cilj većine politika aktivacije je sprečavanje dugoročne nezaposlenosti i socijalne isključenosti. Često se pokazalo da nezaposlenost ima nekoliko negativnih individualnih posledica, npr. smanjeno mentalno blagostanje i zdravlje ili opadajuća verovatnoća ponovne integracije u neki novi posao.

Zato je važno da savetovanje i smernice moraju biti prilagođeni potrebama različitih ciljnih grupa, od bazičnih usluga do usluga za ciljanje teško dostupnih grupa. Rane i kontinuirane intervencije omogućavaju pristup omladini u nepovoljnom položaju. Jako je važno sinhronizovanje obrazovanja sa ponudom posla.

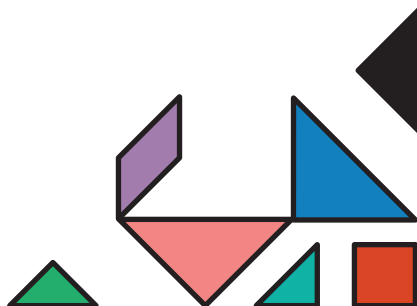
Paketi mera za mlade ljude koji su isključeni iz obrazovanja i obuke, i koji nisu na tržištu rada (NEET), treba da im obezbede konkretnu korisničku vrednost koja je privlačnija od kratkoročnih nagrada na marginama tržišta rada. Ovo uključuje aktiviranja koje ne zavisi od pasivnih mera u smislu prava na beneficije koje predstavljaju relativu korisničku vrednost, već nešto novo i motivišuće.

Potrebne su i preventivne mere koje promovišu i olakšavaju socijalnu i ekonomsku integraciju mladih u društvo u ovim zajednicama. Činjenica je da već postoje različite dobre prakse i programi koji se mogu logično integrisati kao usluga One-Stop-Shop modela u obe opštine koje su deo ove inicijative. Usluge socijalne i radne aktivacije prema jednošalterском (One-Stop-Shop) principu nezaposlenim mladima treba da pojednostave aktivnosti traženja posla ili drugog vida aktivacije, kroz redukovanje broja šaltera koje nezaposleni treba da obiđu i mogućnost da sve završe na istom mestu. Integrisane usluge - One-Stop-Shop - podrazumevaju da različiti akteri dodaju svoje prethodno razdvojene aktivnosti u program spojenih usluga gde se mogu koristiti određene usluge bez prebacivanja između različitih pružalaca usluga. Važna pretpostavka za uspeh ovog modela je redovna

⁶ Bradaš, S. (2019), "Mladi i dostojanstven rad" istraživanje, Fond Centar za Demokratiju, Beograd

i aktivna komunikacija sa mladima, zbog čega su kancelarije i klubovi za mlade i srednje škole idealna mesta za uspostavljanje ove usluge.

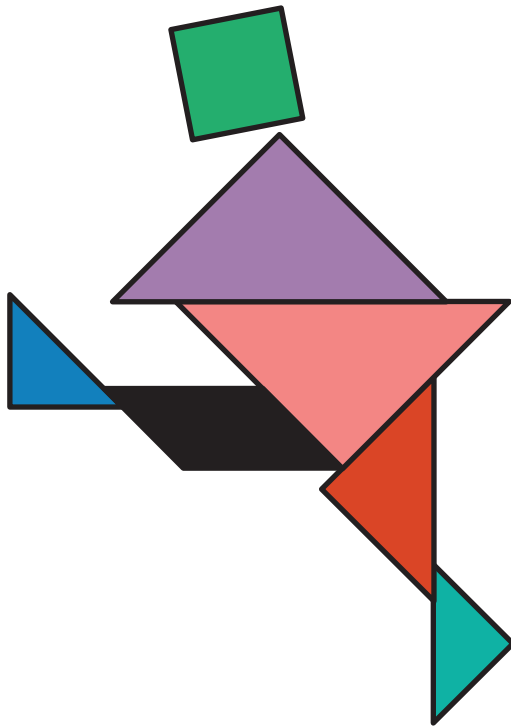
Lokalnim strukturama je potreban kapacitet i za strateško planiranje i operativno funkcionisanje One-Stop-Shop modela. Sposobnost strateškog i operativnog funkcionisanja podrazumeva da bi organizacije trebale da rade na zajedničkom planiranju i donošenju budžeta, koji koordinaciju mogu da čine institucionalno, a ne da pretežno zavise od delovanja zainteresovanih pojedinaca. Lokalnim strukturama je potreban i pristup uslugama koje će biti potrebne u pronalaženju holističkih rešenja za one koji su daleko od otvorenog tržišta (NEET) i koji mogu imati ozbiljne višestruke i trajne probleme ukoliko ovakve usluge ne postoje.





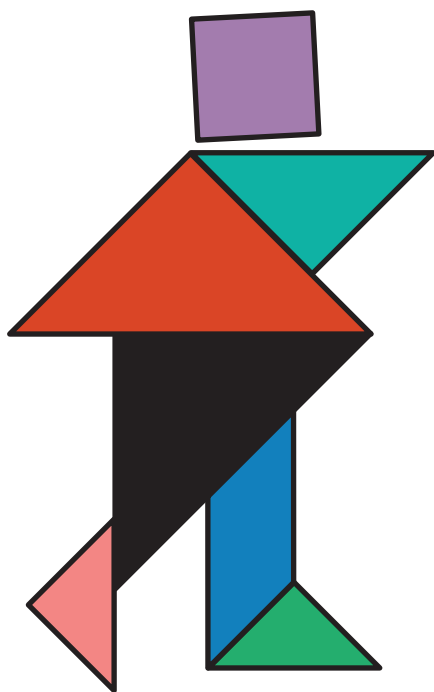
Informisanje

- Mere informisanja mladih o školskim programima, vannastavnim programima, mogućnostima i potrebama poslodavaca.
- Informisanje mladih o procesu i koracima u zapošljavanju, o slobodnim radnim mestima u evidenciji NSZ, i o mogućnostima za zaposlenje koje oglašavaju druge agencije za zapošljavanje,
- Informisanje mladih o dostupnim subvencijama za samozapošljavanje koje se ostvaruju preko NSZ, i o dostupnim subvencijama za samozapošljavanje iz drugih izvora osim NSZ,
- Informisanje mladih o mogućnostima za dobijanje poslovne podrške za započinjanje sopstvenog posla i registrovanje poslovne pravne forme.
- Informisanje mladih o dostupnim mogućnostima za volontiranje i učešće na volonterskim kampovima, u studijskim posetama, omladinskim razmenama i drugim oblicima mobilnosti za mlade.
- Informisanje mladih o drugim dostupnim mogućnostima i merama za socijalnu i radnu aktivaciju poput dostupnih stipendija, podsticaja, prava, mera, programa i drugo, koji se ostvaruju van gorenavedenih kanala, institucija i sektora.
- Širenje kruga mladih koji učestvuju u oblicima neformalnog obrazovanja, kao i sistematizacija svih programa stručnih praksi i neformalnog obrazovanja, i koherentno informisanje o mogućnostima koje postoje.
- Takođe je važna i uloga društvenih mreža, peer-to-peer podrška, pristup informacijama i pristup tehnologiji u omogućavanju uspeha preduzeća koja vode mladi.



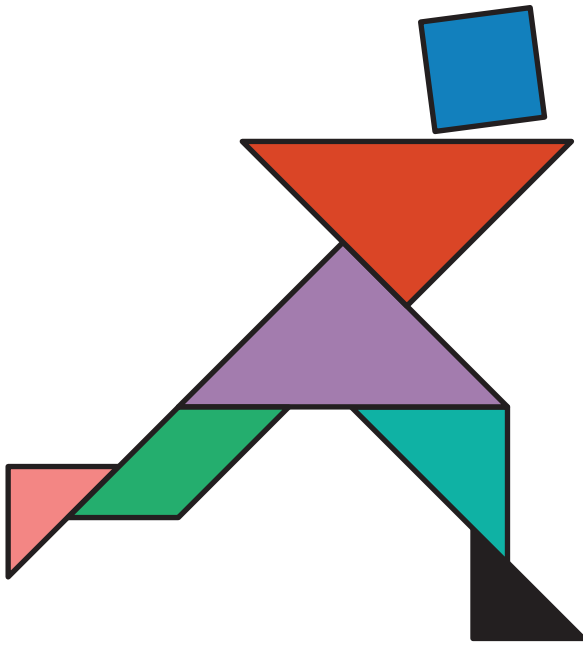
Edukacija

- Programi doškolovanja, treninga i preobuke. Imajući u vidu da, pod uticajem novih tehnologija, veštine i znanja sa kojima mladi ulaze na tržište rada zastarevaju (posebno one stečene kroz zanatske i srednje stručne škole), neophodno je osigurati podršku doživotnom usavršavanju.
- Organizovanje obuka za sticanje znanja i veština radi unapređivanja zapošljivosti i za sticanje znanja i veština radi pokretanja sopstvenog biznisa.
- Takođe, treba posebno organizovati programe stručnog osposobljavanja još uvek značajanog broja mladih bez ikakvih kvalifikacija koji su izašli iz procesa obrazovanja.
- Razvijanje znanja i veština koje odgovaraju potrebama tržišta rada. Naime, treba raditi na uspostavljanju, proširenju i unapređivanju saradnje između sistema srednjeg i visokog obrazovanja i potreba poslodavaca u privatnom i javnom sektoru.
- Karijerno savetovanje mladih kako da usmere svoju karijeru nakon završetka srednje škole, tj savetovanje o nastavku školovanja, usmeravanje ka mogućnostima društvene aktivacije radu sticanja znanja i veština, savetovanje o zaposlenju ili pokretanju sopstvenog biznisa.



Mentorstvo

- Mentorstvo se odnosi na lični rast koji se ne mora direktno odnositi na ono što radi mladi čovek koji uči. Mentorstvo treba da ima karakter dugoročne veze u kojoj se pojedinac podstiče da istražuje, raspravlja, doživljava, raspravlja o nečemu više i možda izvodi neke zaključke na tom putu. Poverenje i integritet su ključni u to procesu, kao što je dugoročna posvećenost i mentora i učenika.
- Pružanje podrške mladima u popunjavanju e-formulara na sajtu NSZ radi upisa u evidenciju NSZ,
- Pružanje podrške u popunjavanju formulara za upis u evidenciju NSZ, kao i drugih formulara i zahteva za korišćenje drugih mera koje se realizuju preko drugih institucija, organizatora programa i pružaoca usluga.
- Omogućiti specijalizovane oblike savetovanja ili mentorstva u zavisnosti od vrste preduzetništva, na primer, izvozno orijentisani biznisi, mladi preduzetnici koje obavljaju tehnološki intenzivne aktivnosti, preduzetnici koje žele da koriste franšizni model, itd.
- Prepoznati vrednost vršnjačkog mentorstva koje može biti obostrano korisno.



Omladinsko preduzetništvo

Mere potrebne za razvoj omladinskog preduzetništva treba da budu usmerene na sve faze preduzetničkog procesa, tokom kojih se mladi ljudi motivišu, pripremaju, osposobljavaju i podržavaju u vođenju biznisa. Potrebno je posvetiti veliku pažnju obukama u preduzetništvu, tokom kojih mladi ljudi treba da steknu znanja i veštine koje su potrebne za uspešno uključivanje na tržište rada. Osim što nemaju znanje potrebno za vođenje biznisa i kontakte u poslovnom svetu, mladi najčešće nemaju ni potrebna sredstva za započinjanje biznisa, kao ni kredibilitet koji bi im omogućio kreditiranje. Pored toga, česte prepreke za osnivanje preduzeća su i složene administrativne procedure, nepodsticajna poreska politika i neadekvatna zakonska regulativa.

Analizirajući prepreke za razvoj omladinskog preduzetništva, Međunarodna organizacija rada⁷ je ustanovila pet ključnih faktora koje treba uzeti u obzir prilikom kreiranja i sprovođenja programa omladinskog preduzetništva:

1. Društveni i kulturološki stav prema omladinskom preduzetništvu;
2. Edukacija;
3. Pristup izvorima finansiranja;

4. Administrativni i zakonski okvir;
5. Biznis asistencija i podrška.⁸

Za podsticanje i razvijanje omladinskog preduzetništva neophodno je uključivanje svih aktera iz javnog, privatnog i neprofitnog sektora, kao i medija. Potrebne su posebne strategije za promociju omladinskog preduzetništva i samozapošljavanja radi stvaranja povoljnog regulatornog okruženja i sistema podrške koji su prilagođeni poslovnom ciklusu, kao i pristup finansijama i njegova ključna uloga u jačanju održivog poslovanja i radnih mesta.

Budući da predstavlja glavnog nosioca ekonomskog razvoja, privatni sektor ima skoro jednako važnu ulogu kao i javni. Iako podrška mladima u osnivanju preduzeća može biti i od direktnog interesa za samo poslovanje (za bankarski sektor, na primer), kompanije se u programe podrške omladinskom preduzetništvu najčešće uključuju u okviru svojih strategija društveno odgovornog poslovanja.

Načini uključivanja privatnog sektora mogu biti veoma raznovrsni i kreću se od sponzorisavanja programa za podsticanje omladinskog preduzet-

⁷ Izvor: http://www.ilo.org/empent/Informationreources/WCMS_127057/lang--en/index.htm

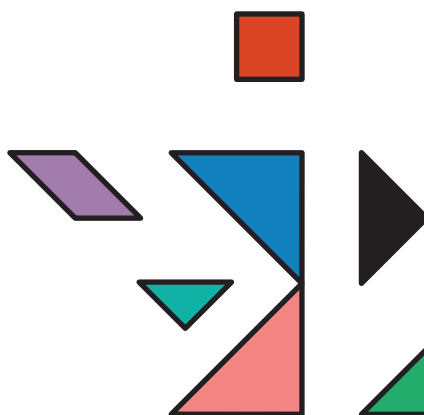
⁸ Schoff, U. (2006) "Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people", ILO, Geneva

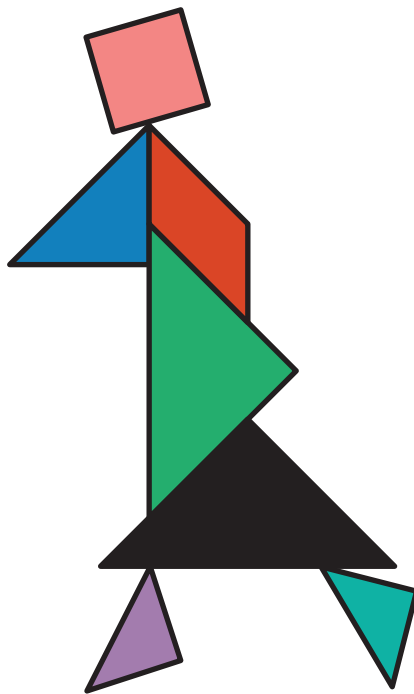
ništva, preko nagrađivanja najboljih mladih preduzetnika, do razvijanja sopstvenih programa koji uključuju finansiranje najboljih biznis planova i „usvajanja“ preduzeća kroz pružanje trajne mentorske podrške izabranim preduzetnicima.

Važno je imati na umu određene aspekte preduzetničkog razvoja:

Dobra poslovna ideja može biti izneverena loše predstavljenim poslovnim planom. Mnogi mladi imaju poteškoće s pisanjem, ali ipak imaju snažne poslovne talente i potencijal da postanu uspešni preduzetnici. Poslovni mentor, koji bi pomogao mladoj osobi da razvije svoje ideje i pripremi se za dalje korake može biti najvrednija pomoć koju mlada osoba dobija.

Tokom procesa razvoja biznis plana često će se prepoznati bilo koji nedostatak veština koje mlada osoba može imati. Priprema poslovnog plana često ostavlja više pitanja nego odgovora, kao što su: postoji li tržište? Hoće li ideja raditi? Da li mlada osoba zaista želi da bude preduzetnik?





Model Učeničke Kompanije

U okviru ovog modela neposredno se uči kroz praktične vežbe koje gotovo u potpunosti simuliraju situacije iz stvarnog biznisa, kako pokrenuti sopstveni biznis. Učenici formiraju svoje kompanije/preduzeća u kojima između sebe biraju menadžere (generalnog, za marketing, za finansije, za proizvodnju, i ostale funkcije u kompaniji); prolaze kroz pravne procedure osnivanja, registrovanja preduzeća i sl; prikupljaju finansijska sredstva potrebna za pokretanje biznisa kroz simulirane odnose sa bankama, prodaju akcije, itd.; pokreću proizvodnju, plasiraju proizvode i usluge na tržištu, planiraju marketing aktivnosti, i sve ostalo što čini jedan biznis.

Učenička Kompanija pomaže mladim ljudima da učenjem kroz praksu, upoznaju i bolje razumeju ulogu biznisa u društvu, ekonomiju i tržišni sistem i kako biznis funkcioniše. Znati o biznisu znači razumeti ulogu poslovanja u društvu i važnu ulogu koju preduzeća igraju u postizanju održivog ekonomskog, društvenog i ekološkog razvoja. Znati o preduzetništvu znači i razumeti da je preduzetništvo prepoznavanje mogućnosti za stvaranje vrednosti, kako ekonomske tako i socijalne, i

proces delovanja na prilike koje se pružaju, bez obzira da li uključuje ili ne formiranje novog preduzeća.

Uz pomoć mentora koji ih vodi kroz program oni iskustveno prolaze kroz sve ove faze i stiču spremnost da nakon završene škole zaista pokrenu sopstveni biznis. Mentori mogu biti nastavnici, predstavnici biznisa ili vlasnici preduzeća kao i volonteri koji su spremni da prođu ovaj ciklus sa mladima i sami nauče nešto novo. Savetovanje i praćenje su ključni za garantovanje kvaliteta i relevantnosti iskustva koje mladi ljudi mogu dobiti. Kao jedan od predloga, odnosno preporuka za paket mera u opštinama Raška i Svrlijg je da mentori i saradnici u Učeničkim Kompanijama budu predstavnici nezaposlenih NEET mladih ljudi koji će ujedno učestvovati u samom procesu iskustvenog učenja, i doprinositi radu samih Učeničkih Kompanija i podržati učenike. Važno je spoznati vrednost vršnjačkog mentorstva kao koncepta u kome svi uključeni uče jedni od drugih i zajedno.



Zaključak

Važno je naglasiti da je uspeh paketa mera - koordinisanih ili ne - društvena i radna aktivacija i integracija mladih koji se suočavaju sa poteškoćama u prelasku sa škole na posao.

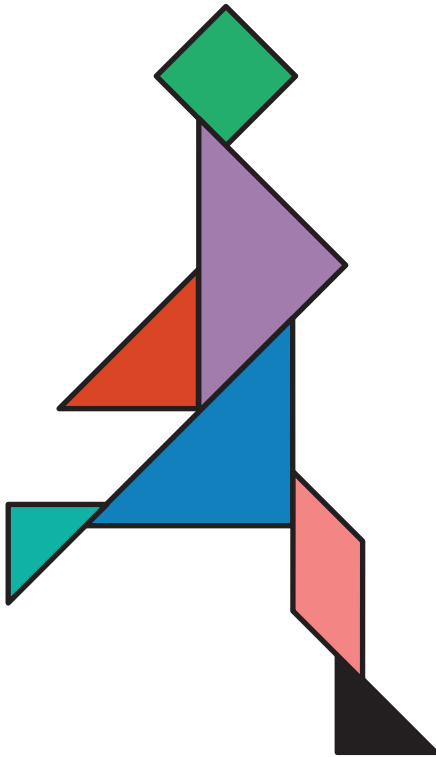
Prvi preduslov je, dakle, da mere polaze od potreba pojedinaca, a ne samo iz institucionalnog partnerstva radi nekog kratkoročnog projekta. Međutim, često se to predstavlja kao uspeh sama činjenica što je bilo moguće dovesti sve te razne aktere „za sto“. To podrazumeva znatnu energiju utrošenu na proceduralne aktivnosti koje obično nisu predviđene u budžetima uključenih aktera. Takođe, značajna sredstva se troše za omogućavanje institucionalnih partnerstava da postanu vidljiva i ulaganjem u odnose s javnošću i marketing. Važno je vratiti se ponovo na mladog čoveka i njegove potrebe i staviti fokus i prioritet na njega.

Drugi preduslov je, fokus na povezanost između različitih mera unutar nacionalnih i lokalnih sistema i usluga koje postoje za mlade ljude i na fleksibilnu integraciju usluga kako bi se izbegla ponavljanja i preklapanja usluga i aktivnosti koje se sve vrte u krug i zapravo ne donose ništa novo.

Treći i radikalniji preduslov zahteva inovativniji pristup, i aktivnu uključenost svih aktera - prelazak sa pruža-

nja određenih mera na paket mera koje podržavaju pojedince u ulasku i suočavanju sa redovnim sistemima obrazovanja, obuke i zapošljavanja u formi jednošalterskog sistema (One-Stop-Shop).

Konačno, to znači da koordinirane politike, mere i partnerstva moraju biti ocenjeni u skladu sa time u kom stepenu su posvećeni holističkim ciljevima da u potpunosti podrže mlade osobe koje pripadaju ranjivim društvenim grupama, i do kog stepena im pomažu pri integraciji na tržište rada. Holistički pristupi - One-Stop-Shop, ne trebaju da budu sami sebi svrha, već ih treba tumačiti u smislu socijalne i radne integracije mladih kroz socijalnu pravdu, ljudsko dostojanstvo, demokratsko građanstvo kroz aktivaciju u lokalnim sredinama.



Učenička Kompanija - korak po korak

Učenička kompanija je najprepoznatljiviji program organizacije Dostignuća mladih u Srbiji / Junior Achievement Serbia, koji omogućava učenicima da u toku školske godine vode mini preduzeća i na taj način steknu praktična znanja i veštine koje će im otkriti svet biznisa i preduzetništva. Tokom ovog programa učenici osmišljavaju uslugu ili proizvod za koji veruju da ima budućnost na tržištu; kreirajući biznis plan, marketing strategiju, kao i kroz interakciju sa poslovnim svetom učenici uče kroz rad, ostvarujući uspeh, ali i da uče na svojim i tuđim grešakama.

Razvijajući sopstvene poslovne modele, učenici kroz učeničku kompaniju rade sa stvarnim proizvodima/uslugama i novcem. Uz pomoć posebno obučениh nastavnika/mentora, učenici na početku školske godine osnivaju kompaniju, zatim tokom godine prolaze kroz sve faze rada stvarne kompanije da bi je na kraju godine zatvorili. Ono što je svima zajedničko je da se program Učenička kompanija najčešće odvija kao vannastavna aktivnost. Poslovanje samih kompanija na terenu je nažalost ograničeno zbog nepostojanja pravne regulative.

Učenička kompanija je obrazovni program koji učenike uključuje u razvoj stvarnih kompanija, sa stvarnim proizvodima i novcem za vreme trajanja njihovog srednjoškolskog obrazovanja. Program se zasniva na principu učenje kroz rad – učenici kroz nastavni plan, pod nadzorom profesora/mentora koji su prošli obuku za program učenička kompanija i koji učenicima daju savete i pomoć u realizaciji planiranih aktivnosti, stvaraju kompaniju, razvijaju je i zatvaraju u toku jedne godine. Koncept učeničke kompanije podrazumeva da učenici stiču znanja i veštine iz oblasti preduzetništva formiranjem kompanija, u kojima „rade“ u toku jedne školske godine. Kompanije se formiraju na početku školske godine, i do kraja te godine učenici prolaze sve faze rada stvarne kompanije. To podrazumeva da oni sami organizuju rad u svojoj kompaniji, sami se opredeljuju za svoju poslovnu ideju, istražuju tržište, sastavljaju biznis plan, izrađuju proizvod/uslugu, osmišljavaju marketing i promociju svoje kompanije, i sami prodaju svoje proizvode/usluge.

Učenička kompanija omogućava učenicima da ostvaruju interakcije sa svetom van škole (poslovnim sektorom, potencijalnim kupcima, institucijama, civilnim sektorom,

i sl.). Kroz poslovanje svoje kompanije učenici razvijaju privrednu aktivnost na tržištu i kroz ponudu stvarnih proizvoda i usluga. Proučavajući životni ciklus kompanije uče kako da se nose sa problemima, preprekama i uspesima. Osnovna ideja je podsticanje preduzetničkog duha i finansijske pismenosti, a najvažniji željeni rezultat programa je otvaranje mogućnosti samozapošljavanja i zapošljivosti mladih po završetku školovanja kroz praktičnu primenu stečenih teorijskih znanja.

Sav eventualni profit koji steknu prodajom svojih proizvoda/usluga, članovi jedne kompanije dele između sebe. Učeničkoj kompaniji profit nije primarni cilj – one predstavljaju školski projekat obrazovnog karaktera. Glavni cilj programa je i da se podstakne razvoj preduzetničkog okruženja što će motivisati mlade ljude na izgradnju vlastite budućnosti.

Glavni cilj učeničke kompanije je da pruži mladima neophodno osnovno znanje i iskustvo u osnivanju i vođenju pravih kompanija. To podrazumeva vršenje različitih poslovnih aktivnosti, proizvodnju stvarnih proizvoda, odnosno pružanje usluga i – što je posebno značajno – uz što je moguće manje simuliranja poslovanja, te u obimu koji je pri-

meren srednjoškolskom uzrastu. Iako su prilagodljivi svim nivoima i tipovima obrazovanja programi učeničkih kompanija su najzastupljeniji na srednjoškolskom nivou i to u formi nastavnih, vannastavnih ili vanškolskih aktivnosti.

Treba istaći da je dosadašnjom strategijom preduzetništvo bilo, pre svega, podsticano u stručnim školama, a u mnogo manjem obimu u gimnazijama i školama opšteg tipa. Učenička kompanija kod nas nije uvrštena u školski plan i program kao metod za sprovođenje preduzetničkog obrazovanja, iako nastavnici Preduzetništva imaju određen stepen autonomije prilikom izbora metodologije koju će koristiti u okviru svojih časova.

Ugovor o saradnji sa školama

U cilju ostvarivanja kvalitetne implementacije programa Učenička kompanija, organizacija Dostignuća mladih u Srbiji insistira na sklapanju ugovora o saradnji sa svakom obrazovnom institucijom u kojoj nastavnici implementiraju njene programe iz oblasti omladinskog preduzetništva. Ugovor se sklapa na neodređeno vreme, podrazumeva da je obrazovna institucija prepoznala važnost preduzetničkog

obrazovanja i nastavnicima omogućava neometano sprovođenje programa Učenička kompanija.

Proces osnivanja učeničke kompanije

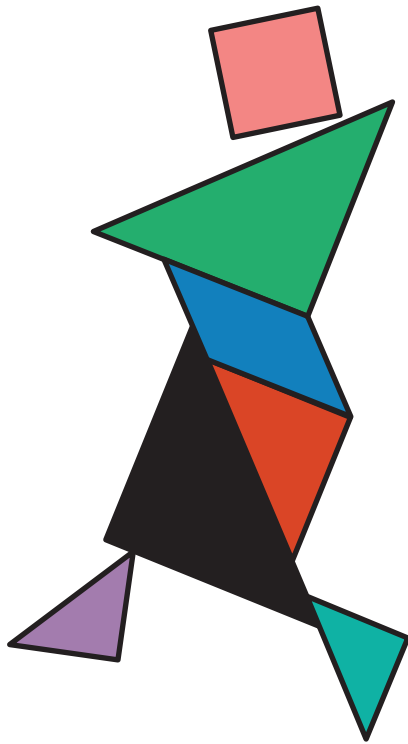
Nakon obuke koju je prošao nastavnik, koji postaje mentor učeničke kompanije, u školi se okupljaju učenici koji su zainteresovani za učešće u programu Učenička kompanija. Na prvom sastanku okupljenih nastavnika mentor ih upoznaje sa konceptom učeničke kompanije i pravilima funkcionisanja. Učenici koji žele da osnuju učeničku kompaniju to čine usvajanjem osnivačkog akta učeničke kompanije. Sam osnivački akt u sebi mora sadržati sledeće elemente:

- Školu u kojoj se kompanije osniva;
- Imena osnivača učeničke kompanije;
- Imena nastavnika mentora;
- Poslovno ime učeničke kompanije;
- Organizaciona struktura učeničke kompanije;
- Početni proizvod ili uslugu učeničke kompanije;
- Datum osnivanja;
- Potpise osnivača i nastavnika mentora.

Nakon usvajanja osnivačkog akta učeničke kompanije od strane učenika-osnivača, akt se šalje na

školskom odboru. Školski odbor (ŠO) srednje škole u kojoj se osniva učenička kompanija, kao najviši organ upravljanja škole ovime biva upoznat sa osnivanjem učeničke kompanije u svojoj školi. Neophodno je da ŠO da saglasnost za osnivanje učeničke kompanije, čime se i formalno u školi kompanija osniva. Nakon procesa osnivanja unutar škole, neophodno je osnivački akt i saglasnost ŠO dostaviti organizaciji Dostignuća mladih u Srbiji koja vodi poslove Registra učeničkih kompanija.





Metodologija programa Učenička kompanija

- Program se sprovodi tokom 20 nedelja (60 časova) u toku školske godine
- Program sprovode nastavnici – mentori
- Program podrazumeva uključivanje biznis volontera
- Nastavnici i učenici na raspolaganju imaju materijale koji prate program Učenička kompanija

Sprovođenje programa Učenička kompanija najviše zavisi od volje i entuzijazma nastavnika i učenika. Program može da se sprovodi kao deo kurikuluma, tokom redovne nastave u okviru predmeta preduzetništvo, ili u okviru vannastavnih aktivnosti. Ideja je da program Učenička kompanija kao načina sticanja veština i znanja kroz praksu postane model koji će biti primenjivan u svim školama koje imaju predmet Preduzetništvo i svim ostalim srednjim školama uključujući i gimnazije. Koncept učeničke kompanije treba da se koristi kao dodatak u nastavi predmeta Preduzetništvo. Kod obrazovnih profila kod kojih nije predviđen predmet Preduzetništvo koncept učeničke kompanije može da bude organizovan kroz sekciju. Takođe, za učenike mlađih razreda, za koje

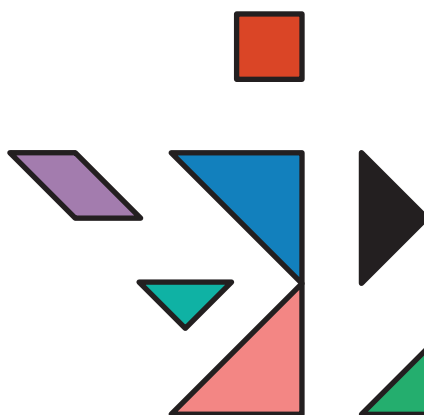
nije predviđen predmet Preduzetništvo, koncept učeničke kompanije može da bude organizovan kroz neku vrstu sekcije.

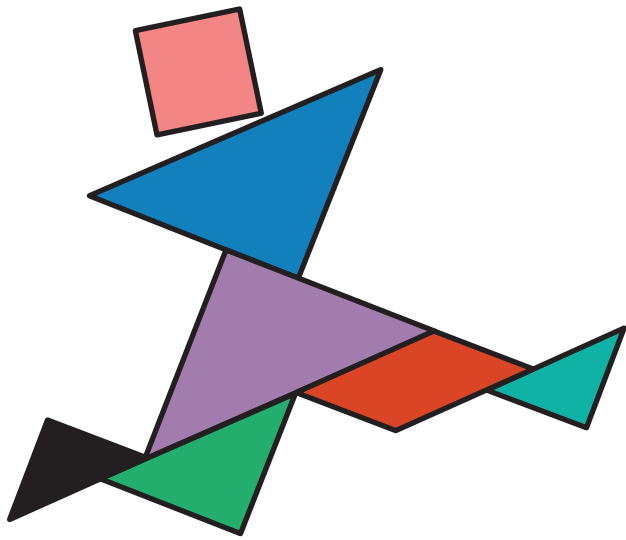
Preporučena dinamika podrazumeva sastanke jednom nedeljno kada se učenici i nastavnici okupljaju osmišljavajući aktivnosti za svoju kompaniju, prave planove, postavljaju ciljeve, vode računa o ulogama u timu i osmišljavaju svoj biznis plan. Po pravilu, školske aktivnosti nisu dovoljne za uspešno vođenje učeničkog preduzeća, te su, stoga, dopunjene raznovrsnim radom van škole i posle nastave. Usled toga, deo svog slobodnog vremena učenici posvećuju preduzetničkim aktivnostima što potvrđuje njihovu posvećenost i veliki entuzijazam.

Ključni element ovog programa je interakcija sa stvarnim poslovnim svetom (biznis volonteri, žiri na sajmovima i takmičenjima, saradnja sa kompanijama u zajednici, itd.). Uključivanje biznis volontera ima posebnu pedagošku vrednost i promoviše uspeh osobe iz okruženja koja je svojim radom i vrednostima ostvarila poslovne rezultate.

Može se ukratko reći da se program sprovodi kroz 5 ključnih faza razvoja kompanije:

1. **Motivacija i ideje:** Faza kreativnosti i nabiranja ideja u potrazi za dobrom poslovnom pričom.
2. **Organizacija posla:** Odabir imena kompanije, kreiranje loga i stvaranje brenda. U ovoj fazi učenici kontaktiraju biznis volontere, postavljaju ciljeve svoje kompanije, definišu strukturu, uloge i podelu posla.
3. **Uspostavljanje kompanije:** Faza prikupljanja početnog kapitala, ispitivanje tržišta, pisanje biznis plana i konačno definisanje proizvoda pre odlaska u proizvodnju (ili usluge).
4. **Realizacija:** Faza akcije – nabavka i proizvodnja, prodaja i vođenje finansija.
5. **Takmičenje i promocija dostignuća:** Faza zatvaranja kompanije, pisanje kompanijskog izveštaja i učestvovanje na Regionalnim sajmovima učeničkih kompanija, kao i na nacionalnom takmičenju.





Aktivnosti i ključni ciljevi učenja

Ključni ciljevi učenja istaknuti su pored svake teme i navode neke od veština i znanja kojima će učenici ovladati

TEMA 1 PREDSTAVLJANJE CILJEVA PROGRAMA UČENIČKA KOMPANIJA: OSNOVI EKONOMIJE, UPOZNAVANJE SA PRINCIPIMA SLOBODNOG TRŽIŠTA I PREDUZETNIŠTVA

Ključni ciljevi učenja

- Učenici istražuju različite pravne oblike poslovanja, razumeju kako funkcioniše poslovanje i kako se ostvaruje profit.
- Razumevanje ekonomskih pojmova koji omogućavaju učenicima da istražuju tržišta i poslovne prilike oko sebe;
- Učenici izražavaju svoje misli, ideje, preuzimaju inicijativu u kreiranju učeničke kompanije i analiziraju primere poslovanja u svom okruženju.
- Učenici su upoznati sa ključnim kompetencijama za celoživotno učenje i razumeju korake i faze programa Učenička kompanija kako bi mogli odgovorno da pređu u sledeću fazu organizacije rada.

TEMA 2 ORGANIZACIONA STRUKTURA I MENADŽMENT

Ključni ciljevi učenja

Učenici će moći da:

- Razumeju odgovornosti radnih mesta i uoče liderski potencijal pozicija unutar učeničke kompanije.
- Procene liderske, obrazovne i društvene mogućnosti u okviru programa Učenička kompanija.

- Organizuju kompaniju, podele uloge, prodaju akcije, započinu proizvodnju i prepoznaju potencijalne saradnike u školskoj zajednici i šire - društvu.
- organizacije rada.

TEMA 3 OSNIVANJE KOMPANIJE

Ključni ciljevi učenja

Učenici se u fazi osnivanja kompanije pripremaju za mentorsku saradnju sa stručnjacima izvan same škole koja će im omogućiti uvid u specifične veštine i znanja koja ne mogu da dobiju u školi (na primer kako osnovati "crowdfunding" kampanju, vođenje profila na društvenim mrežama, sertifikacija prehrambenog proizvoda, itd.).

Učenici će ovladati:

- Učenjem u mentorskom odnosu.
- Veštinama za umrežavanje i uspostavljanje saradnje.
- Organizovanje prodaje akcija u školi, promovisanje kompanije u školskim krugovima.

TEMA 4 BIZNIS PLAN

Ključni ciljevi učenja

Učenici će moći da:

- Razlikuju elemente biznis plana, objasne ih i kreiraju dokument za svoju učeničku kompaniju.

- Uspostaviti zadatke na osnovu proizvodnih i prodajnih ciljeva.
- Upravljaču planom i organizuju aktivnosti u skladu sa njim.
- Potraže pomoć kod predmetnih nastavnika koji imaju potrebna znanja i veštine iz traženih oblasti.

TEMA 5 UPRAVLJANJE KOMPANIJOM - PROIZVODNJA

Ključni ciljevi učenja

Učenici će savladati:

- Veštine proizvodnje, odabir i nabavku sirovina, redizajn proizvoda.
- Ispitivati kontrolu kvaliteta.
- Istražiti i proceniti uticaj tehnologije i vladinih propisa na produktivnost kompanije.
- "zaposeliti" nove učenike u kompaniju.
- Obezbediti mentorsku podršku kod nastavnika drugih predmeta i/ili poslovnih volontera.

TEMA 6 UPRAVLJANJE KOMPANIJOM – TRŽIŠTE

Ključni ciljevi učenja

Upravljaču kompanijom, učenici su razvili niz veština kako bi razumeli tržište i ostvarili profit. Učenici su demonstrirali znanja i veštine izvan škole, ostvarili komunikaciju sa potencijalnim kupcima i partnerima u zajednici, naučili da vode zapisnik

sa sastanaka, pišu kompanijski izveštaj, sprovode marketing strategiju i komuniciraju sa zainteresovanim stranama. Učenici su ovladali javnim nastupom, predstavljanjem misije, vizije i ciljeva kompanije javnosti, i prikazali prodajne veštine tokom predstavljanja na sajmu.

TEMA 7
ZATVARANJE KOMPANIJE

Učenici će moći da:

- Predvide i izračunaju poreze
- Objasne kako se određuju i isplaćuju dividende
- Procene uticaj preduzetnika na lokalni ekonomski sistem

Završni izveštaj učeničke kompanije

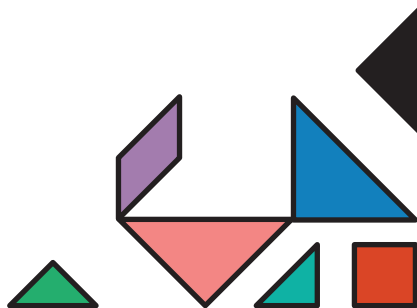
Završni izveštaj o radu učeničke kompanije koji pišu učenici koji su radili u kompaniji dostavljaju nastavniku-mentoru, koji izveštaju dodaje deo koji se odnosi na njegovo učešće i angažman u kompaniji i takvog ga šalje ŠO na usvajanje. Usvajanjem završnog izveštaja o radu učeničke kompanije se zapravo podnosi izveštaj ŠO i o učešću nastavnika-mentora u radu UK i o uspesima u poslovanju samih učenika, odnosno same učeničke kompanije.

Pozitivne rezultate koncepta učeničkih preduzeća možemo u najvećoj meri pripisati fleksibilnosti i prilagodljivosti programa različitim tipovima obrazovanja i raznovrsnim lokalnim okolnostima, entuzijazmu i ličnoj motivaciji učenika i njihovih nastavnika-mentora, Potencijalu samih programa da u mladima "otključaju" kreativnost, inicijativu i inovativni pristup, podršci roditelja, lokalnih biznisa i pojedinih lokalnih samouprava koje su prepoznale značaj preduzetničkog obrazovanja za budući ekonomski razvoj zajednice.

Kompetencije učenika

Proces kroz koji učenici prolaze je važan zbog toga što:

- Pomaže razvoju učeničkih preduzetničkih znanja, veština i stavova,
- Pomaže stvaranju preduzetničke kulture i podstiče preduzetničke aktivnosti,
- Pomaže mladim ljudima da odgovore na promenljivu situaciju zapošljavanja podstičući njihovu inicijativu.



Tokom učestvovanja u programu
Učenička kompanija, učenici
razvijaju poslovna i lična znanja,
veštine i osobine:

POSLOVNE VEŠTINE

Osnove ekonomije

Kreiranje biznis plana

Finansijska pismenost

Veštine prodaje i kupovine

Umrežavanje i korišćenje poslovnih kontakata

Budžetiranje i raspodela resursa

Vođenje poslovne korespondencije

LIČNE VEŠTINE

Kreativnost

Kritičko mišljenje

Samopouzdanje

Preuzimanje odgovornosti

Postavljanje ciljeva

Timski rad

Komunikacijske veštine

Učenici koji su prošli kroz program Učenička kompanija imaju mogućnost da svoja znanja i veštine testiraju na evropskoj ESP platformi (Entrepreneurial Skills Pass – Pasoš preduzetničkih veština) koju je razvila Junior Achievement Europe u saradnji sa svojim partnerima iz sveta biznisa. Učenicima iz Srbije je za sada omogućeno samo da polažu testove za samoprocenu svojih znanja i veština koji predstavljaju uslov za izlazak na finalni test. Učenicima iz većine evropskih zemalja koji polože i finalni ESP test dodeljuje se priznati sertifikat koji potvrđuje da su ovladali preduzetničkim znanjima i veštinama i koji predstavlja značajnu referencu u biografiji pri kasnijem traženju posla u zemljama EU.

Demonstracija znanja na događajima

Tokom školske godine učeničke kompanije imaju priliku da izlažu svoje proizvode na školskim i gradskim događajima, DMuS sajmovima i takmičenjima. Učeničke kompanije se kroz aktivnosti poput sajma učeničkog preduzetništva upoznaju sa konkurentima i saradnicima iz drugih gradova i zemalja, te razmenjuju iskustva i stiču nove kontakte, gradeći sopstvenu preduzetničku mrežu. Učenici moraju osetiti da poseduju kompaniju, da ostvaruju svoju ideju, i tada postaju motivisani. Rezultat nije toliko važan koliko je bitan sam proces.

Dostignuća mladih u Srbiji organizuje četiri Regionalna takmičenja učeničkih kompanija širom zemlje na kojima se kompanije utrkuju za učešće na Nacionalnom finalu gde se kasnije bore za zvanje najbolje učeničke kompanije Srbije. Učeničke kompanije iz Srbije imaju priliku da učestvuju i na međunarodnim sajmovima u organizaciji Junior Achievement Young Enterprise Europe i takvih sajmovima ima oko pet godišnje u različitim gradovima Evrope. Svake godine najbolja učenička kompanija Srbije odlazi na evropsko takmičenje gde odmerava snage sa vršnjacima – učeničkim kompanijama iz trideset zemalja.

Uloga nastavnika

Nastavnici/mentori treba da:

- Pomognu učeničkim kompanijama da uspostave saradnju sa relevantnim kompanijama putem mentorstva – konsaltinga za vreme postojanja njihove učeničke kompanije. Ovaj cilj bi se mogao postići potpisivanjem partnerskih sporazuma između škola i pojedinih društveno odgovornih kompanija i preduzetnika,
- Daju praktične smernice učeničkim kompanijama kako da stvore interesovanje kod biznis sektora za saradnju u razvoju sopstvenih poslovnih ideja;
- Jačaju sopstvene kompetencije u oblasti preduzetništva s ciljem privlačenja biznis sektora da u većoj meri radi sa učeničkim kompanijama.

Nastavnici/mentori su najvažniji element uspeha programa Učenička kompanija, jer povezuju sistem obrazovanja sa svetom biznisa kroz rad sa učeničkim preduzećima. Tipičan nastavnik/mentor je zainteresovan da unapredi svoje nastavne metode, da se uključi u procese celoživotnog učenja i usavršavanja, te da doprinese ekonomskom razvoju svoje lokalne zajednice. Pre sprovođenja programa Učenička kompanija u školi nastavnici/mentori prolaze

kroz obuku u trajanju od 24 sata za vođenje učeničke kompanije, te od stručnih saradnika dobijaju podršku u mentorisanju učeničkih kompanija.

Uloga nastavnika je i pomoć učenicima da naprave stabilnu bazu za rad kompanije, nakon čega se učenici sve više osamostaljuju tokom procesa – ali podrška mentora je i dalje prisutna. Uloga nastavnika je i da ohrabri učenike da preuzmu inicijativu, aktivno učestvuju u donošenju odluka, istražuju i prikupljaju informacije, a pre svega da ih ohrabri da na greške gledaju kao na elemente učenja.

S obzirom da većina nastavnika koji vode učeničke kompanije nisu iz ekonomske struke već dolaze iz najrazličitijih oblasti (od muzičkog i likovnog preko stručnih predmeta do sociologije i filozofije), važno je osposobiti ih za efikasno sprovođenje programa.

Organizacija Dostignuća mladih u Srbiji sprovodi trodnevnu obuku akreditovanu sa 24 boda kod Zavoda za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja, a opis obuke nalazi se u Katalogu stalnog stručnog usavršavanja nastavnika, vaspitača i stručnih saradnika. Obuka pokriva kompetenciju K1 (Kompetencija za nastavnu oblast, predmet i

metodiku nastave) i prioritetnu oblast P1 (Jačanje profesionalnih kapaciteta zaposlenih, naročito u oblasti inovativnih metoda nastave i upravljanja odeljenjem).

Saradnja sa poslovnim svetom

Odgovarajuća saradnja između škole i poslovnog sveta pomaže da nastavni programi budu praktični i realistični i doprinosi sposobnosti i želji učenika da razvijaju svoja znanja i veštine. Doprinos volontera iz poslovnog sveta se ogleda u mentorisanju učeničkih kompanija i savetovanju nastavnika koji rade sa tim kompanijama.

Organizovana saradnja bi trebalo da učenicima obezbedi uvid u različite poslovne i radne procese, praktično radno iskustvo i razumevanje stalnih promena koje se događaju na tržištu. Na ovaj način učenici spoznaju koja je korist od aktivnog učešća u preduzetništvu i postaju opremljeniji za donošenje ispravnih odluka prilikom izbora budućeg obrazovanja i zanimanja. Poslovni subjekti imaju interes u unapeđenju saradnje sa školama, jer na taj način mogu da utiču na kvalitet obrazovanja pojedinaca koji će ubrzo ući na tržište rada, kao i na njihove veštine i stavove. Ove ciljeve kompanije mogu ostvariti

kroz finansijsku potporu pojedinim aktivnostima učeničkih kompanija, kroz mentorstvo i savetovanje, kao i kroz podugovaranje poslova sa učeničkim kompanijama (outsourcing). Na ovaj način, poslovni subjekti mogu da ostvare svoje ciljeve vezane za programe društvene odgovornosti. Posebnu ulogu u procesu povezivanja stvarnih kompanija i onih koje vode učenici imaju i poslovna udruženja koja mogu da koordiniraju ove aktivnosti, te da promovišu koncept učeničke kompanije kod svojih članova.

Uloga volontera iz poslovnog sveta

Poslovni volonter bi trebalo da bude savetnik i mentor učeničkoj kompaniji tokom školske godine. Kao volonteru, glavni zadatak bi trebalo da mu bude deljenje znanja i stručnosti koju donosi iz poslovnog sveta, ali i pruži učenicima uvid u svet rada. Na taj način učenici će razviti svest o različitim karijerama, poslovnim okruženjima i prilikama. Volonter je važna i potrebna podrška u različitim fazama kompanije i može da:

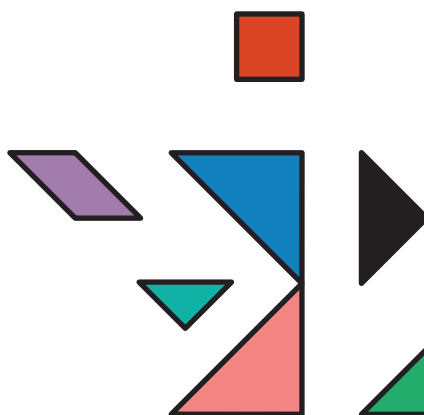
- Izazove učenike da postave jasne kompanijske ciljeve
- Zatraži pojašnjenja, postavi pitanja i aktivno sluša
- obrazloženja učenika
- Predlaže alternative i opcije, ali prepušta učenicima da sami donose odluke
- Poziva na delovanje i pita o rezultatima
- Daje konstruktivne povratne informacije
- Otvara vrata učenicima ka novim kontaktima i savetuje ih kako da se postave u poslovnom okruženju
- Daje podršku, nadahnjuje učenike, motiviše i pomaže im da shvate da se do željenih rezultata dolazi napornim radom
- Odaje priznanje! Jer pohvala koja dolazi izvan škole

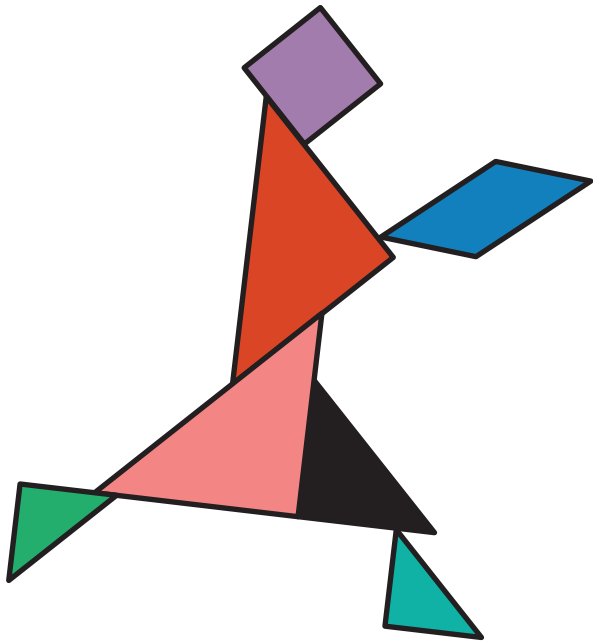
nadograđuje samopouzdanje

- Ohrabri učenike da razmišljaju o onome što su naučili.

Poželjno je imati rutinu u radu i održavati je tokom čitave školske godine. Volonter može da prisustvuje većini „formalnih“ sastanaka učeničke kompanije, mada je takav zahtev teško staviti pred zauzete ljude. Dinamiku i odnos sa volonterom najbolje je da dogovori nastavnik mentor ali uz uključenost učenika u proces odlučivanja. Takođe, kontakt sa volonterom može da bude i putem mejla, poziva ili učešće na događajima.

Provedeno vreme sa kontaktima iz poslovnog sveta takođe može zavisiti od vrste proizvoda ili usluge kojom se učenici bave, vrste problema tj. izazova, kao i njihovih ambicija.





Literatura

Bradaš, S. (2019), "Mladi i dostojanstven rad" istraživanje, Fond Centar za Demokratiju, Beograd

Čekić-Marković J. (2015), "PREDUZETNIČKO OBRAZOVANJE: Komparativni pregled obrazovnih politika, modela i prakse", Vlada R. Srbije, Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva

Izvor: http://www.ilo.org/em-pent/Informationresources/WCMS_127057/lang--en/index.htm

Nastić-Stojanović J. (2019), "Socijalna i radna aktivacija mladih u Svrlijgu i Raški - osnovna studija", Zapadnobalkanski institute, Beograd

Schoff, U. (2006) "Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people", ILO, Geneva

Vlada Republike Srbije: Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025.

Walther P. and Pohl A. (2005), "Thematic Study on Policy Measures concerning Disadvantaged Youth", Institute for Regional Innovation and Social Research (IRIS), Tübingen

Wilson T., (2013), "Youth Unemployment: Review of Training for Young People with Low Qualifications", Centre for Economic and Social Inclusion, BIC, London

