

Druga prilika

**podrška resocijalizaciji
i reintegraciji mladih počinitelja
kaznenih djela**



**DIGITALNI
PRIRUČNIK**

Druga prilika

**podrška resocijalizaciji i reintegraciji
mladih počinitelja kaznenih djela**

NAKLADNIK:

Centar za nestalu i zlostavljanu djecu
Dunavska 53/19, 31 000 Osijek, Hrvatska
info@cnzd.org | www.cnzd.org

AUTORI:

Tena Brkić, mag. soc. Pedagogije
Tihana Marković,
Martina Nikolić, mag. psihologije

UREDNICA:

Sanja Crnjak, mag.psihologije

OBLIKOVANJE I GRAFIČKA OBRADA:

Matej Žižanović, grafički dizajner

ISBN:

978-953-58651-9-3

MJESTO I GODINA IZDAVANJA:

Osijek, 2021.

POKRETAČI PROMJENE

PODRŠKA RESOCIJALIZACIJI
I REINTEGRACIJI MLADIH POČINITELJA
KAZNENIH DJELA



Centar za nestalu
i zlostavljanu djecu



VLADA REPUBLIKE HRVATSKE
Ured za udruge



www.strukturnifondovi.hr

Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda te
Ured za udruge Vlade Republike Hrvatske. Sadržaj publikacije isključiva je
odgovornost Centra za nestalu i zlostavljanu djecu.

Sadržaj

O projektu	6
Predgovor	8
Riječ – dvije o autorima	9
Trening socijalnih vještina	12
Uvodna radionica i procjena razvijenosti socijalnih vještina	12
Socijalna vještina – Samopredstavljanje	22
Socijalna vještina - Aktivno slušanje	26
Socijalna vještina – Zauzimanje za sebe (asertivnost)	31
Socijalna vještina – Donošenje odluka	38
Socijalna vještina – Rješavanje problema	43
Radionice samopredstavljanja na internetu i korištenje	49
interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima	
Radionica samopredstavljanja na internetu i	49
korištenja interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima	
Radionica samopredstavljanja na internetu i	53
korištenja interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima	
Radionice za učinkovito upravljanje osobnim financijama	55
Učinkovito upravljanje osobnim financijama 1	55
Učinkovito upravljanje osobnim financijama 2	59

Razvoj poduzetničkih vještina	62
Poduzetništvo kao način razmišljanja	62
Poduzetničke osobine	63
Poduzetničke vještine	64
Pogreške poduzetnika početnika	65
Poslovni model kao temelj poslovnog planiranja	66
Poslovni plan – vodič za poslovanje	71
Zaključak	77
Radionice za izradu projektnog prijedloga	78
Jednodnevna edukacija o mjerama aktivne politike zapošljavanja mladih, pravima i obavezama prijavljenih u evidenciju nezaposlenih te relevantnim pravnim i zakonskim okvirima	89
O partnerima na projektu	92
Volonterski centar Osijek	92
Centar za poduzetništvo	93
Centar za nestalu i zlostavljanu djecu	94

O projektu

Projekt „Pokretači promjene – podrška resocijalizaciji i reintegraciji mladih počinitelja kaznenih djela“ za svrhu ima pridonijeti učinkovitoj resocijalizaciji i reintegraciji mladih počinitelja kaznenih djela kroz jačanje kapaciteta stručnjaka, razvoj međusektorske suradnje te informiranje i senzibiliziranje građana o važnosti resocijalizacije i reintegracije mladih počinitelja kaznenih djela. Kroz projektne aktivnosti, poput provedbe treninga životnih vještina za mlađe počinitelje kaznenih djela koji izlaze iz penalnog sustava, kao i provedbom edukacije za stručnjake koji su u direktnom radu s počiniteljima utjecalo se upravo na unaprjeđenje kapaciteta organizacija civilnog društva te na pružanje dodatnih mogućnosti za kvalitetno uključivanje mladih počinitelja kaznenih djela u društvenu zajednicu.

Projektne aktivnosti obuhvatile su dvije ciljne skupine: mlađe počinitelje kaznenih djela koji izlaze iz penalnog sustava te stručnjake u organizacijama civilnog društva, socijalne skrbi, odgoja i obrazovanja te zdravstva.

Opći cilj ovog projekta je jačanje kapaciteta stručnjaka iz prethodno navedenih organizacija za kvalitetno pružanje pomoći i podrške mlađim počiniteljima kaznenih djela.

SPECIFIČNI CILJEVI PROJEKTA SU:

1. Razvijanje socijalnih vještina i znanja te povećanje motivacije i konkurentnosti na tržištu rada mlađih počinitelja kaznenih djela
2. Jačanje kapaciteta organizacija i institucija kroz unaprjeđenje znanja i vještina stručnjaka iz područja civilnog sektora, socijalne skrbi, odgoja, obrazovanja i zdravstva te razvoj međusektorske suradnje
3. Senzibilizacija šire javnosti i razvijanje svijesti o važnosti resocijalizacije mlađih počinitelja kaznenih djela i uloge organizacija civilnog društva

Populacija mlađih počinitelja kaznenih djela većinom je izložena određenim unutarnjim i vanjskim rizičnim čimbenicima koji doprinose održavanju lošeg socio-ekonomskog statusa i potrebe za bijegom u kaznena djela. Neki od unutarnjih čimbenika su ovisnost o drugima, visoka razina nezadovoljstva, osjećaja bespomoćnosti, bezvoljnosti,

nepovjerenje u vladajuću strukturu, manjak motivacije i samopouzdanja te apatija i nepovjerenje u sredinu u kojoj žive. Vanjski čimbenici koji doprinose ovom začaranom krugu su stigmatiziranost, izoliranost i neprihvaćenost u društvenoj zajednici. Kako bi se odgovorilo na navedene probleme, projekt „Pokretači promjene“ usmjeren je na jačanje kapaciteta stručnjaka iz područja civilnog sektora, socijalne skrbi, odgoja i obrazovanja te zdravstva na području pet županija (Osječko-baranjska, Varaždinska, Primorsko – goranska, Splitsko – dalmatinska i Zadarska županija) za kvalitetan rad s mladim počiniteljima kaznenih djela koji izlaze iz penalnog sustava, a sudjelovanjem u projektnim aktivnostima imaju priliku usvojiti znanja i vještine potrebne za resocijalizaciju i reintegraciju u društvo.

Projektom je razvijen pilot program – trening praktičnih životnih vještina, koji za cilj ima stvaranje preduvjeta za lakše zapošljavanje osuđenih osoba nakon izlaska u zajednicu, što u znatnoj mjeri doprinosi njihovoj integraciji u društvo i smanjenju vjerojatnosti ponovnog počinjenja kaznenog djela. Upravo zato su edukativne aktivnosti u okviru ovog projekta usmjerene na razvoj specifičnih znanja i vještina za povećanje konkurentnosti na tržištu rada.

Kako bi se unaprijedili i jačali kapaciteti stručnjaka iz organizacija civilnog društva, ali i drugih ustanova i institucija, održani su treninzi za stručnjake i okrugli stol. Aktivnostima usmjerenima na opću populaciju građana radilo se na senzibilizaciji i razvijanju svijesti o važnosti resocijalizacije i reintegracije mlađih počinitelja kaznenih djela upravo radi smanjenja njihove izoliranosti i stigmatizacije kao i u svrhu njihova približavanja tržištu rada. Provedbom ovog projekta osigurala se održivost i korisnost navedenih aktivnosti što će rezultirati alatima koji će se moći dugoročno koristiti prilikom pružanja kvalitetne pomoći i podrške mlađim počiniteljima kaznenih djela.

Dodatne informacije o projektu dostupne su na web-stranicama Centra za nestalu i zlostavljanu djecu.

Predgovor

Priručnik „Druga prilika – podrška resocijalizaciji i reintegraciji mladih počinitelja kaznenih djela“ nastao je kao produkt aktivnosti iz projekta „Pokretači promjene“. Namjenjen je stručnjacima iz različitih područja koji se u svom radu susreću s mladim počiniteljima kaznenih djela. Objedinjuje radionice i aktivnosti namijenjene mladima, preporuke za rad te dostupne usluge i programe na području Republike Hrvatske.

Poglavlja u priručniku prate sva relevantna područja važna u resocijalizaciji mladih pa tako sadrži prijedloge radionica za trening socijalnih vještina, radionice čiji je cilj povećanje zapošljivosti kroz savladavanje samopredstavljanja poslodavcima na internetu, radionice usmjerene na razvoj poduzetničkih vještina i izradu projektnog prijedloga. Kroz projekt su se korisnici upoznali i s mjerama aktivne politike zapošljavanja mladih, pravima i obvezama prijavljenih u evidenciju nezaposlenih i s racionalnim upravljanjem osobnih financija. Priručnik je dostupan za besplatno preuzimanje na službenoj web platformi koja se nalazi na poveznici: <https://pokretacipromjene.org/>

Cilj svih radionica je podržati mlade osobe prilikom povratka u njihove matične sredine nakon institucionalnog tretmana, dati im svježu perspektivu na mogućnosti koje su im dostupne i znanja koja nisu imali priliku usvojiti ranije tijekom života, kako bi imali priliku započeti iznova. Imajmo na umu da nam je ponekad svima potrebna druga prilika jer nismo bili spremni u trenutku kada nam je pružena prva!



Riječ – dvije o autorima

TENA BRKIĆ

Tena Brkić r. Zalović rođena je u Našicama gdje je završila i srednjoškolsko obrazovanje, a zatim je na Edukacijsko – rehabilitacijskom fakultetu u Zagrebu završila studij socijalne pedagogije i stekla titulu magistre. Za vrijeme studija je volontirala u udrugama Ambidekster i UISP – Udruga za inicijative u socijalnoj pedagogiji. Stručno osposobljavanje obavila je u Centru za socijalnu skrb Našice na poslovima zaštite djece i mladih s poremećajima u ponašanju te je nakon toga položila stručni ispit u području socijalne skrbi. Nakon stručnog osposobljavanja zapošljava se u Centru za nestalu i zlostavljanu djecu u Osijeku na radnom mjestu socijalnog pedagoga – odgajatelja u poludnevnom boravku „Legosi u centru“. Osim poslova odgajatelja, obavlja poslove koordinatora volontera, voditelja i izvoditelja na raznim projektima te savjetovatelja u savjetovalištu, na telefonu za nestalu djecu i kao član mobilnog tima na terenu. Trenutno je voditeljica dva projekta – „Najbolji ja – sveobuhvatni program selektivne prevencije ovisnosti“ i „Budimo uključeni – mjesto za nas“, a izvoditelj na projektima „USMJERi se! – uključeni, sposobni, mladi, jedinstveni, educirani i ravnopravni! (UP.02.2.2.06.0260)“ te „Pokretači promjene – podrška resocijalizaciji i reintegraciji mladih počinitelja kaznenih djela (UP.04.2.1.02.0014)“.

Dodatno se usavršavala kroz sljedeće neformalne edukacije: Procjena, planiranje i izvještavanje u izvršavanju maloljetničkih alternativnih sankcija (Centar za cjeloživotno učenje, ERF), Menadžer volontera (Volonterski centar Osijek), Provoditelj programa treninga socijalnih vještina (ERF), Primatelj poziva na liniji 116000 (Missing children Europe), TeenCAP pomagač (Udruga roditelja „Korak po korak“), Razvoj i evaluacija programa u području problema ovisnosti u skladu s europskim standardima za kvalitetnu prevenciju droga (Hrvatski zavod za javno zdravstvo), a od 2020. godine uključena je u edukaciju iz realitetne terapije (Hrvatska udruga za realitetnu terapiju).

DRAGAN MAKARIJEVSKI

Dragan Makarijevski, dipl.oec. radi u Centru za poduzetništvo Osijek kao stručni suradnik za plan i analizu. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Osijeku smjer „Organizacije“ i posjeduje više od 20 godina radnog iskustva. U rujnu 2001. godine sudjeluje u projektu

pod nazivom „Promicanje hrvatskog poduzetništva“ koji je pokrenut u Hrvatskoj sa ciljem povećanja konkurentnosti hrvatskih proizvođača dobara i usluga na domaćem i međunarodnim tržištima. CEP projekt je financiran od strane USAID a implementirao ga je Deloitte Emerging Markets. U sklopu projekta pohađa trening iz područja upravljanja kvalitetom (Uvod u ISO 9000,2000), upravljanje financijama, marketinga te unapređivanja savjetodavnih vještina. Prije dolaska u Centar za poduzetništvo Osijek 2015. godine radio je u četiri različita poslovna subjekta te je šest godina radio kao “freelance” savjetnik. Tijekom obavljanja svojih poslovnih aktivnosti izradio više dokumenata poput poslovnih planova, investicijskih planova, marketinških planova, studija izvodljivosti sa analizom troškova i koristi, procjena ratnih šteta, pretvorba tvrtke u dioničko društvo, sanacijski program,kreiranje brenda te raznih aplikacija za praćenje i poboljšanje poslovanja.

TIHANA MARKOVIĆ

Tihana Marković zamjenica je voditelja Centra za poduzetništvo i voditeljica Odjela za EU projekte i međunarodnu suradnju. Po struci je diplomirana pravnica, a trenutno i doktorandica na poslijediplomskom interdisciplinarnom doktorskom studiju Europski studiji pri Doktorskoj školi Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. U području prijave i provedbe projekata sudjeluje od 2011. godine. Bogato iskustvo u prethodno spomenutom području stekla je prvenstveno radom u Centru za poduzetništvo kroz pripremu projektnih prijedloga te upravljanje i administraciju projekata za potrebe različitih dionika, od neprofitnih organizacija, do privatnog profitnog sektora, ustanova visokoškolskog obrazovanja i brojnih drugih. Trener je i mentor na edukacijama i radionicama Project Cycle Managementa, a kontinuirano usavršavanje potvrđuje i posjedovanje Certifikata u području javne nabave izdanog od strane Ministarstva gospodarstva, poduzetništva i obrta te Svjetsodžbe WIPO Academy (World Intellectual Property Organization) o uspješno završenom Općem tečaju intelektualnog vlasništva.

MARTINA NIKOLIĆ

Martina Nikolić odrasla je u Vinkovcima gdje je završila srednjoškolsko obrazovanje, nakon čega je studij psihologije završila u rujnu 2016. godine na Filozofskom fakultetu u Osijeku. Zaposlena je u Centru za nestalu i zlostavljanu djecu u Osijeku gdje radi s djecom i mladima s problemima u ponašanju u poludnevnom boravku, mladim počiniteljima kaznenih djela te na poslovima promidžbe. Prethodno radno iskustvo ima u udruzi za osobe s intelektualnim oštećenjem te osnovnoj školi na radnom mjestu stručnog suradnika psihologa. Tijekom studija volontirala je i radila s djecom na provođenju kreativnih radionica. Trenutno završava prvu godinu edukacije iz realitetne psihoterapije, a rado sudjeluje u stručnim usavršavanjima, dodatnim edukacijama i supervizijama vezano za stručni rad, kao i iz područja marketinga i digitalnog oglašavanja.

U slobodno vrijeme volontira pa je tako sudjelovala u organizaciji skupa „Stvari koje nismo smijeli reći“ pri Filozofskom fakultetu Osijek i po potrebi u Crvenom križu Osijek za provođenje grupa podrške za volontere koji rade na terenu. Obožava putovanja, nova iskustva i dobru hranu.

MIRTA KOVAČEVIĆ

Mirta Kovačević, po diplomi profesorica hrvatskog jezika i književnosti, a posljednjih deset godina aktivna u Dkolektivu – organizaciji za društveni razvoj na temama razvoja volonterstva. Voditeljica je programa Volonterski centar Osijek, trenerica i konzultantica iz područja razvoja kvalitetnih volonterskih programa u neprofitnim organizacijama. Koautorica je nekoliko publikacija o volonterstvu s tematikom razvoja školskog volontiranja i inkluzivnog volontiranja.



Trening socijalnih vještina

Psihologinja i socijalna pedagoginja, stručne suradnice CNZD-a, pripremile su i proveli trening socijalnih vještina s mladim počiniteljima kaznenih djela kroz šest radionica koje su bile usmjerenе na unaprijeđenje njihovih socijalnih i komunikacijskih vještina. Svaka od radionica organizirana je u trajanju od 60 minuta, a sadržajem su prilagođene sposobnostima, mogućnostima i potrebama korisnika. Prethodno radionicama, održan je uvodni sastanak kako bi se upoznale s korisnicima, testirala tehnologija koja se koristila u treningu i dogovorila pravila rada. Uslijedit će pregled programa treninga socijalnih vještina.

Uvodna radionica i procjena razvijenosti socijalnih vještina

1. radionica

Ciljevi susreta:

- upoznati sudionike s TSV programom u sklopu projekta "Pokretači promjene – podrška resocijalizaciji i reintegraciji mlađih počinitelja kaznenih djela"
- predstaviti način rada i trajanje programa (uvodna, završna i 4 radionice na kojima će se obrađivati socijalne vještine)
- upoznati korisnike s konceptom socijalnih vještina
- dogovoriti pravila rada u grupi
- procijeniti razvijenost socijalnih vještina kod korisnika

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potrebni materijal:

- A4 papiri
- flip-chart

- flomasteri ili bojice
- olovke
- fascikli ili košuljica za čuvanje materijala
- radni materijali
- Upitnik za procjenu socijalnih vještina

UVOD

Predstavljanje voditelja i najava rada

Na početku prvog susreta voditelji se predstavljaju korisnicima usluge te im predstavljaju svoju ulogu u TSV programu.

NAPOMENA: Važno je imati na umu da voditelji treninga socijalnih vještina ujedno i modeliraju ponašanja/vještine koje će se podučavati. S tim u vezi već u početnom predstavljanju dobro je da sebe predstave u odnosu na program i svoja profesionalna iskustva kako bi kasnije način na koji su se predstavili (što su rekli, kako su rekli, u kojoj mjeri) koristili kao primjer u radionici „Samopredstavljanje“.

U dalnjem koraku voditelji pojašnavaju korisnicima plan rada za uvodni susret: što je cilj susreta, koji je tijek aktivnosti, što se očekuje od korisnika i koje je očekivano trajanje.

PREDSTAVLJANJE SUDIONIKA

NAPOMENA: Ukoliko se sudionici međusobno slabije poznaju, voditelji ih početno zamole da se kratko predstave imenom, mjestom iz kojeg dolaze, dobi, ostalim informacijama koje smatraju da je bitno podijeliti.

Voditelji daju uputu članovima grupe da preko praznog lista papira nacrtaju grb te da ga zatim podijele na 4 polja u koja će upisivati (ili po želji ucrtavati) sljedeće: svoj najveći životni uspjeh, stvari koje dobro rade (u čemu su vještii), važne osobe u njihovom životu, svoje želje za budućnost. Ispod grba ili na neko mjesto u grbu sudionici mogu napisati svoj životni moto.

NAPOMENA: Voditelji ne ispunjavaju grb, ali prema potrebi i vlastitoj procjeni mogu podijeliti sa sudionicima neke od navedenih stvari prilikom razgovora nakon aktivnosti. Nakon ispunjavanja grba slijedi predstavljanje na razini cijele grupe. Voditelji daju uputu sudionicima da se mogu predstaviti na način da opišu sva polja svoga grba i životni

moto ili da odaberu što koje polje žele podijeliti s ostatkom grupe. Voditelji moderiraju predstavljanje kroz postavljanje potpitanja, sažimanje, uspoređivanje te na kraju aktivnosti sumiraju i naglašavaju cilj aktivnosti (predstavljanje pomoću strukturiranih pitanja o određenim aspektima njihovog života, predstavljanje kroz određena postignuća u životu, vještine u kojima su dobri i sl.).

Naglasak se treba staviti i na činjenicu da su sudionici u prošlosti počinili kazneno djelo te na iskustva koja su imali kada su to s nekim podijelili. Sudionicima treba postaviti pitanja npr. Kada mislite da je važno da netko zna da ste počinili neko kazneno djelo? Mislite li da drugi trebaju znati da ste počinili neko kazneno djelo i u kojim slučajevima? Kako se osjećate kada to trebate nekome povjeriti? Kako drugi ljudi obično reagiraju kada im kažete?

PREDSTAVLJANJE TSV PROGRAMA

Prilikom predstavljanja programa TSV-a, voditelji se koriste informacijama o programu koje se nalaze u prezentaciji s edukacije. Važno je sudionike informirati o ideji za pokretanje programa, ciljevima i svrsi, načinu rada i trajanju programa. Za motiviranje sudionika, važno je da voditelji istaknu važnost treninga socijalnih vještina kao programa koji je usmjeren na dodatno obrazovanje, osobni rast i pozitivnu promjenu ponašanja. Voditelji mogu navesti kako će ova grupa, postati mala zajednica u kojoj se razvijaju socijalne vještine, rješavaju sukobi, donose odluke i preuzimaju odgovornosti.

Kada se sudionicima predstavlja način rada važno je načelno se osvrnuti na korake strukturiranog učenja (vježbanje socijalnih vještina u grupi kroz određene sastavnice vještine, igranje uloga, zadaće).

NAPOMENA: Voditelji prema vlastitoj procjeni osnovne informacije o programu mogu ispisati ili isprintati na poseban komad papira i podijeliti sudionicima kao materijal koji mogu zadržati.

Nakon predstavljanja programa voditelji zamole sudionike da prokomentiraju ciljeve i svrhu programa: kako im se čini, što očekuju, misle li da bi to moglo biti nešto korisno, vide li nešto kao moguću prepreku ili izazov i sl.

Voditelji napominju sudionicima da će tijekom programa dobivati određeni radni materijal koji mogu čuvati i skupljati za kasnije korištenje nakon što program završi. Tom prilikom sudionicima se podijele fascikli u koje mogu spremati radne materijale i donositi ih na radionice.

Sudionicima je važno napomenuti i to da će po završenom programu dobiti diplomu o završenom TSV programu.

PREDSTAVLJANJE KONCEPTA SOCIJALNIH VJEŠTINA

Voditelji započinju aktivnost (diskusiju) pitajući sudionike što su za njih socijalne vještine (jesu li čuli za taj pojam, gdje su čuli, kako bi nekome objasnili što je to, koje bi to bile socijalne vještine, znaju li nekoga tko je socijalno vješt i kako to prepoznaju, smatraju li sebe socijalno vještim itd.). Voditelji usmjeravaju diskusiju navedenim potpitanjima i prema potrebi zapisuju odgovore sudionika na flip-chart.

Nakon diskusije vođene pitanjima, voditelji kratko predstavljaju sudionicima definiciju socijalnih vještina, osnovnu podjelu socijalnih vještina te važnost socijalnih vještina u svakodnevnom životu (vidi ispod ili u prezentaciji s edukacije).

NAPOMENA: Voditelji prema vlastitoj procjeni osnovne informacije o socijalnim vještinama mogu isprintati na poseban komad papira i podijeliti sudionicima kao radni materijal.

PRIMJER – TEMELJNE INFORMACIJE O SOCIJALNIM VJEŠTINAMA

Socijalne vještine (SV) ili socijalna umijeća su niz socijalnih ponašanja koja su naučena i pod kontrolom pojedinca, situacijski su i interakcijski prikladna te usmjerena cilju.

Ključne značajke SV:

- moguće ih je naučiti
- osoba ih svjesno odabire
- imaju svoj cilj, namjenu

Set vještina	Svrha	Primjeri
Osnovne vještine	Osnovna socijalna interakcija	Kontakt očima, održavanje prikladne udaljenosti od drugih, razumjevanje gesta i izraza lica
Interakcijske vještine	Uspostavljanje odnosa i interakcija s drugima	Započinjanje i završavanje razgovora, vođenje razgovora ("izmjenjivanje), biranje prikladnih tema za razgovor s drugima, samopredstavljanje, asertivna komunikacija, interakcija s autoritetima, rješavanje sukoba
Emocionalne vještine	Razumjevanje sebe i drugih	prepoznavanje vlastitih i tuđih emocija, pokazivanje empatije, razumjevanje neverbalnih znakova tijela i izraza lica, prepoznavanje može li se nekome vjerovati
Kognitivne vještine	Izgradnja i održavanje kompleksnih socijalnih interakcija	Razumjevanje normi i pravila, odlučivanje, samouvid, socijalna percepција, iskazivanje situacijski primjerenih ponašanja

U nastavku, voditelji skreću pažnju sudionicima na to kako će se učiti socijalne vještine kroz program, a to je metoda treninga socijalnih vještina. Ključno u ovoj metodi je strukturirano (vođeno učenje) kroz određene faze (poučavanje o vještini, učenje vještine postupno kroz njene sastavnice, demonstracija vještine tijekom radionice, igranje uloga i vježbanje vještine te prijenos vještine u svakodnevni život kroz planirane domaće zadaće). Voditelji se pritom mogu poslužiti metaforom i usporedbom s učenjem vožnje auta ili bicikla (ili neke druge više motoričke vještine). I tom prilikom učimo vještinu prema koracima i u prvim danima učenja ponavljamo određene korake mehanički sve dok se uporabom i vježbom (praksom) ta ponašanja ne povežu u tečno odvijanje neke aktivnosti - odnosno sve dok vježbom ne dođemo do stupnja kad smo u nečemu vješti. U tom trenutku određenu radnju obavljamo „glatko, bez zastoja“, ne razmišljajući o pojedinim sastavnicama/ koracima te vještine. Takav je cilj i s treningom socijalnih vještina.

DOGOVOR O PRAVILIMA RADA TIJEKOM PROGRAMA

Voditelji potiču sudionike da razgovaraju o pravilima za koja bi htjeli da vrijede tijekom trajanja programa i radionica. Sudionici mogu predlagati pravila rada, a voditelji ih zapisuju na flip chart papir kako bi bila vidljiva svima. Pritom i voditelji sami predlažu neka univerzalna pravila za rad u psihoedukativnim grupama. Naglašavaju funkciju pravila za rad u grupi, a koja se odnosi na osiguravanje poticajne radne atmosfere, omogućavanje sudionicima da izraze svoje mišljenje te postizanje ciljeva programa (radna učinkovitost).

UNIVERZALNA PRAVILA ZA RAD U PSIHOEDUKATIVNIM GRUPAMA

- Pravilo kruga – svi sudionici, uključujući i voditelje, sjede u krugu i na taj način svako u grupi ima istu mogućnost izražavanja, svi vide i čuju jedni druge, stječe se dojam ravнопravnosti i jednakosti svih uključenih.
- Pravilo slušanja – sudionici s pažnjom slušaju jedni druge te čekaju dok netko ne završi prije nego krenu govoriti.
- Pravilo povjerljivosti – ono što sudionici iznose tijekom radionice, treba i ostati na radionici, odnosno informacije koje se dobiju na radionicama smatraju se povjerljivima.
- Pravilo uvažavanja drugih - temeljno pravilo u međuljudskim odnosima koje nalaže da uvažavamo tuđa mišljenja i različitosti bez vrijedanja ili ismijavanja.
- Pravilo aktivnog sudjelovanja – svi sudionici aktivno sudjeluju u aktivnostima iznoseći svoja iskustva i mišljenja. Ukoliko u nekim situacijama sudionici ne žele podijeliti svoje mišljenje s grupom to se uvažava.

SAMOPROCJENA SOCIJALNIH VJEŠTINA

Voditelji sudionicima podijele Upitnik samoprocjene socijalnih vještina i zamole ih da ga ispune. Upitnik nije anoniman jer će se koristiti i nakon provedenog treninga stoga voditelji upućuju sudionike da na upitnik upišu svoje ime, godine i spol te im objašnjavaju da će se dobiveni podaci koristiti samo za potrebe ovog projekta i njihova imena nigdje neće biti objavljena. Nakon toga u parovima ili trojkama sudionici komentiraju samoprocjenu socijalnih vještina. Važno je da temeljem te diskusije u manjim grupama izdvoje one socijalne vještine koje su im jaka strana i one na kojima bi trebali dodatno raditi. Voditelji mogu na flip chart zapisivati vještine koje sudionici navode te se na kraju osvrnuti na one socijalne vještine koje će se poučavati kroz TSV program.

NAPOMENA: ovaj upitnik istovremeno služi i za prvu točku evaluacije jer će isti biti primijenjen nakon provođenja programa.

SAŽIMANJE I NAJAVA SLJEDEĆE RADIONICE

Voditelji sažmu aktivnosti uvodne radionice te pitaju sudionike da im kažu što su oni zapamtili, što im je ostalo upečatljivo, jesu li nešto novo naučili. Također, pitaju ih i imaju li oni kakvih komentara, pitanja, očekivanja i sl. Nakon toga podsjećaju na termin održavanja sljedeće radionice kao i temu/ socijalnu vještinu koja će se podučavati.

SOCIJALNA KOMPETENCIJA - SAMOPROCJENA

Molimo Vas da malo razmislite o tome kako vidite sebe i označite svoje mjesto na skali. Važno je znati da nema točnih i netočnih odgovora i molimo Vas da iskreno popunite upitnik.

Molimo Vas da označite svaku tvrdnju u kolikoj mjeri se to odnosi na Vas i Vaše ponašanje.

Ime: _____

Godine? (upiši broj): _____

Spol (zaokruži): M Ž

		Nimalo se ne odnosi na mene	Rijetko se odnosi na meni	Ponekad se odnosi na mene	Često se odnosi na meni	U potpunosti se odnosi na mene
1.	Poštujem dogovore s drugima.	1	2	3	4	5
2.	Lako mi je nekome se zahvaliti.	1	2	3	4	5
3.	Prepoznajem kada imam problem.	1	2	3	4	5
4.	Kad slušam druge većinu vremena ih gledam u oči.	1	2	3	4	5
5.	Prepoznajem vlastite osjećaje.	1	2	3	4	5

6.	Po mojoj ponašanju može se vidjeti kako se osjećam.	1	2	3	4	5
7.	Znam u kojoj situaciji se trebam ispričati.	1	2	3	4	5
8.	Klonim se situacija koje me mogu dovesti u probleme.	1	2	3	4	5
9.	Spreman/spremna sam rješavati probleme sam/sama ili uz pomoć drugih.	1	2	3	4	5
10.	Kada se s nekim upoznajem pogledam ga u oči.	1	2	3	4	5
11.	Aktivno sudjelujem kada sam dio neke grupe ili tima.	1	2	3	4	5
12.	Prepoznajem kada sam ljut/ljuta.	1	2	3	4	5
13.	Kada sretнем ljudi koje poznajem, pozdravim ih i nasmiješim se.	1	2	3	4	5
14.	Kada mi neko ponašanje smeta kod druge osobe, mogu to reći na primjeren način.	1	2	3	4	5
15.	Kada nekog slušam dajem mu to do znanja pokretima tijela (npr. kimam glavom).	1	2	3	4	5
16.	Pokazujem svoje osjećaje tako da ne povrijedim druge.	1	2	3	4	5
17.	Vjerujem da se problemi mogu riješiti.	1	2	3	4	5
18.	Mogu prepoznati kako se drugi osjećaju.	1	2	3	4	5
19.	Kada nekog slušam dajem mu to do znanja riječima (npr. postavljam potpitanja, kažem «da», «slušam te»)	1	2	3	4	5
20.	Lako mi se ispričati ako sam pogriješio/la.	1	2	3	4	5
21.	Znam kako započeti razgovor s drugom osobom.	1	2	3	4	5
22.	Sousjećam s drugima kada mi pričaju o svojim problemima.	1	2	3	4	5

23.	Kada se naljutim, mogu se kontrolirati da ne povrijedim drugu osobu.	1	2	3	4	5
24.	Stres me ne ometa u svakodnevnom funkcioniranju.	1	2	3	4	5
25.	U razgovoru s drugima se osjećam ugodno.	1	2	3	4	5
26.	Ako nešto želim, pregovaram kako bih to dobio/la.	1	2	3	4	5
27.	Kada donosim neke bitne odluke, dobro razmislim o svim pozitivnim i negativnim posljedicama.	1	2	3	4	5
28.	Zauzimam se za sebe tako da drugima dajem do znanja svoje stavove i razmišljanja.	1	2	3	4	5
29.	Pokušavam razumjeti kako se drugi osjećaju.	1	2	3	4	5
30.	Pri upoznavanju s nekim koga još ne poznajem nasmiješim se.	1	2	3	4	5
31.	Kada radim u timu, obavljam svoj dio zadatka.	1	2	3	4	5
32.	Znam kada se trebam zahvaliti.	1	2	3	4	5
33.	Mogu govoriti o tome kako se osjećam.	1	2	3	4	5
34.	Kada sam ljut/ljuta pokušavam se smiriti.	1	2	3	4	5
35.	Svojim ponašanjem pokazujem da mi je žao kada nekog povrijedim.	1	2	3	4	5
36.	Uporan/uporna sam u rješavanju problema.	1	2	3	4	5
37.	Mogu se uživjeti u osjećaje drugih i pružiti podršku i razumijevanje.	1	2	3	4	5
38.	Svojim ponašanjem pokazujem zahvalnost kada se nekom želim zahvaliti.	1	2	3	4	5

39.	Prepozajem kada je problem riješen.	1	2	3	4	5
40.	Kada sam ljut/ljuta znam to reći na miran način.	1	2	3	4	5
41.	Ponašanjem i izrazima lica pokušavam drugome dati do znanja da razumijem kako se osjeća.	1	2	3	4	5

Hvala Vam na suradnji :)



Socijalna vještina – Samopredstavljanje

2. online radionica

Ciljevi susreta:

- upoznati korisnike s konceptom samopredstavljanja i njegovim sastavnicama
- demonstrirati vještina samopredstavljanja
- potaknuti korisnike na vježbanje vještine i samostalnu upotrebu
- potaknuti korisnike na izvršavanje domaće zadaće na temu samopredstavljanja

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potrebni materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija
- digitalna brošura za korisnike

UVOD

Predstavljanje koncepta samopredstavljanja i njegovih sastavnica

Voditeljice zamole sudionike da se prisjetе aktivnosti u kojoj su se predstavili pomoću grba te kako su se osjećali dok su drugima predstavljali:

- Moj najveći životni uspjeh
- Stvari u kojima sam dobar/dobra
- Važne osobe u mom životu
- Moje želje za budućnost
- Moj životni moto

Svaki sudionik kratko odgovara na pitanja te prate odgovore drugih sudionika. Uočavaju se sličnosti i razlike u odgovorima. Voditelj zaključuje da su se sudionici kroz grb predstavili međusobno, na nešto strukturiraniji način i kroz razmjenu pozitivnih informacija.

AKTIVNOST – JEDNA ISTINA, DVije LAŽI

Nakon početnih pitanja, voditeljice predstavljaju aktivnost u kojoj svaki sudionik ima zadatku predstaviti o sebi jednu istinu i dvije laži. Nakon što sudionik iznese tri rečenice o sebi, ostali sudionici pogađaju koja je od rečenica istina. Kada svi iznesu svoje mišljenje, sudionik iznosi točan odgovor. Voditelj ponovno zaključuje kako je i ovo bio način predstavljanja, manje strukturiran od ranijeg zadatka te napravi osvrt na to jesu li rečenice koje su iznijeli sudionici išle u pozitivnom ili negativnom tonu i na koji način su se predstavili međusobno.

UKRATKO O VJEŠTINI

Voditeljica putem prezentacije poučava sudionike o vještini samopredstavljanja. Voditelji dalje kratko predstavljaju sudionicima definiciju samopredstavljanja, dijelove od kojih se samopredstavljanje sastoji te osnovne sastavnice te vještine.

PRIMJER – Temeljne informacije o samopredstavljanju

Samopredstavljanje - naše nastojanje da utječemo na svoj javni imidž i način na koji ga opažaju i doživljavaju drugi.

Vještina samopredstavljanja se sastoji od:

1. **namjeravanog dijela** - onoga što osoba želi reći i kakav dojam želi postići
2. **stvorenog dojma** - dojam koji druge osobe stvaraju o nama

SASTAVNICE VJEŠTINE

Zatim voditelji objašnjavaju korake vještine samopredstavljanja.

Sastavnice vještine samopredstavljanja:

1. Razmisli i odluči što želiš reći o sebi u nekoj situaciji - reći osnovno o sebi i dopustiti drugima da nam postave dodatna pitanja
2. Odluči na koji način to želiš napraviti – kako i na koji način nešto želimo reći
3. Gledati sugovornika u oči i govoriti razgovjetno
4. Rukuješ se i kažeš svoje ime – predstaviti se punim imenom
5. Pitaš drugu osobu za ime – A ti? Kako se ti zoveš?

AKTIVNOST – DISKUSIJA

Voditelj se dalje osvrće na par pitanja i potiče raspravu korisnika. Osvještava sudionike o tome kako se samopredstavljanje kao vještina može učiti i da po tome pitanju svi imamo prostora za napredak. Osvrnemo se na njihovu prošlost počinjenja kaznenih djela i reakciju drugih ljudi kada se predstave na taj način.

- Što o sebi volite istaknuti prilikom upoznavanja s novim osobama?
- Što nipošto ne spominjete prilikom toga?
- Kako nove osobe reagiraju na vaše predstavljanje?
- S kim razgovarate o svojoj prošlosti?
- Kako drugi reagiraju na činjenicu da ste počinili kazneno djelo?

Slijedi razgovor o različitim načinima samopredstavljanja. Voditelj ih kratko predstavlja te potiče sudionike da se prisjetе jesu li se susreli s osobama koje su se predstavljale na taj način u svome životu i na koji način se oni obično predstavljaju.

PRIMJER – Različiti načini samopredstavljanja:

- agresivno samopredstavljanje – zastrašivanje drugih i prikazivanje vlastite snage
- obrambeno samopredstavljanje – izazivanje osjećaja samilosti i suošjećanja
- assertivno samopredstavljanje – izgradnja pozitivne slike o sebi i dobrih odnosa

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

Kako bi se demonstrirala vještina samopredstavljanja, korisnicima se prikaže video predstavljanja potencijalnih zaposlenika poslodavcu. Sudionicima se pruži potpora ukoliko je potrebno zbog prijevoda na hrvatski jezik s obzirom da je video na engleskom jeziku. Sudionike se potakne na to da se osvrnu na ponašanja koja su primjetili kod osoba na snimci, te koja od tih ponašanja ostavljaju pogrešan dojam pri razgovoru na posao. Slijedi rasprava o tome što su naučili i gdje to mogu primjeniti.

VJEŽBANJE VJEŠTINE I SAMOSTALNA UPOTREBA

S ciljem uvježbavanje vještine i osvrta na to kako se u različitim situacijama predstavljamo različito, sudionicima objasnimo da slijedi igra uloga. Svaki sudionik se predstavlja voditelju kroz ulogu koja mu je dodjeljena (prijatelj, osoba na razgovoru za posao, mladić koji pristupa djevojci, osoba koja pristupa nepoznatoj osobi na ulici). Sudionik i voditelj

tada vode kratki razgovor koji je ostvaren na inicijativu voditelja, iz uloge u kojoj se javlja (priatelj, poslodavac, djevojka kojoj pristupa mladić, nepoznata osoba na ulici koja pristupa prolazniku).

Voditelj pristupa sudioniku kojemu je dodjeljena uloga prijatelja s riječima „Bok Ilija, pa nisam te vidjela 100 godina!”, sudioniku kojemu je dodjeljena uloga osobe na razgovoru za posao s „Dobar dan, izvolite”, sudioniku koji iz uloge mladića pristupa djevojci „Oprosti, možeš li se pomaknuti?” i sudioniku koji pristupa nepoznatoj osobi na ulici „Molim vas, pomozite”. Razgovor se dalje nastavlja prema onome što sudionici unesu u njega, korištenjem asertivne komunikacije sa strane voditelja. Po završetku razgovora voditelj se kratko osvrne na to je li uspostavljena primjerena komunikacija i ukoliko je potrebno, daje sugestije za promjenu.

IGRANJE ULOGA - RAZLIČITE SITUACIJE, PREDSTAVLJANJE:

- PRIJATELJU
- POSLODAVCU
- DJEVOJCIMA
- NEZNANCU S ULICE

DOMAĆA ZADAĆA I NAJAVA SLJEDEĆE RADIONICE

Voditelj potiče sudionike na ispunjavanje domaće zadaće, s ciljem boljeg usvajanja vještine podsjećajući kako je i za ovu vještinu važna praksa. Zadatak je svakog sudionika da do idućeg susreta, kroz svakodnevni život/TV/društvene mreže prepoznaju po jedan primjer samopredstavljanja koji nije slijedio korake samopredstavljanja i jedan koji ih je slijedio. Voditelji nakon toga podsjećaju na termin održavanja sljedeće radionice kao i temu/socijalnu vještinu koja će se podučavati.

Socijalna vještina - Aktivno slušanje

3. online radionica

Ciljevi susreta:

- osvijestiti način na koji sudionici slušaju (uključujući verbalne i neverbalne aspekte komunikacije)
- naučiti prepoznavati nefunkcionalno slušanje
- naučiti korake socijalne vještine aktivnog slušanja
- demonstrirati korake socijalne vještine aktivnog slušanja

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija

UVOD

Ponavljanje naučenog i predstavljanje nove socijalne vještine

Voditeljice zamole sudionike da se prisjetе teme s prošlog susreta koju smo obrađivali – samopredstavljanje. Sudionici navode što su naučili o samopredstavljanju te važnost ove vještine. Razgovaraju o tome što su dobili kao domaću zadaću i jesu li je ispunili. Voditeljice postavljaju pitanja jesu li prepoznali dobre i loše primjere samopredstavljanja kroz svakodnevni život/TV/društvene mreže.

AKTIVNOST - PRIČAM TI PRIČU

Aktivnost se provodi tako da voditeljica započinje priču s jednom riječju, a onda se svaki sudionik treba nastaviti na priču s novom riječju, no mora ponoviti i sve prethodne riječi u rečenici. Priču sudionici trebaju nastaviti tako da ima neki smisao.

Kod navedene igre važno je da sudionici međusobno slušaju jedni druge, da pamte sav sadržaj koji su osobe prije rekle te ponavljaju izgovoren sadržaj uz dodavanje vlastite riječi čiji sadržaj mora biti u najvećoj mogućoj mjeri povezan sa sadržajem. Po završetku aktivnosti voditelji komentiraju aktivnost uz naglašavanje bitnih elemenata: međusobno

slušanje, upamćivanje sadržaja i ponavljanje sadržaja uz dodavanje vlastite riječi.

Nakon završene aktivnosti voditelji pitaju sudionike kako im se svidjela aktivnost, što im je bilo teško/lako? Što su mogli drugačije? Sudionici mogu prokomentirati i zašto su odabrali baš tu riječ.

Nakon toga voditeljice najavljuju temu ove radionice, a to je aktivno slušanje.

UKRATKO O VJEŠTINI

Voditeljica putem prezentacije poučava sudionike o vještini aktivnog slušanja.

Aktivno slušanje predstavlja važnu vještinu koja se može primjenjivati u svakodnevnom životu. Ona se smatra dijelom socijalnih i komunikacijskih vještina te je presudna za uspješnu komunikaciju jer se odnosi na svjesnu misaonu aktivnost s ciljem razumijevanja govornika (Varga i Tokić, 2015). Koristeći vještinu aktivnog slušanja potičemo sugovornika na razgovor, pokazujemo mu da slušamo i da nas zanima ono što govori te doprinosimo ugodnoj atmosferi (Thistle i McNaughton, 2015). Sve navedeno može doprinijeti izgradnji međuljudskih odnosa. Stoga možemo reći da pojedinac upotrebom aktivnog slušanja radi prvi korak ka izgradnji prijateljskog odnosa zbog toga što tako otvara put prema međusobnom upoznavanju i ostvarivanju povjerenja kroz suošjećanje i interes za ono o čemu sugovornik govori. Važno je spomenuti i da je aktivno slušanje jedna od ključnih vještina koja pomaže razviti pozitivne interakcije između članova obitelji. Osim toga, aktivno slušanje može uvelike pridonijeti suradnji s drugim ljudima (Thistle i McNaughton, 2015). Istraživanja su pokazala i korist aktivnog slušanja u raznim profesionalnim granama. Primjerice, Duhamel i Tabot (2004; prema Heller Levitt, 2001) navode da vještine aktivnog slušanja pomažu medicinskim sestrama stvoriti povjerljiv odnos s obiteljima pacijenata. Mansfield (1991; prema Heller Levitt, 2001) je proveo radionice učenja vještina aktivnog slušanja sa studentima medicine, čiji je krajnji rezultat pokazao da su ti studenti bili kompetentniji za kreiranje odgovarajućih planova za svoje pacijente. Nadalje, Paukert i sur. (2004; prema Heller Levitt, 2001) govore o tome da je 45 sati treninga aktivnog slušanja dovelo do pozitivnih promjena kod volontera na telefonskim linijama pomoći. Ova je vještina potrebna i u polju menadžmenta, čemu svjedoči nekoliko različitih radova (Knippen i Green, 1994; Brezuleanu i sur., 2011; Rane, 2011). Iz priloženog se može vidjeti da je aktivno slušanje važna komponenta u gotovo svim područjima djelatnosti, ali i u svakodnevnom životu svih pojedinaca.

Voditelji ukratko ispričaju da je dijalog dvosmjeren proces (odnosno uključuje barem dva sugovornika) te da je njegova svrha postignuta samo ako je osoba koja sluša osobu koja priča primila točne i jasne informacije. Kako bi do toga došlo, važna je vještina aktivnog

slušanje koje su mnogi od sudionika već i koristili, a da možda nisu ni znali o čemu se radi.

Sudionicima se kroz prezentacije prikazuju objašnjenja vještine aktivnog slušanja i njezine sastavnice.

Voditelji usmeno naglašavaju da „slušati“ znači primati zvukove iz okoline i truditi se da što bolje razumijemo njihovo značenje. Odnosno, kad slušamo mi čujemo i pamtimo ono što osoba govori, obraćamo pažnju na pokrete tijela i izraze lica jer nam i oni šalju poruku. Prilikom toga koristimo uši, oči i mozak jer nam upravo oni pomažu da primimo što cjelovitiju poruku te da što bolje razumijemo ono što osoba govori. Prema tome aktivno slušanje je vještina koja zahtijeva da slušamo ono što osoba govori i da joj pokažemo da ju slušamo te da smo ju razumjeli. Riječ je o vještini primanja poruke i davanja odgovora o tome kako smo mi razumjeli tu poruku. Ukratko, aktivno slušanje predstavlja vještina kod koje osoba mora biti aktivna jer ona pokretima tijela, gestama, mimikom lica i kratkim riječima pokazuje osobi da ju sluša te na kraju daje odgovor na ono što je čula od sugovornika.

SASTAVNICE VJEŠTINE

Zatim voditelji objašnjavaju korake vještine aktivnog slušanja.

Koraci/sastavnice vještine aktivnog slušanja:

1. Obratiti pozornost na osobu koja nam želi nešto reći

- Ključni postupci: prestanak bavljenja dosadašnjom aktivnosti (mobitelom, televizijom), gledanje u oči, promatranje izraza lica i pokreta tijela
- Kako bismo prilikom slušanja mogli upamtiti što veći sadržaj sugovornikovih riječi, važno je usredotočiti se na tu osobu. Na primjer da pospremimo mobitel, ugasimo televiziju, maknemo ostale predmete koji nam odvlače pažnju, prestanemo obavljati neku aktivnost i gledamo osobu u oči. Osim toga, moramo obratiti pažnju i na njezine izraze lica kako bismo vidjeli je li osoba tužna, sretna, ljuta, zabrinuta... Osim lica, moramo promatrati i njezine pokrete tijela, način na koji sjedi i slično.

2. Davati osobi do znanja da ju slušamo

- Ključni postupci: usklađivanje, kimanje glavom, kratke riječi ili zvukovi („aha, mhm, da“)
- Kako bismo uspjeli u tome da damo osobi do znanja da smo je slušali, potrebno je uskladiti naš izraz lica s onim što osoba govori. Primjerice, ako govori o nečem što je tužno, tada imamo tužan i suosjećajan izraz lica. Ako je osoba sretna,

tada i mi pokazujemo da smo sretni kroz osmijeh i veseo izraz lica. Također možemo koristiti kratke riječi, zvukove i pokrete glavom kojima pokazujemo da slušamo (primjerice aha, hm, da, kimanje glavom...). Također je izuzetno važno da sugovornika ne prekidamo dok govori, odnosno da mu ne upadamo u riječ prije nego završi misao.

3. Provjeravati jesmo li dobro shvatili poruku

- Ključni postupci: ponavljanje sugovornikovih riječi, postavljanje pitanja
- Kako bismo provjerili je li naše razumijevanje poruke u skladu s onim što je sugovornik htio reći jednostavno možemo svojim riječima ponoviti ono što smo čuli. Time osoba s kojom pričamo dobiva uvid u to kako smo shvatili njegovu poruku te nas po potrebi može ispraviti.
- Još jedan način na koji možemo provjeriti jesmo li dobro shvatili poruku je da postavimo pitanje. Osim što smo dobili odgovor na pitanje, njime također pokazujemo osobi da smo slušali i potičemo je na nastavak komunikacije.

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

Za demonstraciju vještine moguće je upotrijebiti video na sljedećoj poveznici:

https://www.youtube.com/watch?v=BXqsJUKirGc&t=96s&ab_channel=CentarzanestaluiZlostavljanudjecu i https://www.youtube.com/watch?v=3_dAkDsBQyk.

Riječ je o demonstraciji crne i bijele situacije putem videa izrađenog u sklopu projekta „Znanjem protiv ovisnosti“ i dijelu epizode iz serije “Teorija velikog praska” u kojem je prvo prikazano loše slušanje, a nakon toga aktivno slušanje. Sudionici radionice gledaju cijeli video, nakon čega voditelji zajedno s njima razgovaraju o tome jesu li primijetili znakove neslušanja, a kasnije i aktivnog slušanja te koji su to znakovi. Također mogu porazgovarati o tome što misle kako se Sheldon osjećao u prvom slučaju kada ga Amy nije slušala, a kako se osjećao u drugom slučaju kada je imao njenu punu pažnju. Važno je voditi računa o tome da video ima prijevod, ako je to potrebno.

VJEŽBANJE VJEŠTINE I SAMOSTALNA UPOTREBA

Aktivnost igranje uloga provela bi se tako da voditelji sudionike podijele u parove. Prije no što čuju zadatku, sudionici odabiru tko će biti govornik, a tko slušatelj. Nakon što odluče tko će biti koja osoba, dobivaju verbalnu uputu voditelja.

Govornik treba ispričati svom partneru kako bi izgledao njegov/njezin savršen dan (ili primjerice proteklom danu, najdražem poklonu, idealnom putovanju), dok ga slušatelj aktivno sluša koristeći naučenu vještinu. Voditelji moraju voditi računa o tome da govornik smije pričati maksimalno 3 minute.

Slušatelj treba, koristeći aktivno slušanje, razgovarati sa partnerom.

Nakon što je aktivnost završena, sudionici daju usmeni feedback.

S obzirom na to da se svi sudionici moraju okušati u ovladavanju vještinom aktivnog slušanja, igra se ponavlja tako da se zamjene uloge.

Nakon što su zamijenili uloge, sudionike se pita kako im je bilo u ulozi (onaj koji priča), jesu li imali dojam da ih druga osoba sluša i po kojim su znakovima mogli prepoznati da ih sluša, kako im je bilo vježbati vještinu aktivnog slušanja, što im je bilo lako/teško, u kojoj im je ulozi bilo lakše i u kojoj teže.

Nakon što iznesu svoj dojam, voditelji daju povratnu informaciju o svrsi same aktivnosti. Svrha proizlazi iz činjenice da bi osobe B trebale barem u nekoj mjeri primjenjivati prethodno podučavane metode aktivnog slušanja, čime bi utjecale na osobu A tako da se osjeća ugodno dok priča. Osim toga, dok su bili u ulozi osobe koja priča mogli su vidjeti kako se osjećaju dok pričaju o nečemu drugoj osobi koja ih sluša i daje im do znanja da prate što govore.

DOMAĆA ZADAĆA I NAJAVA SLJEDEĆE RADIONICE

Za kraj, voditelji zamole sudionike da ukratko navedu najvažnije s današnje radionice. Sudionicima se postavljaju pitanja : Jeste li iz ove radionice naučili nešto novo? Smatrate li da će vam ova vještina biti korisna u dalnjem životu? Imate li dodatnih pitanja o ovoj vještini?

Voditelj potiče sudionike na ispunjavanje domaće zadaće, s ciljem boljeg usvajanja vještine podsjećajući kako je i za ovu vještinu važna praksa. Zadatak je svakog sudionika da do idućeg susreta koriste vještinu aktivnog slušanja kada netko od njih nešto zahtjeva/treba ili kada su u društvu nekoga s kime žele unaprijediti odnos (npr. djevojka, član obitelji, prijatelj itd.) te da prate reakcije sugovornika.

Socijalna vještina – Zauzimanje za sebe (asertivnost)

4. online radionica

Ciljevi susreta:

- osvijestiti način na koji se sudionici zauzimaju za sebe
- upoznati korisnike s konceptom asertivnosti
- osvještavanje značajki uspješnog zauzimanja za sebe
- demonstrirati korake socijalne vještine zauzimanja za sebe

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija

UVOD

Ponavljanje naučenog i predstavljanje nove socijalne vještine

Voditeljice zamole sudionike da se prisjete zadnje socijalne vještine koju su obrađivali prošli tjedan, a radi se o aktivnom slušanju. Voditeljice ispituju jesu li ispunili domaću zadaću i koga su aktivno slušali te kakve su bile reakcije sugovornika.

Predstavlja se nova vještina koja će se obrađivati na ovoj radionici – zauzimanje za sebe na asertivan način.

UKRATKO O VJEŠTINI

Putem prezentacije voditeljice poučavaju sudionike o asertivnosti, drugim načinima komunikacije i posljedicama za svaki od navedenih načina.

S obzirom da postoje razni komunikacijski stilovi, **komunicirati možemo na više načina**.

Prvenstveno svoju komunikaciju možemo iskazivati na 3 načina:

- **Pasivna komunikacija** – osobe koje komuniciraju na pasivan način izbjegavaju komunikaciju, ne postavljaju pitanja, kratko se izražavaju te ne iznose svoje želje i potrebe. Takvo ponašanje s vremenom vodi do narušavanja odnosa, frustracije, svađa, gubitka odnosa i na kraju gubitka uspjeha.
- **Agresivna komunikacija** – agresivni komunikatori imaju izraženu gestikulaciju, nagnju svoje tijelo prema drugoj osobi, pojačavaju svoj ton, ulaze u intimni prostor i tako dalje. Dugoročno agresivna komunikacija dovodi do prekida komunikacije, trajno narušenih odnosa te nepovjerenja.
- **Asertivna komunikacija** – asertivni komunikatori jasno izražavaju svoje želje i osjećaje bez okolišanja. Asertivna komunikacija daje nam dugoročno osjećaj uvaženosti, povećava nam samopoštovanje te unaprjeđuje odnose s drugim ljudima.

Od svih navedenih stilova, najbolja je asertivna komunikacija jer se jedino njome rješavamo napetosti, ljuntnje i frustracija te stječemo osjećaj kontrole. Osim toga, asertivnom komunikacijom postižemo ono što želimo, a istovremeno dobivamo i poštovanje i uvažavanje drugih osoba.

Prije objašnjenja vještine asertivnog ponašanja definirat ćemo što je asertivnost.

Asertivnost je vještina koja nam omogućuje da se lakše izborimo za svoja prava i potrebe te nam osigurava uzimanje u obzir našeg mišljenja, osjećaja i prava, a da pri tome svemu ne narušimo prava drugih. Ova vještina je potrebna gotovo svima nama zato jer pomoću nje možemo na pristojan način objasniti drugoj strani što nas smeta ili što nam se ne sviđa kod njihova ponašanja, a pri tome nikako ne povrijediti ili omalovažiti drugu stranu (Milaković, 2017).

U komunikaciji s drugima važno je znati iskazati svoje osjećaje, zapažanja, mišljenje ili potrebe na jasan i iskren način (ako smo u iskrenom i korektnom odnosu s drugom osobom). To se naziva asertivnim komuniciranjem. Asertivno ponašanje temelji se na poštivanju i uvažavanju kako sebe tako i drugih. Obuhvaća poštivanje vlastitih prava i potreba, odgovornost za vlastito ponašanje, kao i samokontrolu za izražavanje vlastitih potreba na način koji ne ugrožava tuđe interese i potrebe.

Zauzimanje za sebe važna je socijalna vještina koju koristimo u velikom broju situacija. Zauzeti za sebe se možemo kod kuće, na poslu, s prijateljima, u dućanu, na stanici javnog prijevoza, na treningu... Ta se vještina često poistovjećuje s asertivnošću, a

asertivnost se definira kao način komunikacije u kojem izražavamo svoje misli i osjećaje, borimo se za svoja prava i odbijamo zahtjeve koji nam ne odgovaraju bez nanošenja psihičke ili fizičke boli drugoj osobi (Kozina, Hudin, Miščančuk, 2012).

Voditeljice navode sudionicima sljedeći **primjer ponašanja:**

Ako se netko progura ispred nas u redu, kako je ispravno reagirati?

- a. Šutjeti i pustiti ga da preuzme naše mjesto. Očito mu više treba.
- b. Zakolutati očima i naglas prokomentirati kako neki ljudi očito ne znaju osnovna pravila ponašanja.
- c. Podići razinu glasa i reći toj osobи: „Za tebe ne postoji red, a?!“
- d. Potapšati tu osobу po ramenu i reći: „Oprostite, ovo je bilo moje mjestо. Razumijem da vam se žuri, ali i ja već dugo čekam.“

Na ovom primjeru sudionicima možemo objasniti i **četiri najčešćа načina reagiranja u nekoј situaciji: pasivno, pasivno-agresivno, agresivno i asertivno.**

KARAKTERISTIKE PASIVNOG REAGIRANJA – osoba se povlači, pristaje na ono što druga osoba od nje zahtijeva i ne zauzima se za sebe. Nakon toga se možda osjeća tužno i posramljeno jer je stavila nečije potrebe na prvo mjestо, a zanemarila sebe i ono što ona želi. Prema tome, to nije dobar način reagiranja. Pasivno reagiranje u principu se zasniva se na nastojanju da se sukob izbjegne pod svaku cijenu. Osobe koje pasivno reagiraju, internaliziraju neugodne stvari u želji da ne uzrujaju druge ljudе (Ames, 2009). S druge strane, pasivno reagiranje ima pozitivne osobine. Osobe koje se ponašaju na takav način rado pomažu drugim ljudima, dio su tima, suosjećajni su, nesebični i ljubazni. (Cornelius, 2006).

PASIVNO-AGRESIVNO REAGIRANJE – najčešće se sastoji u tome da osoba koja tako reagira naizgled ostaje mirna i složi se s onim što joj druga osoba govori ili naređuje, ali u sebi smatra da to nije u redu i ne slaže se s tim ili to čak shvaća kao napad na sebe. Ipak, ne kaže to na glas, već svojim ponašanjem izražava neslaganje – npr. ako ju netko zamoli da nešto napravi, ona će to odgađati i „zaboravljati“ unedogled ili će to odraditi vrlo loše jer će raditi preko svoje volje. Osobe koje tako reagiraju često su sarkastične i cinične prema idejama koje naizgled prihvaćaju, ali ne kritiziraju ih otvoreno, a nekad čak u potpunosti izbjegavaju razgovor s osobом koja im je nešto „ružno“ rekla. Na taj način zapravo opet izbjegavaju otvoreno izraziti svoje neslaganje i neugodne emocije drže u sebi, zbog čega se osjećaju loše. Pasivno-agresivni stil ophođenja predstavlja kombinaciju pasivnog i agresivnog stila komuniciranja. Pasivna osoba izbjegava izravnu konfrontaciju, ali se osvećuje kroz razne oblike manipulacije i sabotaže. Primjerice, zadatke neće odradivati u zadanom roku, često će izmisliti da je zaboravila na neki dogovor, sklona je širenju tračeva i neistina i sl. (Cornelius, 2006).

Ljudi koji **AGRESIVNO REAGIRAJU** su često oni za koje kažemo da imaju „kratak fitilj“. Na nečiji zahtjev ili izjavu s kojom se ne slažu oni reagiraju jasnim i glasnim izražavanjem svojeg mišljenja, što je dobro. Međutim, ono što nije dobro, jest to što je izražavanje mišljenja često popraćeno visokim tonom glasa, fizičkim napadom i/ili omalovažavanjem druge osobe. U svakom slučaju, druga osoba iz te situacije odlazi povrijedena, psihički, a možda i fizički. Agresivni stil ponašanja uvijek uključuje manipulaciju. Osobe koje preferiraju taj stil komunikacije često koriste zastrašivanje i kontrolu kako bi zadovoljile isključivo vlastite potrebe. Vrlo često, osobe koje rade s osobom koja agresivno komunicira, imaju dojam da je takva osoba gruba i sklona kontroliranju, da ističe tuđe pogreške samo zato da ih ponizi te da nije usmjerena ka osnaživanju tima i ugodnoj radnoj klimi (Ames, 2009).

Najbolji način zauzimanja za sebe jest **ASERTIVNO REAGIRANJE**. Ono podrazumijeva da možemo jasno, mirno i razumno izraziti svoje mišljenje, bez vikanja, fizičkog nasilja i drugog neprihvatljivih ponašanja. Ponekad asertivno zauzimanje za sebe ne podrazumijeva davanje argumentiranih odgovora – ponekad je samo odgovor da to ne želimo jer nam ne odgovara ili nam se ne sviđa dovoljan. Poanta je da stojimo iza svoje odluke i čvrsto zagovaramo svoje stavove, bez omalovažavanja sebe ili druge osobe. Osobe koje komuniciraju na asertivan način komuniciraju izravno, bez manipuliranja, ali uz uvažavanje potreba i osjećaja drugih osoba. Takva osoba je spremna preuzeti odgovornost za vlastito ponašanje, tolerantna je prema drugima, svoje osjećaje izražava smireno i autentično, svjesna je svojih kvaliteta i mana te vjeruje drugim ljudima (The Handbook of Communication skills, 2018).

Nakon objašnjenih načina reagiranja, voditeljice pitaju sudionike da navedu neke primjere ponašanja i da odrede koja ponašanja spadaju u koju vrstu reagiranja. Potaknemo ih da razmisle kako najčešće reagiraju, tj. koji je njihov dominantan način reagiranja i zbog čega. Ako netko želi, može podijeliti svoja razmišljanja s grupom.

SASTAVNICE VJEŠTINE

Voditelji najavljuju predstavljanje sastavnica vještine zauzimanja za sebe na asertivan način. Navode kako je to vrlo složena vještina za koju je potrebno usvojiti i druge vještine koje će se obrađivati (poput ja-poruka, aktivnog slušanja). Sastavnice se objašnjavaju jedna po jedna i nakon svake objašnjene voditelji provjeravaju je li svima jasno sve rečeno.

Voditelj može započeti objašnjavanje vještine prema sljedećim koracima:

- 1. Reci jasno svoje mišljenje.** „U situaciji kada netko od tebe traži nešto što ti nije ugodno ili nešto što ne želiš, dobro je odmah izreći svoje mišljenje o tome i zauzeti se za sebe. Možeš se služiti vještinama koje si već usvojio/la, poput ja-poruke i uspostavljanja kontakta očima. Izrazi kako se osjećaš u vezi toga, i što bi htio/htjela umjesto te situacije pred koju si stavljen/a. Postoje neke ključne izjave koje mogu pomoći za lakše izražavanje misli i osjećaja, a u osnovi su ja-poruke. Rečenice možeš započeti s: „Ja se osjećam....ja sam....ja trebam...ja (ne) želim...“ Nakon što kažeš što misliš i kako se osjećaš, pitaj drugu osobu o njenom mišljenju.
- 2. Poslušaj drugu osobu, uzmi u obzir njeno mišljenje i stajalište.** Pritom primjenjuj metodu aktivnog slušanja, čekaj da osoba dovrši svoju misao, nemoj upadati u riječ. Nakon što osoba ispriča sve što je htjela možeš postaviti pitanja, ako ti je nešto ostalo nejasno ili neodgovoren.
- 3. Pokušaj se dogovoriti oko zajedničkog rješenja.** Pritom imaj na umu ono što je tebi bitno i koliko se želiš zauzeti za sebe. Ti možeš reći ono što se tebi čini kao najbolje rješenje te kako bi htio/htjela da se razvije situacija u kojoj se nalazite, a zatim poslušaj prijedlog svog sugovornika. Nakon toga postoje dvije situacije: prva je da ste se uspješno dogovorili oko zajedničkog rješenja, a to je ono s kojim si ti i tvoj sugovornik zadovoljan i u kojem se oboje osjećate ugodno. Druga situacija je da se ipak ne složite ne postignete dogovor.
- 4. Prihvati da ti određena situacija ne odgovara.** Kad vidiš da se vaša razmišljanja razlikuju i da ne možete postići dogovor koji odgovara i tebi i osobi s kojom se dogovaraš, možeš jednostavno prihvati da tebi ta situacija ne odgovara i izaći iz nje, odnosno ne učiniti ono što ti se ne sviđa i na što nisi spremna/na. Na taj način se zauzimaš za sebe, a ne povređuješ drugog.

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

Za demonstraciju vještine moguće je upotrijebiti video na sljedećoj poveznici:

https://www.youtube.com/watch?v=BXqsJUKirGc&t=96s&ab_channel=CentarzanestaluiZlostavljanudjecu.

Riječ je o demonstraciji putem videa koji sadrži tri načina komunikacije – pasivni, agresivni i asertivni. Nakon svakog dijela video sudionike se ispituje: Kakav je ovo način zauzimanja za sebe i po čemu ste to zaključili? Reagirate li vi ponekad na sličan način? Kako se tada osjećate? Što mislite kako se osjeća ova druga osoba u isječku?

Nakon odgledanog videa, voditelji završavaju raspravu i najavljuju vježbanje vještine.

VJEŽBANJE VJEŠTINE I SAMOSTALNA UPOTREBA

Sudionici od voditeljica dobivaju određene situacije i trebaju se u tim situacijama na primjeren način zauzeti za sebe.

Situacije:

1. U tvrtki u kojoj radiš svi djelatnici su dobili regres, a ti nisi. Kako ćeš se izboriti za sebe u ovoj situaciji?
2. Nalaziš se na rođendanskoj zabavi svoje najbolje prijateljice. Ona te pozove da odete nasamo razgovarati i pokaže ti da joj je dečko za rođendan poklonio nekakve nove tabletne koje su potpuno bezopasne, a od njih se osjećaš „najbolje na svijetu“. Ti nisi nikada probao/la nikakve droge niti si htio/la, a i strah te posljedica ako tvoja okolina da si drugačiji/a. Prijateljica te nagovara i već je pomalo ljuta što te strah i što ju odbijaš. Kako ćeš riješiti ovu situaciju?
3. U društvu s kojim izlaziš, jednom prijatelju je nestao novčanik. Prijatelji imaju informacije da si prije radio/la neka kaznena djela pa te optužio da si sigurno ti to uzeo/la. Kako ćeš se postaviti prema prijatelju iz društva?

Nakon prikaza situacija voditeljice usmjeravaju diskusiju o doživljenom: kako su se osjećali u određenim ulogama, situacijama; što im je bilo najteže/najlakše za odglumiti i zašto? Kako inače rješavaju takve situacije? Jeste li prepoznali različite načine zauzimanja za sebe kroz igranje uloga? Također, voditelji daju povratnu informaciju sudionicima.

Nakon završne aktivnosti, voditelji usmjeravaju sudionike da sažmu što se sve radilo/obradivalo na radionici: što smo radili? Kojom smo se vještinom bavili? Koje su njene sastavnice? Što ste naučili iz ove radionice? Gdje to možete primijeniti? Ima li još nešto što vas zanima o ovoj vještini?

DOMAĆA ZADAĆA I NAJAVA SLJEDEĆE RADIONICE

Nakon toga voditelji daju sudionicima upute za domaću zadaću, odnosno pokus.

POKUS – sudionici bi do sljedećeg susreta trebali imati barem jedno iskustvo asertivnog zauzimanja za sebe. Dakle, izazov je da se sudionici sljedeći put kada se nađu u situaciji gdje bi se trebali zauzeti za sebe, to i učine, ali na asertivan način, poštujući naučeno u ovoj radionici te ukratko podijeliti to iskustvo s grupom na sljedećem susretu (prema vlastitoj procjeni ugode). Ukoliko je vježba za pojedine sudionike preteška i osjećaju nelagodu, modifikacija se odnosi na uputu da u sljedećoj situaciji u kojoj bi se trebali zauzeti za sebe, to učine i prođu korake barem u mašti.

Sudionicima se postavljaju pitanja : Jeste li iz ove radionice naučili nešto novo? Smatrate li da će vam ova vještina biti korisna u dalnjem životu? Imate li dodatnih pitanja o ovoj vještini?



Socijalna vještina – Donošenje odluka

5. online radionica

Ciljevi susreta:

- osvijestiti način kako su sudionici do sada donosili odluke
- naučiti korake socijalne vještine donošenja odluka
- demonstrirati korake socijalne vještine donošenja odluka

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija

UVOD

Ponavljanje naučenog i predstavljanje nove socijalne vještine

Uvodno voditeljice podsjećaju sudionike na prethodnu radionicu te ih pitaju što su zapamtili od prethodne vještine koja se obrađivala – vještine asertivnog zauzimanja za sebe? Voditelji podsjećaju sudionike na domaću zadaću od prošlog susreta uz kratki feedback na samu zadaću. Sudionici raspravljaju o situacijama kada su se zauzeli za sebe na asertivan način ili su to željeli napraviti.

AKTIVNOST – BRZO DONOŠENJE ODLUKA

Voditelji zamole sudionike da kroz platformu Mentimeter napišu neki problem koji ih muči u upitnom obliku (npr. Kako pronaći djevojku?, Koji mobitel kupiti, a nemam dovoljno novca za onaj koji zapravo želim?, Koji tečaj upisati da se lakše zaposlim?). Nakon toga svaki sudionik treba usmeno odgovoriti kakvu odluku bi oni donijeli, u jednoj rečenici. Ova aktivnost je primjer brzog donošenja odluka te stvaranja radne atmosfere.

Nakon ove aktivnosti slijedi diskusija na razini grupe te voditelji mogu postavljati sljedeća pitanja: Kako ste se osjećali? Kako ste doživjeli ovu vježbu? Što mislite o odlukama koje su drugi donijeli za vas? Kako ste se osjećali prilikom donošenja odluka za druge? Jeste li imali osjećaj da imate dovoljno vremena? Na temelju čega ste odlučivali?

Nakon toga voditeljice najavljuju temu ove radionice, a to je donošenje odluka.

UKRATKO O VJEŠTINI

Prema P. Sikavici odlučivanje je „proces koji traje određeno (duže ili kraće) vrijeme, a završava donošenjem odluke“. Odluka je prihvatanje jedne od varijanti mogućih rješenja, odnosno rezultat izbora jednoga između više mogućih rješenja problema. Ova vještina iznimno je važna za osobe koje napuštaju penalni sustav jer su upravo u takvom sustavu imali vrlo malo slobode u samostalnom odlučivanju zbog striktnih propisa iz sigurnosti razloga (Lončar, 2016). Zbog striktnih propisa, zatvorenici imaju vrlo malo slobode u samostalnom odlučivanju i utjecaju na donošenje odluka koje se donose na razini uprave.

Odlučivanje je ponašanje i kao svako drugo ponašanje, može postati navikom. Ako se osobe naviknu brzo i naglo odlučivati, velika je vjerojatnost da će tako nastaviti cijelog života. S druge strane, ako osobe ohrabrujemo da donose promišljene odluke, mogu razviti dugotrajne pozitivne navike. Poučavanje sudionika radionice vještini donošenja odluka način je da ih «naoružate» vještinama nužnim za pravilne odluke o svim rizičnim ponašanjima. Tijekom odrastanja, svako će dijete biti suočeno s odlukom o eksperimentiranju s drogama, alkoholom ili duhanom. Dijete, koje je dobro usvojilo vještinu donošenja odluka, sklonije je pravilnom izboru. (<https://www.storyboardthat.com/hr/lesson-plans/vje%C5%A1tine-odlu%C4%8Divanja>). McGinnis i Goldstein (1997) ističu važnost vještine donošenja odluka kao jedne od vještina nošenja sa stresom. Dakle, osobe koje nauče promišljeno donositi odluke, lakše će se nositi s novonastalim stresnim situacijama.

Odlukom se određuju događaji u privatnom i poslovnom životu. Ona je konstanta u svakodnevnom životu te postoji koliko i ljudski rod. Odluka je posljedica/rezultat procesa odlučivanja, tj. krajnje rješenje i odgovor na problem odlučivanja. Proces odlučivanja nam pomaže razmotriti problem i njegova moguća rješenja. Ako se u privatnom životu odluke donose intuitivno, onda se moguće negativne posljedice odluka odnose na dotičnog pojedinca, članove obitelji i prijatelje. Dok u poslovnom životu intuicija nije čimbenik na kojem bi se trebala graditi odluka, jer se posljedice odluka odražavaju na veći broj pojedinaca, grupa, timova, skupina, odnosno djeluju na cjelokupnu organizaciju i njezine dionike te svaka pogreška može imati dalekosežne posljedice. Odlučivanje će biti teže ukoliko se radi o složenom, a ne o jednostavnom problemu (<https://repozitorij.unipu.hr/islandora/object/unipu%3A3601/datastream/PDF/view>).

Izbor načina donošenja odluke zavisi od broja raspoloživih informacija, odnosno podataka o promatranom problemu. Vještina donošenja odluke je složena vještina koja se sastoji od kognitivne prorade, uključuje emocionalni dio (intuiciju) te ponašajni dio koji uključuje provedbu odluke u stvarnom životu. Kako bismo mogli savladati vještinsku donošenja odluka potrebno je posjedovati brojne druge vještine, kao što su vještine samokontrole, istraživanja više mogućnosti, komparacijsku i selekcijsku vještinsku kategoriziranja informacija, samopoštovanja, fleksibilnosti, empatije i asertivnosti, samokritičnosti, prihvaćanja odgovornosti i planiranja budućnosti, kao i samodiscipline, ustrajnosti i pozitivnog razmišljanja.

Vještina donošenja odluka nam koristi za razvijanje samostalnog razmišljanja i prihvaćanja odgovornosti za vlastito ponašanje, a također je važna za vlastitu prosudbu svakodnevnih situacija te nam daje osjećaj kontrole.

Donošenje pogrešne odluke u privatnoj sferi života često donosi probleme u nekom od važnih područja (odnosi, vlastiti self), dok u medicini pogrešna odluka može činiti razliku između života i smrti. Nadalje, potrebno je napraviti razliku između važnih i manje važnih odluka u svakodnevnom životu – primjerice manje važna odluka je kupovina namirnica, a važnija je izbor zanimanja itd. No, prilikom vrednovanja važnosti odluke ključnu ulogu ima i osobna procjena. Iz tog razloga bitno je da čovjek nauči donositi „mudre“ životne odluke koje će mu omogućiti da izbjegne negativne posljedice donesene odluke. Neznanje vještine donošenja odluke može jako utjecati na kvalitetu života na način da neadekvatnim odlukama umanji kvalitetu života i međuljudskih odnosa. Ova radionica odnosi se na uvježbavanje vještine donošenja važnih životnih odluka.

SASTAVNICE VJEŠTINE

Voditeljice govore sudionicima kako se donošenje odluka može naučiti i uvježbati te im pojašjavaju sastavnice/korake vještine. Voditelji objašnjavaju svaku sastavnicu tako što daju primjere i pojašnjavaju. Sastavnice vještine se mogu pripremiti na jednom slajdu kako bi sudionicima to bilo vizualno prikazano po koracima.

KORACI/SASTAVNICE VJEŠTINE DONOŠENJA ODLUKA:

- Razmisli o situaciji u kojoj moraš donijeti odluku** – potrebno je prisjetiti se situacije i osigurati si vrijeme za promišljanje (npr. osoba treba donijeti odluku o preseljenju u drugi grad zbog većih poslovnih mogućnosti)
- Razmisli o alternativnim odlukama** – treba nabrojati sve mogućnosti, uključujući i one koje nam se ne sviđaju ili one koje smatramo teško ostvarivima

3. **Napravi popis ZA i PROTIV** – odabrati jednu odluku koja nam se čini najprihvatljivija i najpoželjnija te na papir napisati argumente ZA tu odluku i argumente PROTIV te odluke. Ukoliko nakon popisa nismo u mogućnosti prihvatiti tu odluku, popis se može raditi i za ostale alternativne odluke sve dok ne pronađemo onu koja nam je najprihvatljivija. Treba uzeti svakako u obzir vlastite resurse i posljedice (dugoročno, kratkoročno, pozitivno, negativno, na koga će utjecati)
4. **Donesi odluku na temelju prikupljenih informacija** – odlučiti se za opciju koju smatraš najadekvatnijom u toj situaciji na temelju prethodnih koraka
5. **Provedi donesenu odluku** – kada si se odlučio/la za odluku, napravi plan njezine realizacije i usmjeri se na njenu primjenu

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

Vještinu demonstriraju voditeljice (jedna osoba prikazuje crnu, a druga bijelu situaciju) i narator (sudionik grupe koji čita predložak priče). Priča se treba prilagoditi specifičnostima grupe.

PRIMJER PRIČE

Darija je pripravnica u školi i uskoro treba imati komisiju na kojoj će je stručni tim ocjenjivati kako ona vodi nastavni sat. Vikend prije dobiva poziv od priateljice Vlatke iz Dalmacije koja dolazi u Slavoniju, a njih dvije su bile vrlo bliske za vrijeme studiranja i sada je prošlo gotovo godinu dana kako se nisu vidjele. Vlatka će u gradu provesti samo vikend i može se vidjeti s Darijom samo tijekom večernjeg izlaska pa moli Dariju da skupa izađu u subotu i druže se. Darija se još uvijek nije počela pripremati za nastup pred komisijom i planirala je to raditi za vikend, a o tome joj ovisi daljnje zaposlenje i karijera. Nije sigurna što će učiniti u ovoj situaciji.

VJEŽBANJE VJEŠTINE I SAMOSTALNA UPOTREBA

Nakon demonstracije slijedi vježbanje vještine donošenja odluka na sljedeći način: Sudionici se ponovno vraćaju na problem koji su naveli u uvodnoj vježbi te sada uz pomoć navedenih koraka/sastavnica nastoje donijeti odluku koja im je najprihvatljivija. Drugi sudionici mogu dati povratnu informaciju ili dodati nešto.

Nakon što je vježba završena, voditelji potiču kratku diskusiju o tome kako su sudionici doživjeli vježbu, što im je bilo lako/teško, mogu li povezati i usporediti dobiveno rješenje s rješenjima koje su im ponudili sudionici tijekom uvodne vježbe te da razmisle koliko i gdje im je naučena vještina može pomoći u privatnom/profesionalnom životu. Također,

voditelji pozivaju sudionike na davanje povratne informacije vezane uz misli i emocije koje su se pojavljivale sudionicima tijekom vježbe.

Voditelji usmjeravaju sudionike da kratko sažmu što su danas obrađivali na radionici, što su novo naučili, gdje mogu primjenjivati stečeno znanje.

DOMAĆA ZADAĆA I NAJAVA SLJEDEĆE RADIONICE

Nakon sažimanja voditeljica daje domaću zadaću koju sudionici trebaju pokazati voditeljicama na sljedećem susretu. Potrebno je na papir napisati svoje ime i datum kada su napisali DZ. Zadatak je da sudionici napišu kratki tekst o odluci koju su nedavno morali donijeti te je obrazložiti po koracima (sastavnicom). Voditeljice ponovno naglašavaju važnost rješavanja domaće zadaće kako bi se vještina usvojila te motiviraju sudionike za aktivnu primjenu naučene vještine u praksi.



Socijalna vještina – Rješavanje problema

6. online radionica

Ciljevi susreta:

- osvijestiti način kako su sudionici do sada rješavali probleme
- naučiti korake socijalne vještine rješavanja problema
- demonstrirati korake socijalne vještine rješavanja problema

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija

UVOD

Ponavljanje naučenog i predstavljanje nove socijalne vještine

Voditeljice najavljaju da je ovo zadnja radionica na kojoj će obrađivati neku vještinu te zamole sudionike da se prisjete koju vještinu su obrađivali na zadnjoj radionici. Radi se o vještini donošenja odluka. Voditeljice provjeravaju jesu li sudionici donijeli ili poslali domaću zadaću. Svaku domaću zadaću voditeljice kratko prokomentiraju prema sastavnicama koje su vježbali.

AKTIVNOST – ODABERI PREDMET

Voditeljice zamole sudionike da odaberu jedan predmet i kažu to naglas ili napišu. Nakon što svaki sudionik kaže koji je predmet odabrao, voditeljice im daju uputu da se trebaju dogovoriti kako će koristeći samo te predmete, spasiti svijet od čudovišta. Za dogovor imaju 3 minute.

Ova aktivnost uvodi sudionike u socijalnu vještinu rješavanja problema te je primjer rješavanja problema kroz suradnju s drugima.

Nakon vježba slijedi diskusija te voditelji mogu postavljati sljedeća pitanja: Kako vam se svidjela ova vježba? Kako ste se osjećali? Kako ste odlučili koje ćete rješenje prihvati? Jeste li imali osjećaj da imate dovoljno vremena?

UKRATKO O VJEŠTINI

Kontinuirano i sustavno rješavanje problema (upravljanje problemima) je najvažniji prioritet kako u životu svakog pojedinca tako i kod svih oblika zajedništva (grupe, organizacije i zajednice) bilo koje vrste. Neriješeni problemi su ono što nam stoji na putu uspjeha. Nije problem ako imamo problema, problem je ako ih ne rješavamo kontinuirano i sustavno na pravi način. Problem je svako neželjeno, negativno stanje, problem je sve ono što nas ometa da postignemo željene ciljeve. Negativna stanja su sljedeća: kašnjenja, nekvaliteta, nezadovoljstva, neodgovarajuće trošenje resursa (prekomjerno ili premalo)...

Problem se može promatrati kao priliku za postignuća, a svako rješavanje problema je uvođenje promjena. Kada se problem riješi na prihvatljiv i konstruktivan način, osobe vrlo često „izlaze“ iz problema osnaženi, a ako problem uključuje i drugu osobu, često dolazi do unaprjeđenja tog odnosa (Cremin, 2007). Problemi nas „prisiljavaju“ da mijenjamo postojeće stanje i činimo postignuća koja nas vode k izvrsnosti (željenim ciljevima).

Rješavanje problema je vještina koja se uči i nema prirodno talentiranih osoba za rješavanje problema. Svaki izostanak modela rješavanja problema dovodi do improvizacije u rješavanju problema, a to znači moguće stvaranje brojnih novih problema. Ono što se često vidi kao izazov kod rješavanja problema, jest to da osobe često ne razmišljaju kreativno, odnosno „izvan okvira“ te zbog toga često ne mogu naći prihvatljivo rješenje. Jedan od razloga nekreativnog načina razmišljanja jest školovanje, koje vrlo često od učenika traži jedan postupak i jedno rješenje, a drugaćiji načini razmišljanja ili se ne buduju ili su označena kao kriva (Arvaj, Kersten i Taslidžić – Herman, 2012; Isić, 2010). Svaki problem je rješiv, a rješivost problema ovisi o izboru strategije. Lakoća rješavanja bilo kojeg problema je u funkciji novonaučenih znanja, vještina i ponašanja u problematici rješavanja problema. Ako imamo problem, trebamo potražiti savjet ili pomoći drugih jer nitko ne zna sve. Želimo li biti uspješni, nije učinkovito i potpuno je iracionalno da sve sami učimo i odradimo. Koristimo resurse i osobe iz svog okruženja i razmjenjujmo znanja i vještine iz problematike rješavanja problema.

Kod rješavanja problema neizostavno se javljaju otpori promjenama: nas samih i ostalih sudionika rješavanja problema. Odgađanje problema je učestali oblik ponašanja koji dovodi da problem postaje veći, a i do pojave novih problema kao posljedica nerješavanja. „Sasjeći“ problem odmah na početku i u korijenu je najbolje moguća strategija.

No, svako rješenje problema donosi nove probleme te je nerealno očekivati da će svi problemi nestati. To se redovito događa kada ne rješavamo prioritetne probleme nego one „lakše“. Rješavajmo prioritetne probleme i „usput“ ćemo rješiti i brojne probleme koje su posljedica prioritetnog problema. Ne trebamo odbaciti alternativna rješenja problema

kao niti "nemoguć-a" rješenja. Ona često donose najkvalitetnija rješenja. Neobična rješenja su ona koja dovode do većih postignuća. Brojna moguća rješenja se stvaraju kada rješavanje problema dominantno temeljimo na mekim resursima (vrijeme, znanje i sastanci) u odnosu na tvrde resurse (materijalni, financije i ljudski resursi). Mnoga nam se rješenja, pogotovo ona najnovativnija, čine tako očiglednima i jednostavnima da se zapitamo kako ih se mi nismo dosjetili. Odgovor leži djelomično u našem razmišljanju i pristupu rješavanja problema. Svi možemo biti kreativni, samo ukoliko to sebi dozvolimo. Kada osobe same rade na rješenjima, sklonije su ih i provesti jer ne osjećaju da im je to netko nametnuo, već da su sami odabrali rješenje svojeg problema (Cremin, 2007).

U rješavanju problema dvije ili više percepcija, poput dvije ili više glava, mogu biti pametnije od jedne. Kreativno rješavanje problema je „napuštanje rutinskog razmišljanja“, kreiranje novih kanala u umu, a ne oslanjanje na stare kanale. Ali to znači da moramo biti otvoreni ka novim i različitim idejama osim svojih i prihvatići da svijet koji percipiramo predstavlja samo jedan od mogućih pogleda na svijet.

Umjesto da nas uče da budemo otvoreni i da prihvaćamo nove i različite ideje, školski i poslovni svijet nam pomaže da učvrstimo rutine i što smo stariji to su rutine jače (u ovom slučaju starosna dob ima manje značaja od stava). Prečesto se brinemo da damo „pravi“ odgovor, da ne prihvaćamo rizike, odupiremo se promjenama, pretjeranom analiziranju i logici. Ali u današnjem svijetu, događaji i prilike se brzo mijenjaju da svi ovi gore navedeni procesi gube značaj.

Pravilno definiranje problema ima mnoge prednosti, a ako ne definiramo problem u potpunosti tijekom njegovog rješavanja otici ćemo pogrešnim smjerom rješavanja i nepotrebno stvoriti nove probleme. Definiranju problema posvetimo dužnu pažnju i ne brzajmo. (http://www.portalalfa.com/business_hr_clanci/1542_Vjestina_rjesavanja_problema_klucna_meka_vjestina.pdf).

Kada pristupamo rješavaju problema, prvo ga je potrebno definirati. Jedna od tehnika da to savladamo je da dođemo do nekoliko definicija problema iz različitih izvora. Otegotna okolnost u rješavanju problema je to kada se prestravimo veličinom problema da ne znamo gdje započeti. Ako se problem razbije u nekoliko manjih dijelova, svaki od dijelova postaje rješiv zadatak i samim tim se možemo izboriti sa većim problemom (Arvaj, Kersten i Taslidžić-Herman, 2014).

Sljedeći korak je da razvijemo neke ideje. Postoje dva glavna izvora. Prvi je da pogledamo stare ideje: iskustvo, tradicionalne načine, stare načine razmišljanja, ono što je uspijevalo u sličnim situacijama. Drugo je da razvijamo nove ideje tako što ćemo koristiti stare načine razmišljanja, ali na novi način ili što ćemo stvoriti nove načine razmišljanja. Kad koristimo stare načine razmišljanja moramo biti pažljivi da ti načini ne postanu rutina. Da

bismo razmišljali na novi način treba pratiti sljedeći model: većina nas bi rekla da nije kreativna, više cijenimo logiku i razum nego intuiciju i kreativnost. Zapravo svi imamo kreativne ideje, ali izgleda da se njih sjetimo u čudnim situacijama, kao što je Arhimed u kadi ili kad se usred noći sjetimo posljednjeg rješenja u zagonetci ili tijekom rekreacije. Kad bismo pronašli način da više koristimo taj fenomen, razvili bismo svoju kreativnost. Nakon što smo stvorili nekoliko mogućnosti za rješavanje problema, vrijeme je da počnemo kritički donositi odluke i tako ulazimo u treću fazu – rješenje. Analiziranjem i skupljanjem ideja u smislene zakonitosti započinje proces pretvaranja ideja u moguća rješenja. Ipak, izbjegavajte nagle odluke, a opet zadržite sklonost ka brzim zaključcima koje ste provjerili.

Četvrta faza podrazumijeva maštovitu, umjetničku stranu našeg uma koju koristimo kad stvaramo vizije. Nakon što smo se odlučili o rješenju strategije, krenite u uspješnu provedbu. Ukoliko imate jasnu sliku o budućem uspjehu to će povećati šanse da provedba bude uspješna. Ukoliko ste u grupi ili ukoliko će vaše rješenje uticati na druge osobe, morate pronaći način da dijelite svoju viziju budućnosti sa njima, tako da i oni mogu sa vama raditi na putu ka cilju, a ne da odbijaju prihvatići promjene koje predlažete.

Peta faza je provedba, a šesta faza je učenje iz procesa i korištenje naučenih lekcija prema sljedećem problemu. Korištenje ovog procesa u praksi će se pokazati uspješnim u većini situacija u kojima rješavate probleme. To je svakako bolje nego da naglo donosite zaključke, pravite netočne pretpostavke, rješavate pogrešne probleme ili bježite od problema. Da biste bili kreativni morate uložiti više napora i znati riskirati. Svi mi ponekad razmišljamo rutinski; ali nekima će biti lakše da razbiju rutinu, a nekima će to biti teže (<https://szks.ba/wp-content/uploads/publikacije/02PrirucnikZaNastavnikeKreativnoRazmisljanjeRjesavanjeProblema.pdf>)

SASTAVNICE VJEŠTINE

Voditeljice putem Power point prezentacije prikazuju sudionicima korake/sastavnice vještine rješavanja problema:

1. definiranje problema (odrediti korijen problema, razlomiti veliki problem na više manjih itd.)
2. smisliti što više mogućih ideja rješavanja – budi kreativan, razmišljaj „izvan kutije“,
3. ideju pretvoriti u rješenje – odabratи ideju koja nam je najprihvatljivija,
4. provedba rješenja (strategija),

5. praćenje, dok se problem ne ukloni, uključujući i uvođenje potrebnih izmjena i dopuna,
6. učenje iz procesa i korištenje naučenih lekcija.

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

AKTIVNOST - ROBOT

Voditeljice zamole sudionike da zamisle problem dizajniranja robota koji pere i suši posuđe. Pokreće se diskusija u grupi te svatko iznosi svoju ideju kao rješenje ovog problema. Voditeljice potiču sudionike da razmisle o tome kako su pokušali riješiti taj problem. Postavljaju sudionicima pitanja npr. : Imate li iskustva u pranju posuđa? Imate li iskustva sa robotima? Obratite pažnju na riječ „robot“ – kako izgledaju roboti? Da li pretpostavljate da robot izgleda kao neki sistem ili kao industrijski alat ili ima čovječji oblik? Iskustvo koje većina nas ima u vezi sa robotima nas potiče na to da razmišljamo na taj rutinski uobičajeni način, a ne da ga zamislimo kao najjednostavniju perilicu za posuđe.

Na ovom primjeru voditeljice po koracima mogu demonstriraju vještinu rješavanja problema.

VJEŽBANJE VJEŠTINE I SAMOSTALNA UPOTREBA

Nakon demonstracije slijedi vježbanje vještine rješavanja problema tako što će svatko iznijeti koji problem ih muči te će prema navedenim koracima nastojati pronaći neko kreativno rješenje.

Nakon što je vježba završena, voditelji potiču kratku diskusiju o tome kakva su kreativna rješenja sudionici smislili te im drugi sudionici mogu u tome pomoći. Voditeljice ih pitaju da razmisle koliko i gdje im je naučena vještina može pomoći u privatno, ali i profesionalnom životu.

Voditelji usmjeravaju sudionike da ukratko ispričaju sve što su danas obrađivali na radionicici. Sudionike se potiče da sažmu vještinu, a također da kažu jesu li nešto novo naučili, hoće li moći nešto od naučenog primjenjivati u svakodnevnom životu i sl.

DOMAĆA ZADAĆA I NAJAVA SLJEDEĆE RADIONICE

Nakon sažimanja vještine, voditeljice zadaju domaću zadaću sudionicima, a to je da razmisle o svom stilu rješavanja problema.

Koji je vaš dominantni stil rješavanja problema? Jeste li po prirodi „rješavatelji“ problema ili ne?

Gospodica »Uzdah« je osobnost, koja kruži oko definicije problema, stalno uzdiše, koleba i okljeva te ne dospije na cilj.

Gospodin »Kritičar« zna točan odgovor, kako riješiti problem i stalno podsjeća ostale što rade krivo. On ne čini ništa, tako da problem ostaje neriješen.

Gospođica »Sanja« vidi cilj poput sjajne zvijezde. Sanja o velikim i predivnim rješenjima za problem, ali ih nikada ne pokušava provesti.

Gospodin »Željko« je čovjek, koji stalno stvara i nikada ne odustaje. Želi brzih akcija, umjesto da kreće u rješavanju problema. U isto vrijeme, uvijek postoji rizik da ne ide u pravom smjeru. U idealnom slučaju bi se ova osoba zaustavila, ustanovala korijen problema i odredila učinkovitu plan spašavanja. To je velika šteta, jer sigurno ima i više nego dovoljno motivacije, da postigne svoj cilj.

Zadatak je da sudionici razmisle o ovim različitim kategorijama te na slijedećem susretu ispričaju koji je njihov uobičajeni dosadašnji stil rješavanja problema.

Radionice samopredstavljanja na internetu i korištenje interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima

Na ovu temu provedene su dvije interaktivne radionice koje su za cilj imale razvoj vještina samopredstavljanja na internetu – osvještavanje toga koje informacije dijelimo na internetu o sebi i kakav dojam ostavljamo na druge ljude, uspješnije korištenje interneta u svrhu predstavljanja potencijalnim poslodavcima, zaštita osobnih podataka te učenje o sigurnom ponašanju na društvenim mrežama. Nadalje, mladima je objašnjena svrha poslovnih mreža i načini na koje se preko njih mogu predstaviti poslodavcima. Punoljetni korisnici mogli su izraditi ili unaprijediti vlastite profile na jednoj poslovnoj mreži. Svaka radionica organizirana je u trajanju od 60 minuta, a bile su prilagođene sposobnostima, mogućnostima i potrebama korisnika.

Radionica samopredstavljanja na internetu i korištenja interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima

1. radionica

Ciljevi susreta:

- upoznati korisnike s konceptom zaštite osobnih podataka na internetu
- demonstrirati vještine korištenja interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima
- potaknuti korisnike na vježbanje vještine i samostalnu upotrebu

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija
- digitalna brošura za korisnike

UVOD

Predstavljanje koncepta samopredstavljanja i njegovih sastavnica

Voditelji započinju aktivnost postavljajući par pitanja:

- Koje društvene mreže koristite?
- Znate li što se o vama može saznati preko društvenih mreža/interneta?
- Pazite li na privatnost podataka koje iznosite na internetu?

Svaki sudionik kratko odgovara na pitanja te prate odgovore drugih sudionika. Uočavaju se sličnosti i razlike u odgovorima. Tražimo korisnike da navedu primjere iz života – dobre i loše, a koji se tiču predstavljanja osoba na društvenim mrežama. Slijedi razgovor o tome kome su sve dostupne informacije koje učinimo javnim objavljivanjem na internetu i što nam to donosi.

Nakon početnih pitanja, voditelj predstavlja aktivnost u kojoj svaki sudionik treba ispuniti kratki kviz o tome koliko su njegovi podatci sigurni. Kviz se sastoji od par pitanja i usmjerjen je na siguran odabir lozinke. Daju se preporuke vezane za zaštitu podataka, uputimo korisnike da lozinke mijenjaju redovno, da one ne sadrže osobne podatke, da ih slažu od kombinacije znakova i slova i slično.

Voditelji dalje kratko predstavljaju područje sigurnog ponašanja na društvenim mrežama. Potičemo sudionike da iznose primjere iz svoga života. Razgovaramo o mogućim prijavama profila i razlozima za prijavu.

Voditelji u nastavku govore o predstavljanju poslodavcima preko interneta. Razgovaramo o razlozima korištenja interneta u te svrhe, prednosti takvog predstavljanja i njihovim iskustvima s predstavljanjem poslodavcima do sada. Ove teme povezujemo s trenutno aktualnom COVID-19 pandemijom i pojmom sve šire primjene korištenja interneta u te svrhe.

U nastavku govorimo o razgovorima za posao općenito i tome što je potrebno za dobru pripremu. Pojašnjava se primarna svrha razgovora (uvjeriti poslodavca da ponudi posao baš vama), daju se smjernice vezano za uobičajena pitanja. Dotičemo se i „teških pitanja“.

Smjernice za pripremu prije odlaska na intervju za posao:

1. Proučiti informacije o firmi/organizaciji/kompaniji
2. Proučiti informacije o radnom mjestu za koje se natječeš
3. Priprema informacija iz životopisa
4. Prije dolaska na intervju – higijena, točnost...
5. Pripremiti odgovore na neka uobičajena pitanja

Osvrnemo se na samu komunikaciju i predstavljanje poslodavcu te time sudionicima skrećemo pažnju na važnost usklađenosti naših poruka.

Najvažniji elementi prezentacije na razgovoru za posao:

- Sadržaj komunikacije – što i kako prenosimo poruku
- Paraverbalna komunikacija – ton glasa i brzina govora
- Neverbalna komunikacija – držanje i pokreti

Upoznajemo sudionike s uobičajenim načinima predstavljanja poslodavcima putem interneta – Linked In-om i korištenjem društvenih mreža u te svrhe. Dajemo osnovne informacije o platformi Linked-In i provjerimo njihovo iskustvo s tom platformom do sada. Razgovaramo o tome zašto su takve platforme korisne te potrebi postojanja takvih platformi s ciljem dijeljenja informacija vezanih za posao (u odnosu na dijeljenje privatnih informacija). U nastavku dajemo savjete vezano za korištenje tih platformi.

LINKED IN I DRUŠTVENE MREŽE – savjeti

1. Koristite osobni LinkedIn profil
2. Ažurirajte informacije
3. Koristite uglađene i profesionalne fotografije
4. Povezujte se s drugima
5. Naglasite svoje vještine
6. Izradite članke

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

Sudionike tražimo da se prisjete situacija kada njihove (ili tuđe) poruke nisu bile usklađene – kada su sadržaj komunikacije, paraverbalna i neverbalna komunikacija bile izvan balansa. Potičemo ih da razmisle i iznesu svoj stav o tome što im je bilo neobično u tom trenutku, čemu pripisuju takav nesklad te tome javlja li se to i kod njih samih.

Nadalje, sudionike potičemo da pokažu svoje profile (ukoliko ih imaju) te im voditeljice pokazuju svoje. Otvaramo par javno dostupnih profila i komentiramo što na njima nalazimo te kakav dojam ostavljaju na nas. Potičemo sudionike da izrade svoje profile ukoliko su za to zainteresirani.

VJEŽBANJE VJEŠTINE I SAMOSTALNA UPOTREBA

S ciljem uvježbavanje vještine sudionike zamolimo da odglume razgovor za posao u parovima. Pojasnimo da to može biti razgovor uživo ili online. Jedan član para ima zadatak postavljati pitanja iz perspektive poslodavca, dok drugi član para odgovara kao kandidat za radno mjesto. Nakon razgovora se osvrnemo na to kakvim pitanjima su se bavili, kakve odgovore je davao kandidat, kako su se oni osjećali u tim ulogama.

Radionica samopredstavljanja na internetu i korištenja interneta u svrhu predstavljanja poslodavcima

2. radionica

Ciljevi susreta:

- upoznati korisnike s osnovnim podatcima koje su potrebne u životopisu
- upoznati korisnike s korištenjem Europass platforme
- demonstrirati vještina izrade životopisa korištenjem Europass platforme
- potaknuti korisnike na vježbanje vještine i samostalnu upotrebu

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija
- digitalna brošura za korisnike

UVOD

Predstavljanje koncepta samopredstavljanja i njegovih sastavnica

Voditelji započinju aktivnost postavljajući par pitanja vezano za njihovo dosadašnje iskustvo s pisanjem životopisa – kako su izgledali ti životopisi, na koji način su ih oblikovali, koje podatke su uključivali u njih i slično. Sudionike upoznajemo s Europass platformom koja je besplatni skup online alata za predstavljanje vještina i planiranje učenja ili karijere u Europi, a koja im može pomoći da opišu svoje vještine, pronađu zanimljive poslove i mogućnosti za učenje, vode evidenciju svojih prijava te sastave životopise i motivacijska pisma.

Pojašnjavamo sudionicima da životopisom stvaraju sliku o sebi. Iz životopisa budući poslodavac steći će prvi dojam o všim znajima i vještinama, obrazovanju, radnom iskustvu i drugim postignućima, stoga je važno predstaviti se u najboljem svjetlu. Do dvije stranice dovoljne su da navedu sve relevantne informacije i prezentiraju se koncizno i profesionalno. Pojašnjavamo im da poslodavci jedan životopis obično čitaju

manje od 20 sekundi i da oni ponekad – ali tek nakon što im životopis potvrdi da su kvalitetan kandidat – potraže i profil na Linkedlnu, budući da on nudi puno širi kontekst. Životopis u svakom slučaju predstavlja prvi kontakt s budućim poslodavcem.

Dajemo sudionicima savjete vezano za izradu dobrog životopisa:

- jasno prikažite svoje iskustvo – kroz praktične primjere istaknite kako ste stekli vještine i iskustvo koji su relevantni za posao za koji se prijavljujete. Obratite pozornost na detalje i ključne riječi iz oglasa za slobodno radno mjesto te tome prilagodite životopis.
- prilagodite životopis oglasu – o odjeljku „O meni“ navedite podatke kako biste istaknuli zašto ste najbolja osoba za određeni posao. Usredotočite se na činjenice i glavne aspekte posla koji želite.
- neka bude čitljiv – jasan i jednostavan jezik. Koristite glagole poput „upravljati“, „razviti“, „povećati“ i sl.
- koristite obrnuti kronološki red – prvo navedite najnovija, a zatim starija iskustva. U slučaju dugih pauza u radu ili učenju pružite objašnjenje zašto je do njih došlo te kako ste tijekom razdoblja pauze ulagali u svoj profesionalni razvoj.
- pažljivo ga dotjerajte – prije slanja prekontrolirajte svoj životopis kako biste uočili i ispravili eventualne pravopisne i gramatičke pogreške, navedite e-adresu i dodajte svoju fotografiju (profesionalnog izgleda).

Razgovaramo o tome zašto je korisno koristiti i ranije spomenuti Linked-In i imati dobro izrađen životopis. Potičemo ih da vide primjenu u svom životu, ali se i trudimo biti sveobuhvatni s obzirom da primjena ovih alata ne donosi istu korist svim sudionicima. Neki od korištenja ovih alata mogu više profitirati, dok je kod drugih zbog manjka školovanja i radnog iskustva ovaj alat ne donosi do ispunjavanja punog potencijala. Razgovaramo o tome kako mogu koristiti društvene mreže za traženje jednostavnijih poslova, jesu li se susreli s takvim oglasima i slično.

DEMONSTRACIJA VJEŠTINE

Sudionike tražimo da izrade svoj Europass životopis. Izrađuju svoj profil i potičemo ih da ispune sve relevantne podatke. Sudionicima se pruža individualna podška pri izradi ukoliko je ona potrebna.

Nadalje, sudionike potičemo da pokažu svoje profile međusobno te im voditeljice pokazuju svoje i komentiramo sadržaje. Otvaramo par javno dostupnih životopisa i komentiramo što na njima nalazimo te kakav dojam ostavljaju na nas.

Radionice za učinkovito upravljanje osobnim financijama

Učinkovito upravljanje osobnim financijama tema je koja je obrađena u dvije radionice, a radilo se na način da su se korisnici upoznali s učinkovitim i redovitim upravljanjem osobnim financijama kroz korištenje alata – tablice u Microsoft Excellu. Nakon radionica, korisnici su izradili vlastitu tablicu i pomoću nje upravljali osobnim financijama. Svaka radionica organizirana je u trajanju od 60 minuta, a bile su prilagođene sposobnostima, mogućnostima i potrebama korisnika.

Učinkovito upravljanje osobnim financijama 1

8. online radionica

Ciljevi susreta:

- prikazati proces planiranja financijske stabilnosti
- razvoj vještina za uspješno upravljanje osobnim financijama

Očekivano trajanje: 60 minuta

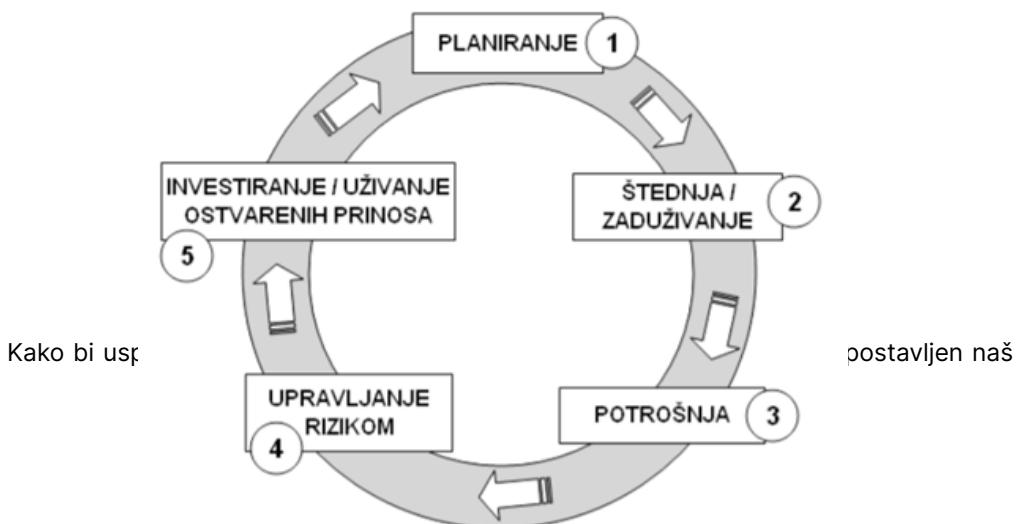
Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija
- Excel tablica

Upravljanje financijama omogućuje fizičkim osobama dostojanstven i slobodan život. Razina prihoda koju pojedinac ostvaruju ne znači nužno finansijsku slobodu ukoliko osoba ne zna upravljati tim prihodom. Kako navodi Buljan Barabača (2018), pojam osobnih financija odnosi se na finansijske performanse fizičkih osoba kao pojedinaca i širih zajednica, odnosno kućanstava kojima one pripadaju. Između ostalog, to je cijeloviti proces prikupljanja, upravljanja, raspodjele i trošenja novca (Nikolić, 1999; prema: Buljan Barabača, 2018).

Santini (2008, prema: Buljan Barabača, 2018) u svom priručniku „Vodič za razumijevanje kućnog budžeta i računovodstva“ navodi tri ciklusa u kojima teče život te načine na koji osobe raspoređuju financije. Prvi ciklus je mladost tijekom kojeg obitelj i društvo investiraju u mladu osobu i njezino obrazovanje. U ciklusu srednje dobi, osoba postaje radno sposobna, započinje svoju karijeru, a zarađene novce onda troše na potrepštine, zabavu, ulažu u vlastitu djecu te štedi za treći ciklus. U ciklusu treće dobi, polako se smanjuju aktivnosti u kojima osobe ostvaruju dohotke te raste udio slobodnog vremena i razonode.

Buljan Barabača (2018) osmisnila je ciklus financija fizičke osobe:



sustav vrijednosti tj. znati što je važno, poželjno i isplativo. To znači da je naš sustav vrijednosti temeljen na potrebama, a ne na željama. Npr. želja je odlazak u shopping nakon lošeg dana kako bi se oraspoložili iako nismo platili režije, a potreba je npr. poznavanje stranog jezika te je potrebna štednja za upisivanje tečaja.

PLANIRANJE

Upravljanje osobnim financijama započinje planiranjem vlastite finansijske budućnosti. Pri planiranju potrebno je pravilno postaviti ciljeve. Najpoznatiji i najčešće korišteni su SMART ciljevi.

S – specific/specifični

M - measurable/mjerljivi

A - attainable/ostvarivi

R - realistic/realni

T - time driven/vremenski ograničeni

Specifičnost ciljeva je ključna za postizanje uspjeha. Npr. „Želim biti bogat“ je loše postavljen cilj i vjerojatno će rezultirati neuspjehom. Dok cilj „Želim na svom bankovnom računu imati 100 000,00 kn“ predstavlja konkretni i mjerljiv cilj. Sljedeće o čemu treba voditi računa je da li je naš cilj ostvariv tj. objektivan. To znači da ukoliko nam je cilj previsok i nedostižan nema ga smisla postavljati, a isto tako nema smisla postavljati preniske ciljeve koji nisu izazov i motivacija. Vremenska dostižnost znači npr. „Štednjom 10% mojih prihoda za 10 godina ću imati 100 000,00 kn.“

PROCES UPRAVLJANJA OSOBNIM FINANCIJAMA

1. Procjena sadašnje finansijske situacije

Procjena sadašnje finansijske situacije daje jasniju sliku o tome koliko novca imamo, a koliko trošimo, od kuda novac dolazi, a kuda odlazi te koliko nam ostane na kraju mjeseca. Kako bi procijenili svoje sadašnje finansijsko stanje treba procijeniti svoje neto bogatstvo što znači oduzeti sve obaveze od svoje imovine. Imovina predstavlja automobil, stan, bicikl, računalo te gotov novac na računu, štednja, životno osiguranje i sl. Obaveze su sve ono što dugujete - dug po kreditima, nepodmireni troškovi kreditnih kartica, neplaćeni računi i sl.

2. Kreiranje proračuna

Proračun je financijski plan primanja i izdataka za razdoblje od mjesec dana (može se praviti i na kraći rok ili npr. na godišnjoj razini). Proračun pokazuje pravu sliku naše potrošnje i sastoji se od primanja i izdataka. Najlakše je pratiti kretanja primanja pomoću Excel tablice.

U tablici pod stavkom primanja idu sva redovita primanja: mjesечna plaća, mirovina, primanja od najma nekretnine, dječji doplatak i sl. I izvanredna primanja: dodatne plaće tj. bonusi, povremeni poslovi i sl.

- Izvori primanja su: plaće, mirovine, džeparac, novčani pokloni, stipendije, doplatci, stipendije, naknade za nezaposlene, alimentacija i sl.

Pod stavkom izdatci upisuju se svi troškovi koje smo dužni platiti. Mogu biti stalni (fiksni) i promjenjivi (varijabilni) – troškovi koji nisu ugovorenih (npr. izdatci za hranu).

Podjeli se izdatci u kategorije: Režije – voda, struja, grijanje, komunalno, pričuve, telefon i Internet. Domaćinstvo: namještaj, kućni aparati, sanitарне potrepštine. Hrana: namirnice, narudžbe, pekara, slatkiši, grickalice. Prijevoz: tramvaj, gorivo, parking. Osobno: odjeća, obuća, higijena, šišanje i sl. Izdatci i kategorije modificiraju se po potrebi.

- Potrebno je zapisivati sve izdatke i prihode svaki dan kroz najmanje mjesec dana kako bi dobili uvid u stvarno stanje osobnih financija. Nakon pregleda rezultata znati ćemo koji idući korak poduzeti. U slučaju manjka vjerojatno će biti potrebno zadužiti se, što je nepoželjan ishod. U slučaju viška poželjno je ostaviti novac za štednju i daljnja ulaganja. Oko 10% prihoda potrebno je ostavljati za štednju kako bi imali najoptimalnije rezultate. Postoji i treći ishod kada su prihodi jednaki troškovima što predstavlja pozitivnu nulu. Dobra stvar je što trošimo unutar mogućnosti, međutim ne preostaje nam iznos za štednju što dugoročno nije dobro.

VJEŽBA – EXCEL TABLICA

Korisnicima se prikaže Excel tablica koja im može pomoći u upravljanju vlastitim financijama. Zadatak im je u tablicu unijeti vlastite prihode i rashode te proučiti koje su mane i prednosti njihovog upravljanja financijama.

Učinkovito upravljanje osobnim financijama 2

9. online radionica

Ciljevi susreta:

- ponoviti proces planiranja finansijske stabilnosti
- razvoj vještina za uspješno upravljanje osobnim financijama
- načini i mogućnosti štednje

Očekivano trajanje: 60 minuta

Potrebni materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- Power point prezentacija

UVOD – PONAVLJANJE SADRŽAJA S PRVOG DIJELA RADIONICE

S korisnicima usmeno ponovimo što smo radili zadnji put kroz postavljenje pitanja:

- Zašto su važne osobne financije?
- Što nam omogućuju osobne financije?
- Što smo saznali upisivanjem podataka u Excelicu?

AKTIVNOST – ŠTEDNJA

Za uvod u temu korisnici se trebaju prisjetiti razloga štednje koje su imali u prošlosti. Slijedi rasprava o tome jesu li njihove štednje bile uspješne, koji su razlozi uspjeha/neuspjeha i što su naučili iz cijelog procesa.

ŠTEDNJA

Nakon uvida u osobne financije i stvarno stanje, dolazimo do odluke o štednji. Štedjeti se može na razne načine.

- Štednja u banci: moguće je štedjeti na osobnom računu na što se ne dobivaju kamate ili je moguće oročiti štednju na određeni rok i od banke se dobiva dodatni iznos na oročenu štednju tj. kamate. Danas kamate na različite štednje iznose

ispod 1%, što znači da je dobitak na štednju gotovo nikakav, a u kontekstu oročene štednje znači da novce ne možete podići dok za to ne istekne rok.

- Štednja u stambenoj štedionici: ugovara se u stambenoj štedionici na određeni rok i ugovara se način uplate, najčešće mjesecačna uplata. Danas su kamate na štednje i u kunama i u eurima, neisplative odnosno kamate su ispod 1%, no postoje određene pogodnosti, ako se nakon stambene štednje ulazi u stambeni kredit. U tim slučajevima, kamate za otplatu kredita su povoljnije i stabilnije.
- Štednja u dobrotvornom mirovinskom fondu – to je štednja za treću životnu dob. Većina osiguravajućih društava, poput npr. Croatia osiguranja, omogućuje građanima mirovinsku štednju. Ono što je važno napomenuti je da sredstva na osobnom računu člana fonda ne mogu biti predmetom ovrhe te da članstvo u fondu ne prestaje prekidom radnog odnosa. Ovakav način štednje, između ostalih, namijenjen je onim osobama koje žele dodatna primanja uz mirovinu iz obveznog mirovinskog osiguranja. Na stranicama Croatia osiguranja postoji kalkulator putem kojega osobe mogu izračunati iznos koji mogu uštedjeti za mirovinu (upisuju se godišnje uplate te vremensko razdoblje uplata, npr. 20 godina).
- Štednja u društvima za osiguranja - životna osiguranja su suvremeni oblik štednje i zaštite od nepredvidivih događaja. Najisplativija su grupna i obiteljska osiguranja. Pogodnosti i uvjeti ovise o osiguravajućoj kući, vrsti osiguranja, ugovorene premije, provizije agenta i sl. Određena osiguravajuća društva nude odabir visine rate, premije kao i vremenskog okvira osiguranja. Nakon isteka ugovorenog trajanja osiguranja raspolažete cijelom svotom, ukoliko osiguranje nije bilo iskorišteno.

DEBITNE I KREDITNE KARTICE

Debitne kartice su platne kartice transakcijskih računa (tekući, devizni i žiro račun) koje izdaju banke. Uporaba kartice je uvjetovana osiguranim pokrićem (novcem na računu) za izvršavanje transakcije u trenutku njenog zadavanja. Na tekućem računu se može koristiti dozvoljeno prekoračenje (minus). To je iznos koji banka stavlja na raspolaganje klijentu te se ugovara ukoliko osoba ima redovna primanja. Banka odobrava iznos prema procjeni korisnika najviše u visini tri prosječna redovna primanja. Plaća se kamatna stopa na korištenje minusa koja varira od banke do banke, ali prosječno oko 10 % godišnje.

Kreditne kartice ne uvjetuju korisnika s osiguranim pokrićem za izvršavanje transakcije. Vrste kartica su revolving kartice i kartice s automatskom podjelom troškova na otplate rate. Revolving kartica ima odobren kreditni limit koji određuje banka ili kartičarska kuća ovisno o kreditnoj sposobnosti klijenta. Iznos se može koristiti za plaćanje roba i usluga te podizanje gotovine. Korisnik odabire postotak iskorištenog kredita koji će mjesечно

otplaćivati (min. je 3%), uglavnom se ugovara 5 ili 10%. Na taj iznos se dodaje kamatna stopa koja ovisi o banci (oko 10%).

Najpoznatije kreditne kartice su: MasterCard, Visa, American Express i Diners. Imaju razne mogućnosti otplate na rate i odgode plaćanja. Izdavanje ovisi o kreditnoj sposobnosti korisnika.

VJEŽBANJE – RAČUNANJE KAMATA NA KREDIT

Kamate su naknada koju plaća banka štediš za uloženi novac ili korisnik kredita banci za posuđen novac.

Računa se: iznos kredita x kamatna stopa x razdoblje (godine)

Primjer 1.

Nina je uložila 5 600kn na štedni račun. Godišnja kamatna stopa na štednju u toj štedionici je 2%. Koliki iznose kamate ukoliko odluči štedjeti jednu godinu? Koliko iznose kamate ukoliko odluči štedjeti dvije godine?

Primjer 2.

Hrvojevi su roditelji uzeli kredit od 30 000, 00 kn uz kamatnu stopu od 7 % na 10 godina. Koliko iznose kamate na taj iznos kredita?

Razvoj poduzetničkih vještina

Razvoj poduzetničkih vještina obrađen je kroz četiri radionice – teme su obuhvaćale generiranje ideja i pokretanje poslovnog pothvata. Svaka radionica organizirana je u trajanju od 60 minuta, a bile su prilagođene sposobnostima, mogućnostima i potrebama korisnika. Iz radionica nastao je priručnik koji olakšava pokretanje vlastitog posla.

Poduzetništvo kao način razmišljanja

Postoje brojne definicije poduzetništva i poduzetnika. Iako se poduzetništvo uglavnom povezuje s pokretanjem poslovnog pothvata, poduzetništvo je pojам koji ima puno šire značenje. Poduzetništvo je način razmišljanja i djelovanja koji se odnosi na aktivno, inovativno i odgovorno ponašanje. Bez obzira čime se bavimo i što radimo u životu, moramo biti poduzetni (aktivni, inovativni i odgovorni za odluke koje donosimo). Jedna od osam temeljnih životnih kompetencija, koje definira Europska unija, upravo je poduzetništvo gdje se ono definira kao sposobnost pretvaranja ideja u akciju koja uključuje kreativnost, inovativnost i preuzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima s ciljem ostvarivanja zacrtanih ciljeva.

Možemo si postaviti pitanje, poznajemo li u okolini proaktivne i kreativne ljude? Poduzetna osoba može biti i ona koja nije vlasnik poslovnog subjekta. Poduzetna osoba može biti lječnik, umirovljenica, student ili Vaša majka... Umirovljenica koja ima mala mjesecna primanja, mora biti jako kreativna prilikom rasporeda svog kućnog budžeta. Ona upravlja s ograničenim resursima. Uključena je u rad udruge umirovljenika, čime potiče socijalno umrežavanje i aktivno doprinosi boljitetu zajednice kojoj pripada. Dok u slobodno vrijeme voli izrađivati igračke za djecu iz susjedstva i na taj način izražava svoju kreativnost.

Jedna od najopćenitijih definicija poduzetništva definira poduzetništvo kao proces u kojem se gradi nešto gotovo ni iz čega. Možemo reći i da je poduzetništvo proces u kojem ljudi uočivši povoljnu priliku, koriste resurse kako bi kreirali promjenu i stvorili novu vrijednost.

Poduzetnik je nositelj poduzetničkog procesa. To je osoba koja uočava priliku, koristi resurse i stvara novu vrijednost. Potrebno je spojiti, te primijeniti individualno i kolektivno, ponašanja, vještine, atribute koje osoba posjeduje u svrhu svladavanja visoke razine nesigurnosti i kompleksnosti koje ga okružju. Prilikom svladavanja izazova koje donosi okruženje, mogu se stvoriti nove poslovne ideje.

Poduzetničke osobine

U izazovnom okruženju poduzetnici uočavaju prilike koji drugi ne vide, preuzimaju rizik i kreiraju inovativna rješenja. Iako, ni svaki uspješni poduzetnik ne posjeduje baš sve poduzetničke vještine i osobine, istraživanja su pokazala da gotovo svi posjeduju neke od sljedećih karakteristika presudnih za uspjeh. Neke od najvažnijih poduzetničkih osobina donosimo u nastavku.

Motivacija – osobe koje imaju visoki potencijal za poduzetništvo su visoko motivirane, energične i ne boje se puno raditi. Uvijek su zaposleni, dinamični i predani poslu koji obavljaju do kraja. Razina njihove motivacije je odraz želje za postignućem, željom za autonomnošću i vodstvom u razvoju i provođenju kompleksnih projekata ili poduhvata. Kreativnost – osobe imaju veliki broj ideja i inovativni pristup rješavanju problema. Na život gledaju drugačije od okoline, promatrajući prilike oko njih. Njihova inovativna tendencija pomaže im u osmišljavanju ideja koje će rezultirati novim proizvodima, uslugama i servisima, kao i umjetničkim rješenjima, novim poslovima i neobičnim poslovnim partnerstvima.

Ukalkulirani rizik – potrebno je razmišljati oportunistički i definirati ciljeve koje poduzetnik želi postići. Ono podrazumijeva određene rizike koje nosi sa sobom – njihovo vrijeme, financije i odnose. Osoba koja preuzima ukalkulirani rizik ima sljedeće karakteristike: donošenje odluka iako nema sve potrebne i potpune informacije, samosvjesni su svojih kapaciteta i kompetencija, analitički promišljaju i evaluiraju koristi koje mogu ostvariti provođenjem određenih aktivnosti, orijentirani su postizanju ciljeva, postavljaju si izazovne, ali ostvarive ciljeve.

Ambicioznost – orijentirani su prema budućnosti, svjesni svojih znanja, sposobnosti, ali i nedostataka, imaju veliku želju za izvršenjem zadataka, efektivno pristupaju upravljanju vremenom, kontinuirano teže postizanju dobrih rezultata, spremni su braniti svoje ideje i stavove, odgovorni su i ustrajni, ne predstavlja im problem dug i naporan rad kako bi postigli ono što žele.

Autonomija – žele neovisnost, preferiraju samostalni rad ako ne mogu biti vođe u timu, imaju jaku želju za izražavanjem, odnosno potrebu da stvari budu onako kako su oni

zamislili, teško prihvaćaju tuđe inicijative, biraju individualizam prije rada s nekim ili u grupi, ne vole naredbe, rade vole oni preuzeti inicijativu i odgovornost te naređivati drugima. Nemaju problem isticati se u masi, zapravo ponosni su na to što su drugačiji od drugih. Imaju svoje mišljenje i žele ga podijeliti s drugima. Odlučni su, često i tvrdogлавi u želi za ispunjenjem njihovih interesa.

Predanost i upornost – smatra se da su predanost i upornost važnije od ostalih osobina poduzetnika jer omogućavaju poduzetniku svladavanje prepreka, a mogu i značajno nadomjestiti neke druge slabosti poduzetnika

Odlučnost i samopouzdanost – uspješni poduzetnici vjeruju u sebe, vjeruju u uspjeh i postignuće te smatraju da je to pod njihovom kontrolom. Nezadovoljni su statusom quo i neumorni su pokretači novih aktivnosti. Spremni su na učenje iz pogrešaka, ne boje se neuspjeha već ga koriste kao izvor i način učenja.

Visoki interni "locus of control" – poduzetnici imaju visoku razinu internog lokusa kontrole što znači da vjeruju kako oni imaju kontrolu nad sudbinom i oni kreiraju svoju sreću. Zapravo oni samouvjereni kontroliraju što se događa u njihovom životu, drže se svojih resursa i vjeruju kako su sami zaslužni za uspjeh koji su ostvarili u životu. Proaktivni su, preuzimaju odgovornost nad problemima i uspješno ih rješavaju, imaju snažnu želju za kontrolom i vjeruju kako će rezultati biti pokazatelj truda koji su uložili.

Poduzetničke vještine

Vještine koje poduzetnici posjeduju su ono što se edukacijom i treningom može naučiti.

Vještina uvjeravanja - očituje se već pri prezentiranju poslovne ideje obitelji i prijatelja. Od iznimne je važnosti prilikom pronaleta poslovnih partnera, investitora i kreditora. Prezentacijske i komunikacijske vještine pomažu poduzetniku kako bi uvjerili druge u svoju ideju ili postojeći poslovni pothvat.

Pregovaranje – dobavljači često imaju moć nad kupcem. Upravo vještinom dobrog poslovnog pregovaranja poduzetnik može ostvariti uvjete poslovanja koji odgovaraju njegovoj finansijskoj situaciji. Također, pregovaranje je nužno prilikom dogovaranja poslova, odnosno prodaje proizvoda/usluga koje poduzetnik nudi kupcima.

Strateško razmišljanje – potrebno je razmišljati i kreirati kratkoročne i dugoročne ciljeve. Nakon postavljanja ciljeva, važno je odrediti strategije rasta i razvoja. Postoji veći broj strategija rasta kojima poduzetnik može krenuti u realiziranje postavljenih ciljeva, ali važno je gledati „širu sliku“. Kada kažemo šira slika, mislim na okruženje i promjene

koje se događaju kupcima, dobavljačima, što kažu donositelji politika, te kako će to sve utjecati na razvoj poslovanja.

Artikuliranje ideja – poduzetnici prepoznaju prilike gdje ih drugi ne vide. Prilike se mogu izrodit iz vlastite potrebe, ali i uočene potrebe zajednice kojoj pripada. Koliko je važno prepoznati priliku i osmisiliti ideju, istu važnost ima i jasno artikuliranje poslovne ideje. Pod artikuliranjem ideje podrazumijeva se znati objasniti kako je nastala ideja, kome je namijenjena te koji problem rješava.

Donošenje odluka – ne može se svatko nositi s teretom donošenja odluka. Često poduzetnik nema sve potrebne informacije, ali odluku mora donijeti na temelju onih informacija koje posjeduje. Poduzeće može biti mikro veličine, ali odluke koje donosi poduzetnik ne utječu samo na njega. Ono za posljedicu ima utjecaj na obitelj poduzetnika, a ako se radi o poduzeću koje ima zaposlenih, tada posljedice osjećaju zaposleni, ali i njihove obitelji.

Društveno umrežavanje – umrežavanjem pojedinaca i zajednica poduzetnik stvara važan kapital koji mu olakšava poslovanje. Kaže se kako je važnije koga poznajemo od onoga koliko sami znamo. Ne možemo biti eksperți u svakom području, ali ako poznamo osobu koja to zna, brzo ćemo riješiti izazovi koji je pred nama. Umrežavanje je također korisno zbog razmijene iskustava i učenja na tuđim primjerima.

Pogreške poduzetnika početnika

Poduzetnici početnici često zbog nedostatka znanja, ali i brzopletosti čine početne pogreške koje se kasnije pokažu kao presudne za neuspjeh u poslovanju zbog čega većina start-up poduzeća, do pete godine poslovanja, je prisiljena zatvoriti poduzeće. Koje su to početničke pogreške start-up poduzeća?

Ne ispituju tržište jer istraživanje tržišta smatraju gubitkom dragocjenog vremena. Idealiziraju svoj pothvat te smatraju kako će i drugi biti oduševljeni idejom. Zbog zaljubljenosti u svoju ideju, prave najveću pogrešku – ne istražuju postoji li potražnja za njihovim proizvodom/uslugom. Ako i naprave površno istraživanje tržišta, mišljenja su kako im poslovni plan ne treba. Kako kažu: "...sve oni to imaju u glavi." Poslovni plan izrađuju jedino za potrebe kreditiranja ili prijave na potpore. Čak i tada plate konzultantima koji im napišu poslovni plan umjesto njih. Kriva procjena prihoda i troškova je treća najčešća pogreška poduzetnika početnika. Očekuju nerealno visoke prihode u prvim godinama poslovanja. Problem im je formirati cijene te kopiraju konkurenčiju bez da znaju zašto su njihove cijene formirane na taj način. Također, često ulaze na tržište s nižim cijenama od konkurenčije jer smatraju kako će na taj način lakše penetrirati na

tržište. Prilikom procjene troškova, zanemaruju (svjesno ili ne) osnovne troškove. Odličan primjer je gospodin Ivo Krivić. On otvara ugostiteljski objekt za pripremu i prodaju topnih i hladnih napitaka. Gospodin Ivo je pripremio poslovni plan koji je morao dostaviti u svrhu odobrenja kredita od banke. Nakon što je dobio odbijenicu, upitao je u čemu je problem. Nije uvrstio najveći trošak. Ugostitelj Krivić nije uvrstio mjesecni trošak punjenja svog kafića. Što će prodavati ako ne kupi od dobavljača hladne napitke, kavu i ostalo?

Često poduzetnici traže najpovoljnije računovodstvo, što je potpuno krivo. Osoba koja će biti zadužena za vođenje poslovnih knjiga mora biti kvalitetna te joj poduzetnik mora vjerovati. Računovođa nakon dugogodišnjeg rada za Vas, o Vama zna više nego Vaša obitelj. Upravo zato je nužno izgraditi kvalitetan odnos pun povjerenja.

Prilikom pokretanja poslovanja razmišljaju o visini investicije koju moraju uložiti kako bi uopće započeli s poslom, ali ne razmišljaju o obrtnim sredstvima potrebnim za poslovanje tijekom prvih par mjeseci. Ako ne ostvare dobru prodaju od samog početka što je prava rijetkost, neće imati za kupovinu sirovina, isplatu plaće, trošak režija, porez i doprinose,... Ući će u krug dugovanja, iluzija i nadanja što u konačnici, neće biti dobro. Ako nemaju za obrta sredstva, teško je povjerovati kako će imati za daljnji razvoj poslovanja. Takvi problemi vode zatvaranju poduzeća u prvoj i drugoj godini poslovanja. Kako bi pokrili obrtna sredstva i dugove koje imaju pristaju na zaduživanje s nepovoljnim kamatama i sklapaju nepovoljne uvjete s poslovnim partnerima samo kako bi opstali na tržištu. Međutim, na taj način još dublje upadaju u začarani krug iz kojeg se rijetko tko izvuče.

Druga krajnost je nemogućnost realne procjene svojih mogućnosti. Poduzetnici prihvaćaju velike narudžbe ili si zadaju kratke rokove koje zatim ne mogu ispuniti. Na taj način gube kupce i šire loš glas o sebi. Ponekad treba znati reći ne kupcu jer ste procijenili kako nećete moći isporučiti traženo u zadanom vremenu ili traženu količinu. Kako bi mogli isporučiti velike količine, od samih početaka zapošljavaju veći broj od onog što njihova likvidnost može podnijeti. Troškovi plaće su veliki. Početnici često nisu svjesni koliko će to finansijski iscrpiti njihovo poduzeće.

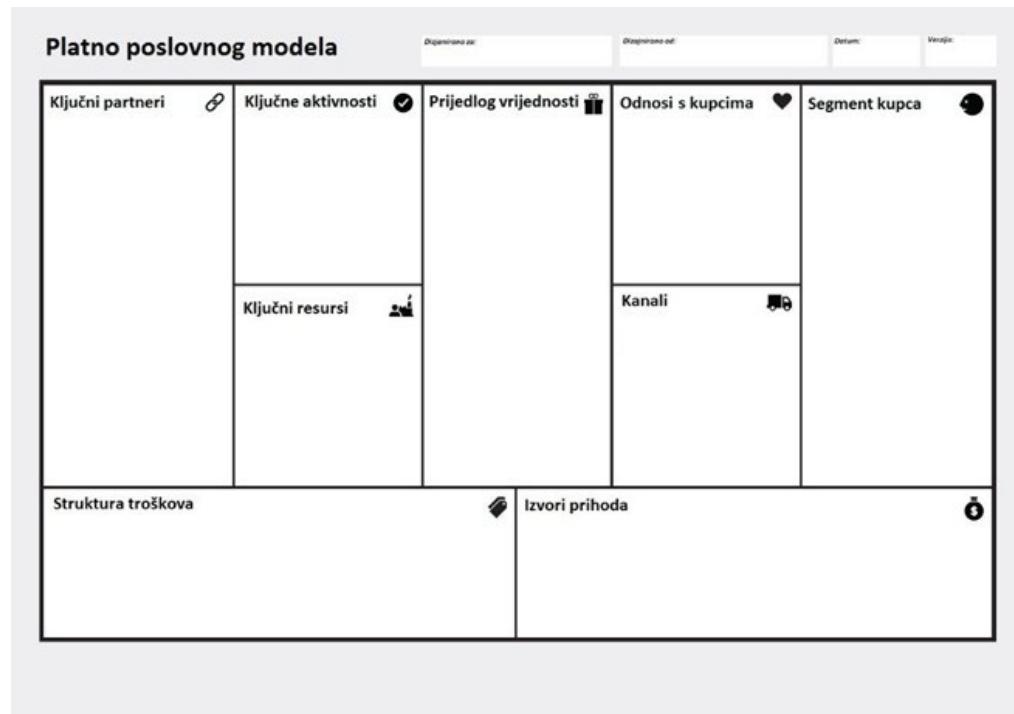
Poslovni model kao temelj poslovnog planiranja

Poslovni model je plan poduzeća ili dijagram koji pokazuje kako će se ono natjecati na tržištu, koristiti svoje resurse, strukturirati odnose, razviti mrežu svojih kupaca i stvoriti vrijednosti koji će omogućiti stvaranje profita. Ono je nacrt za strategiju koja se može provesti kroz organizacijske strukture, procese i sustave.

Poslovni modeli nastaju na osnovi lanca vrijednosti. Lanac vrijednosti se sastoji od niza aktivnosti koji vode proizvod od sirovine, kroz proizvodnju i distribuciju do krajnjeg

korisnika. Sastoje se od primarnih i pomoćnih aktivnosti. Primarne aktivnosti u lancu vrijednosti su ulazna logistika (inputi), operacije (aktivnosti unutar tvrtke), izlazna logistika (outputi), marketing i prodaja te usluge. Pomoćne aktivnosti su infrastruktura poduzeća, menadžment ljudskih resursa, tehnološki razvoj i nabava. Kako bi se lanac vrijednosti učinio efikasnijim, važno je razumjeti gdje se može stvoriti dodana vrijednost. Može se fokusirati na jednu primarnu aktivnost u lancu, na jednu od pomoćnih aktivnosti ili na vezu između dvije faze lanca vrijednosti.

Polazimo od četiri osnovne komponente poslovnog plana: temeljne strategije, strateški resursi, mreža partnerstava i odnosi s kupcima i dolazimo do obrasca koji je raščlanio ove četiri komponente i detaljnije ih analizira.



Glavni cilj poslovnog modela i alata koji se zove Business model Canvas, odnosno platno poslovnog modela je definirati vrijednost koju pružate sa svim glavnim sastavnicama koje čine vaše poslovanje (ključni partneri, ključne aktivnosti, ključni resursi, odnosi s kupcima, kanali, segment kupca, struktura troškova, izvori prihoda).

Ovaj alat omogućava vizualizaciju poslovnog modela. Sastoji se od devet dijelova koji se nazivaju građevni blokovi:

Segmenti kupaca

Za koga radimo to što radimo? Tko je naš najvažniji segment kupca?

- Masovno tržište (veliki broj kupaca sa sličnim potrebama)
- Tržišna ništa (vrlo specifično/specijalizirano tržište)
- Segmentirano tržište (različite ponude vrijednosti za neznatno različite tržišne segmente)
- Tržišna raznolikost (tržišni segmenti koji su potpuno različiti (bez zajedničkih karakteristika))
- Višestrana platforma ili tržište (dva ili više različitih, ali međusobno zavisnih tržišnih segmenata)

Ponuda vrijednosti

Koju vrijednost mi pružamo kupcu? Koji problem/potrebu rješavamo? Što nudimo pojedinom tržišnom segmentu?

- Noviteti
- Performansa (bolja u odnosu na konkurenčiju)
- Customization
- Dizajn
- Brend/status
- Cijena
- Smanjenje troškova
- Smanjenje rizika
- Pristupačnost
- Jednostavnost korištenja

Kanali

Kroz koje kanale doći do kupaca? Koje kanale trenutno koristim/moja konkurenčija? Koji kanali su najbolji? Koji kanali su troškovno najučinkovitiji?

Faze:

- Informiranje (kako podići svijest o našem proizvodu/usluzi?)
- Evaluacija (kako pomoći našim kupcima da nas evaluiraju?)
- Kupovanje (na koji način se može kupiti naš proizvod/usluga?)
- Isporuka (kako isporučiti ponuđenu vrijednost?)
- Post-prodajne usluge (kakvu uslugu nuditi nakon prodaje?)

Odnosi s kupcima

Kakav odnos ustaviti s našim kupcima? Kakav odnos oni očekuju? Uklapa li se i kako u naš poslovni model? Je li cjenovno prihvatljiv?

Vrste odnosa:

- Osobna asistencija (sa stvarnom osobom prilikom prodaje)
- Predana osobna asistencija (pružanje posebne pažnje određenom kupcu)
- Samoposluživanje
- Automatizirano posluživanje
- Zajednice (korisnika)

Prihodi

Na koji način naplatiti ponuđenu vrijednost? Što je najučinkovitije? Kako kupci žele platiti?

Ostvarivanje prihoda je moguće kroz:

- Prodaju proizvoda/usluga
- Plaćanje prema uporabi
- Pretplate
- Pozajmice/najam/leasing

- Licenciranje
- Naknade za posredništvo
- Publicitet

Ključni resursi

Koje ključne resurse zahtjeva pružanje naše ponude vrijednosti? Naši kanali distribucije? Odnosi s kupcima?

Ključni resursi obično bivaju:

- Fizički resursi – zgrade, strojevi, oprema, vozila
- Intelektualni resursi – brend, patenti, autorska prava, baze podataka
- Ljudski resursi – najvažniji resurs
- Financijski resursi – kapital, krediti, jamstva, zajmovi

Ključne aktivnosti

Koje ključne aktivnosti moramo poduzeti za našu ponudu vrijednosti? Distribuciju? Odnose s kupcima? Prihode?

Ključne aktivnosti mogu biti:

- Proizvodnja – što i kako proizvoditi, dizajn, količine, kvaliteta
- Rješavanje problema – nova potencijalna rješenja za naše kupce
- Umrežavanje/platforma – uglavnom se odnosi na djelatnosti koje pružaju usluge, ine platforme; često u području menadžmenta, promocije i sl.

Ključni partneri

Tko su naši ključni partneri? Ključni dobavljači? Koje ključne resurse dobivamo od partnera? Koje ključne aktivnosti partneri izvode?

Zašto je važno ostvariti partnerstva:

- Optimizacija i ekonomija razmjera – najosnovniji odnos tvrtke i dobavljača, optimizirana uporaba resursa

- Umanjenje rizika i nesigurnosti – „zajedno smo jači“, udruživanje u snažna partnerstva s ciljem smanjenja tržišne nesigurnosti
- Akvizicija određenih resursa i aktivnosti – potreba za bazama podataka, licencama i sl.

Struktura troškova

Koji su (najvažniji) troškovi našeg poslovnog modela?

- **Struktura troškova:**

- Temeljena na trošku – fokus je smanjenje troškova, automatizacija i out-sourcing
- Temeljena na vrijednosti – fokus je ponuda vrijednosti

- **Osobine troškova:**

- Fiksni troškovi – ne ovise o obujmu proizvodnje
- Varijabilni troškovi – ovise o obujmu proizvodnje

Unutar svakog građevnog bloka pokrivate jedan dio vaše ideje ili organizacije, a sadržaj građevnog bloka dobivate odgovorom na pitanja koja od vas traže promišljanje i istraživanje. Ispunjavanjem svih građevnih blokova kreira se slika vašeg poslovnog modela koju ste opisali na logičan, inovativan i promišljen način.

Poslovni plan – vodič za poslovanje

Poslovni plan je pisani dokument kojim jasno određujemo ciljeve poslovanja i sažeto opisujemo kako ćemo postići navedene ciljeve. Korisno je sredstvo za početak i vođenje poslovanja jer sadrži sve neophodno – od prodajne strategije do finansijskih predviđanja. Kao svaki dobar „prodajni“ alat (zašto ga tako zovemo, vidjet ćete u nastavku), potrebno je prikazati u čemu se razlikujete od drugih. Morate biti informativni, istiniti, kratki i kompaktni. Izuzetno je važan prvi dojam jer najčešće investitori čitaju samo sažetak.

Postoje interni i eksterni razlozi pisanja poslovnog plana. Interni razlozi su kada osnivač/vlasnik želi detaljno promisliti o svakom segmentu poslovanja. Ponekad vrijednost budućeg ili postojećeg pothvata želimo prikazati drugima, bili oni ulagači, kreditorji ili poslovni partneri. Ono nam zapravo predstavlja eksterni razlog pisanja poslovnog plana.

KOME PIŠEMO POSLOVNI PLAN?

Zapravo, kome je on bitan?

- Izrađuju ga poduzetnici (osnivači, vlasnici) kao obveznu zadaću. Važno je razumjeti kako poslovni plan onog trena kada se isprinta već je zastario. Nije dovoljno napraviti ga te trajno spremiti u ladicu. Kada vlasnik izgubi fokus, potrebno je podsjetiti se ciljeva koje je postavio u poslovnom planu, ali i metoda kojima je planirao postići željeno. Ako je pratio poslovni plan, ali nije ostvario planirano, mora ga revidirati ili napisati novi.
- Kada poduzetnik ulazi u poslovna partnerstva, profesionalno i jednostavno rješenje predstavljanja svog budućeg ili postojećeg pothvata je poslovni plan. Iz njega je razvidna ideja, ciljevi i finansijska struktura, sve što budućeg poslovnog partnera zanima.
- Poduzetnici početnici često posežu za investorima koji će uložiti određeni iznos u pokretanje ili razvoj poslovanja, ali za uzvrat žele dio vlasništva ili prihoda tvrtke. Uobičajena je praksa tražiti poduzetnika dehidrirani poslovni plan kako bi dobili bolji uvid u ideju, ali i održivost što je bitno za investitore. Mora biti realan, a ideja izvodiva. Također, ulagači moraju prepoznati veće alternative finansijskog povrata nego ulagačkog rizika.
- Kada poduzetnik traži kredit od banaka, neophodni element u „moru“ dokumentacije je upravo poslovni plan.
- Poslovni plan je poput osobne iskaznice nekog poduzeća. Kada god predstavljate svoju tvrtku ili poslovnu ideju, potkrijepite ispričano poslovnim planom. Nekada za prezentaciju imate svega nekoliko minuta, ali poslovni plan možete ostaviti, a ta osoba ukoliko je zainteresirana iz njega će iščitati sve ono što niste prezentirali, a nužno je znati.

OSNOVNI ELEMENTI POSLOVNOG PLANA

Četiri su osnovna elementa poslovnog plana, a to su: ljudi, prilika, kontekst te rizik/uspjeh. Ljudi su prvi element. Zašto? Potreban je tim koji pokreće i vodi posao. Neophodni su i partneri koji osiguravaju osnovne usluge, druge resurse i slično. Drugi element je sama poslovna ideja, odnosno prilika. Postoji li tržište? Odnosno ciljna skupina kojoj možete prodati uslugu/proizvod. Ima li tržište prostora za rast? Koliko će brzo rasti i hoće li to biti dovoljno za održivost tvrtke? Potrebno je promatrati kontekst, tako zvanu „širu sliku“ okruženja u kojem djelujemo. Moramo biti upućeni u regulative koje se odnose na nas i naše kupce, kamatnu stopu, demografiju, inflaciju,... Promjene na koje poduzetnik ne može utjecati, ali upravo te promjene utječu na njegovo poslovanje. Kako pisanje poslovnog

plana treba prethoditi pokretanju novog pothvata, često potencijalni poduzetnici ili oni postojeći vide kako je rizik prevelik, a šanse za uspjehom nedovoljne. Potrebno je puno istraživanja kako bi napisali poslovni plan, također izrađuju se i financijska predviđanja. Poduzetnici postanu svjesni neodrživosti svoje ideje ili nedovoljnog istraživanja tržišta i okoline prilikom pisanja poslovnog plana. Često prepoznaju kako sada nije pravo vrijeme za pothvat koji žele ili se sama ideja pokaže kako nije dobra poslovna prilika.

VRSTE POSLOVNIH PLANNOVA

Postoji tri vrste poslovnog plana:

- Sažeti poslovni plan,
- Potpuni (detaljni) poslovni plan,
- Operativni poslovni plan.

Sažeti poslovni plan pisan je na 10 do 15 stranica. Najveću ulogu imaju poduzetnicima početnicima za testiranje poslovne ideje. Potpuni, detaljni poslovni plan služi poduzetnicima početnicima za traženje financijskih sredstava. Sadrži 25 do 35 stranica, a dobar je i kao nacrt za vođenje posla. Pravi alat za vođenje poslovanja je operativni poslovni plan. Pisan je na 40 do 100 stranica. Namijenjen je internim čitateljima – odnosno vlasniku i zaposlenicima.

Tko treba izraditi poslovni plan? Konzultant ili vlasnik?

Vlasnik je osoba čija je ideja. Konzultant nema mogućnost prilagođavanja novim spoznajama tijekom rada. Investitor ne daje novac konzultantu već vlasniku. Vlasnik i njegov tim prilagođavaju poslovni plan spoznajama koje otkrivaju tijekom rada. Prilikom pisanja, razvija se razumijevanje koliki je rizik ulaska u pothvat, razvija se predanost i raste entuzijazam. Konzultant može biti u ulozi savjetnika, voditi vlasnika i tim kroz proces pisanja, ali nikako ne smije biti taj koji je napisao poslovni plan. Najbolja opcija je sinergija konzultanta, vlasnika i tima jer se upravo tada postižu najbolji rezultati. Iako, važno je znati kako dobar poslovni plan nije garancija za uspješan poslovni pothvat.

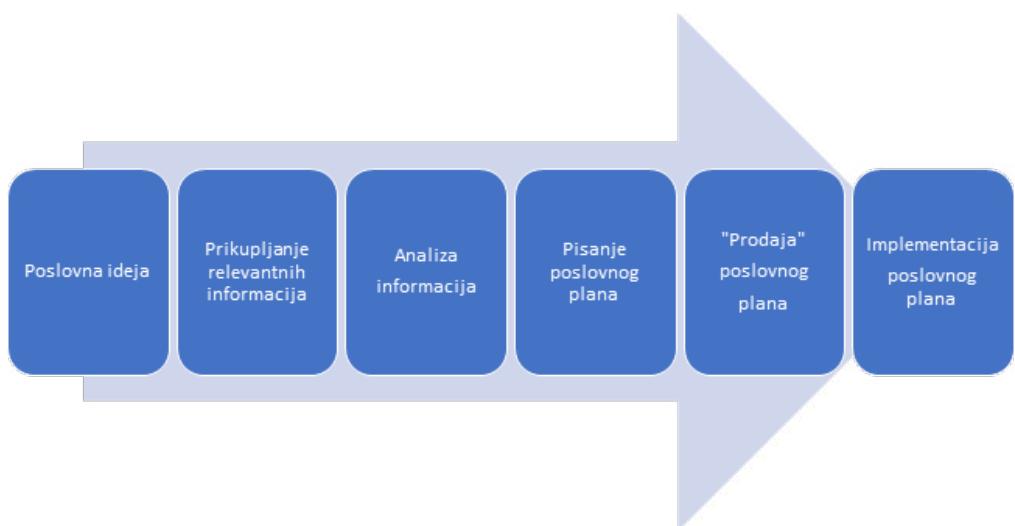
PROCES POSLOVNOG PLANIRANJA

Važno je kroz pisanje poslovnog plana istražiti radi li samo o ideji ili je riječ o stvarnoj poslovnoj ideji. Dok je ideja misao i impresija, prilika je set okolnosti koji stvaraju potrebu za novim proizvodom/uslugom. Karakteristike dobre poslove prilike su: atraktivnost, trajnost, pravodobnost te daje li Vaš proizvod/usluga vrijednost kupcu/korisniku. Sljedeći korak nakon analiziranja ideje je istraživanje tržišta i okoline. Budući poduzetnik mora

biti svjestan koje prilike i prijetnje ga okružuju. Kako bi znao na kakvo tržište izlazi, on mora istražiti tko su mu kupci, dobavljači, trenutni i budući konkurenti i kakve zamjenske proizvode ili usluge kupac može uzeti umjesto odabira upravo njegovog proizvoda. Analizom relevantnih informacija, poduzetnik će dobiti jasnu sliku kakvo je stanje na

tržištu. Tko su njegovi kupci, kakva je njihova platežna moć, kojeg su spola, koliko imaju godina i koje su njihove preferencije. Važno je znati tko ima veću moć – dobavljač sirovine ili poduzeće. Ako imamo samo jednog dobavljača sirovine koja nam je neophodna za proizvodnju, dobavljač postavlja uvjete i cijenu koju on želi. Kada poduzeće ima više mogućih dobavljača, on postavlja uvjete koji njemu odgovaraju.

Zašto se treba bojati buduće konkurenциje više od trenutne? Kada izlazite na tržište, na sve moguće načine dolazite do informacija o poslovanju postojećih konkurenata. Proučavate njihove prednosti i nedostatke kako bi izbjegli njihove pogreške i kreirali konkurenčku prednost drugačiju od njih. Upravo na taj način će netko analizirati Vas, proučavati vaše poslovanje i pokušati biti bolji na tržištu od Vas.



Nakon što ste prikupili potrebne informacije, potrebno je sve staviti na par listova papira – odnosno napisati poslovni plan. Kada ste napisali dobar poslovni plan, vrijeme je da ga koristite kao učinkoviti prodajni alat. Pritom se misli na „prodaju“ ideje poslovnim partnerima, investitorima ili kreditorima.

Zadnji, ali i ne manje važan korak je sama implementacija poslovnog plana. On mora služiti kao alat za vođenje poslovanja. Kada se ne postižu željeni ciljevi, vlasnik mora provjeriti kako su to planirali u poslovnom planu. Uvijek dobro dođe kao podsjetnik kojim metodama su vlasnik i njegov tim zamislili da će se doći do željenih rezultata.

SAŽETAK

Ono je prvo i najčešće jedino što investitori čitaju – kratak opis svega što ste unijeli u poslovni plan. Mora biti kratak (ne duži od jedne stranice), jasan i zanimljiv. Upravo je dobar sažetak Vašeg poslovnog plana „prodajni alat“ kojim se borite za opstanak.

OPIS DJELATNOSTI, PODUZEĆA I PROIZVODA/USLUGE

Kada opisujete poduzeće, potrebno je reći ime poduzeća. Koja je misija, vizija te koji su to kratkoročni i dugoročni ciljevi poduzeća. Iznimno je važan pravni oblik registriranja. Nakon općenitih informacija, potrebno je objasniti čime se poduzeće bavi te koja je njegova konkurentska prednost u odnosu na konkurenčiju. Što Vi nudite – što su Vaši proizvodi i usluge? Koje su koristi Vaših proizvoda/usluga i zašto će ljudi kupovati baš od Vas.

ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA I ANALIZA

Analiza tržišta sastoji se od tri analize: kupaca, dobavljača i konkurenčije. Kada govorimo o analizi kupaca nije dovoljno nabrojati kupce. Potrebno je opisati njihove karakteristike, starosnu dob, visinu prihoda, navike, kakva je njihova pregovaračka moć, jesu li pravne ili fizičke osobe...

Analizom dobavljača važno je definirati tko su glavni dobavljači, kakva je njihova pregovaračka moć, jesu li domaći ili inozemni, imate li dogovorenou poslovnu suradnju i slično. Pored kupaca i dobavljača, sljedeća važna karika u lancu je konkurenčija. Tko su glavni, postojeći konkurenti, koja je Vaša prednost u odnosu na njih, kako ćete se nositi s budućom konkurenčijom te postoje li supstituti Vašem proizvodu/usluzi koju nudite.

MARKETING PLAN

Novi koncept u marketingu pod nazivom SAVE zamijenio je prijašnji 4P.

SAVE

Solution (vs. Product)

Access (vs. Place)

Value (vs. Price)

Educate (vs. Promotion)

Potrebno je predstaviti koje rješenje nudite kupcu/korisniku Vašeg proizvoda i/ili usluge. Kojim kanalima planirate doći do Vaših kupaca. Hoće li to biti prodaja putem Internet trgovine ili ćete imati poslovnicu, hoćete li prodavati isključivo društvenim mrežama ili od „vrata do vrata“. Koja je vrijednost koju pružate korisnicima usluge i/ili proizvoda. Četvrti element SAVE koncepta je zamijenio promociju. Radi se o edukaciji. Danas više

nego ikada je nužno educirati potencijalne korisnike jer u moru informacija te zasićenom tržištu moraju prepoznati koje su dobrobiti onoga što im prodajete.

PLAN PROIZVODNJE I OPERACIJA

Važno je odrediti lokaciju poduzeća, te poslovni prostor. Od lokacije i veličine ovise i drugi troškovi koji su nužni za kalkulaciju. Hoće li prostor biti u zakupu ili vlasništvu, ima li potrebe za uređenjem, što je u blizini lokacije, zašto baš ta lokacija. Ako je u pitanju proizvodnja, što je sve od opreme potrebno. Na koji način će se obavljati proizvodnja (shema strojeva, jedna smjena, dvije ili tri).

MANAGEMENT TIM

Možete li sve sami? Kakvi ljudi i koliko Vam treba za sada? Koja znanja i vještine trebaju posjedovati te gdje ćete ih pronaći. Jesu Vam potrebni stalni ili povremeni zaposlenici, hoćete li ih moći platiti.

KRITIČNI RIZICI, PROBLEMI, PRETPOSTAVKE

Potrebno je napraviti tri scenarija – odnosno plana. Prvo, što ako bude bilo sve po planu. Koji su kratkoročni, a koji dugoročni ciljevi. Drugi scenarij, što ako bude bolje od očekivanog. Hoće li vlasnik i poduzeće moći podnijeti brzi rast i ekspanziju. Ima li vlasnik strategiju za rast i razvoj, hoće li širiti assortiman ili tržište. Treći scenarij je ako prihodi ne budu u visini očekivanih ili se dogodi promjena u okruženju koja će se negativno odraziti na poslovanje. Važno je pripremiti se što u takvim situacijama. Kako poduzetnik ne bi bio iznenaden i izgubljen onda kada se takve situacije dogode.

FINANCIJSKI PLAN

Sadrži:

- Izvor kapitala – koliko je potrebno kapitala za početnu investiciju i prvu godinu poslovanja i koji je izvor kapitala (vlastiti izvor – štednja, posudba od obitelji i/ili prijatelja, potpore grada, županije, države, kreditiranje, investitor);
- Popis opreme – popis nužne opreme potrebne za početak poslovanja – od uređenja prostora za rad, strojeva i opreme do potrošnog materijala;
- Procjena prihoda – kalkulacija prihoda koje će poduzeće ostvariti u prvoj godini;
- Procjena troškova – trošak rada, zaposlenika, sirovina, materijal, režijski troškovi, potrebno je uvrstiti fiksne i varijabilne troškove koje će poduzeće imati u prvoj godini poslovanja;
- Očekivana dobit – potrebno je sučeliti prihode i troškove kako bi se dobila očekivana dobit. Poduzetnici početnici imaju najveći problem s procjenom prihoda i troškova. Prilikom procjene prihoda očekuju velike iznose koji nisu realni, dok u troškove ne uvrste ni nužne troškove kao što je kupnja sirovine koja je neophodna za rad i prodaju.

PLANOVI ZA BUDUĆNOST

Planovi za budućnost podrazumijevaju kratkoročne i dugoročne planove koji su odraz održivosti i strategije za rast i razvoj poduzeća. Kada pričamo o rastu, mislimo na širenje asortimana, otvaranje novih poslovnica, razvoj novih kanala distribucije, izlazak na inozemno tržište i slično.

DODACI

Dobro je priložiti slike, skice, sheme strojeva, proizvodnog pogona, pisma namjere dobavljača i poslovnih partnera, reference... sve ono što jača kredibilitet poduzetnika i njegovog rada pred ulagačima.

Zaključak

Poduzetništvo je način razmišljanja i djelovanja koji se odnosi na aktivno, inovativno i odgovorno ponašanje. Bez obzira čime se bavimo i što radimo u životu, moramo biti poduzetni. Poduzetništvo je sposobnost pretvaranja ideja u akciju koja uključuje kreativnost, inovativnost i preuzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima s ciljem ostvarivanja zacrtanih ciljeva. Postoje prepoznавajuće poduzetničke vještine, ponašanje i karakteristike. Svatko ih može potaknuti do određenog stupnja, kroz učenje i razvoj željenih vještina. Poduzetničko ponašanje može se demonstrirati u različitim kontekstima. Poduzetna osoba je ona koja je proaktivna, odgovorna, uključena u rad zajednice u kojoj živi, kreativna i inovativna. Dok je poduzetnik osoba koja je nositelj poduzetničkog procesa. Poslovni model je neophodan korak prije kreiranja poslovnog plana. Ono je dijagram koji pokazuje kako će se ono natjecati na tržištu, koristiti svoje resurse, strukturirati odnose, razviti mrežu svojih kupaca i stvoriti vrijednosti koji će omogućiti stvaranje profita. Nacrt je za strategiju koja se može provesti kroz organizacijske strukture, procese i sustave. Najpopularniji vizualni alat je Business model Canvas. Poduzetnika vodi u kreiranju adekvatnog poslovnog modela kroz 9 elemenata, od ponude vrijednosti do strukture troškova. Poslovni plan je zadnji korak prije realizacije poslovnog pothvata. On mora biti realan, iskren i objektivan. Potrebno je prikazati kako ste svjesni visine ulaganja u poslovni pothvat. Također, bez ulaganja vlastitog novca, odnosno vlastitog rizika, teško ćete dobiti povjerenje investitora i kreditora. Preopćenito i opširno definiranje veličine tržišta, te nedovoljno istraživanje rezultira nerealnim projekcijama koje će našteti pokretaču poslovnog pothvata. Nerealne financijske projekcije brzo će dovesti do neodrživosti. Loše utemeljen poslovni plan nije od koristi ulagačima, ali ni samom vlasniku. Pokretanje vlastitog poslovnog pothvata je izazovno. Samozapošljavanje je put koji vodi kroz uspone i padove, ali sloboda i zadovoljstvo koju poduzetnik osjeti svakim uspjehom koji ostvari je vrijedna napora i rizika.

Radionice za izradu projektnog prijedloga

Ovo područje rada s mladim počiniteljima kaznenih djela uključivalo je provedbu tri radionice vezane za uspješnu pripremu projektnog prijedloga. U okviru ovih radionica korisnici su stekli praktična iskustva i potrebna znanja i vještine za izradu pojedinih dijelova projektnog prijedloga i sudjelovanje u prijavi istih na dostupne natječaje. Svaka radionica organizirana je u trajanju od 60 minuta, a bile su prilagođene sposobnostima, mogućnostima i potrebama korisnika. Radionice su održane u organizaciji Volonterskog centra Osijek.

Ciljevi susreta:

Upoznavanje sudionika s osnovnim koracima u izradi projekata kao alata razvoja zajednice

Očekivano trajanje: tri radionice u trajanju od po 60 minuta

Zadaci:

- Upoznati sudionike s osnovnim pojmovima vezanima uz projekte u zajednici i rad u zajednici
- Povećati razumijevanje o civilnom društvu, ulozi i značaju organizacija civilnog društva te ulozi i angažmanu pojedinca (kroz udruge, volontiranje i sl.) u društvenom razvoju
- Predstaviti osnovne pojmove i načine pripreme projekta
- Informirati sudionike o metodama prikupljanja sredstava za projekte od općeg dobra
- Informirati sudionike o važnosti i načinima praćenja i vrednovanja provedbe programa/projekata/aktivnosti u zajednici

Metode rada:

- Prezentacija, primjeri iz prakse, rad u malim skupinama, kreativne tehnike, diskusija u plenumu

Ishodi učenja:

- osnovno razumijevanje koncepta razvoja zajednice i važnosti projekata u razvoju zajednice
- osnovno razumijevanje djelovanja organizacija civilnog društva i njihove uloge u zajednici te prepoznavanje prilika za uključivanje građana u rad za opće dobro kroz udruge i volonterski angažman
- osnovno prepoznavanje elemenata projektnog ciklusa: opis problema i potreba, svrha i ciljevi, aktivnosti i rezultati, proračun, praćenje i evaluacija
- osnovno prepoznavanje koraka i procesa izrade projekata: od analize problema i potreba u zajednici do provedbe projekta.

Potrebni materijali:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu
- LCD projektor, laptop
- papiri, markeri, post-it papirići, flip-chart

UVOD

Uvodna aktivnost upoznavanja:

- predstavljanje programa i načina rada
- kratko predstavljanje voditelja (dosadašnje iskustvo relevantno za temu) i kratko predstavljanje udruge iz koje voditelj dolazi (kao uvod u prvu temu)
- predstavljanje sudionika: ime, interesi, dosadašnje iskustvo u volontiranju i/ili udruzi (kao uvod u prvu temu)

VJEŽBA 1. RAZVOJ ZAJEDNICE, CIVILNO DRUŠTVO, VOLONTIRANJE:

Kroz interaktivnu diskusiju sudionike upoznati s osnovnim pojmovima vezanim uz civilno društvo (definicija, važnost), organizacije civilnog društva i njihova uloga u razvoju zajednice, što je volontiranje i koje su dobrobiti volontiranja za pojedinca i zajednicu.

PITANJA ZA DISKUSIJU:

Koje udruge poznajete? Što te udruge rade? Je li vam poznat pojam civilno društvo? Što znate o organizaciji koja organizira radionicu? Što je vaša prva asocijacija na riječ „volonter/ka“? Imate li iskustvo volontiranja? Gdje ste volontirali i kakvo je za vas bilo to iskustvo?

Voditeljica sumira odgovore sudionika te kroz prezentaciju predstavlja osnovne pojmove: zajednica i razvoj zajednice, civilno društvo, organizacije civilnog društva, volontiranje.

Civilna zajednica je društvo građanja, njihovih inicijativa, skupina i organizacija koja imaju svoj vlastiti ustroj, upravu, neprofitni status, u svoje aktivnosti uključuju volontere, a građani ulaze u njihovo članstvo na dobrovoljnoj osnovi. Temeljne vrijednosti su im sloboda izbora i udruživanja, autonomija djelovanja, izgradnja socijalnog kapitala, promicanje humanizma, nenasilja, uvažavanja različitosti, osobne i društvene odgovornosti, poštovanje ljudskih prava i sloboda.

Volontiranje dobrovoljno ulaganje osobnog vremena, truda, znanja i vještina kojima se obavljaju usluge ili aktivnosti za dobrobit druge osobe ili za zajedničku dobrobit, bez postojanja uvjeta isplate novčane nagrade ili potraživanja druge imovinske koristi za obavljeno volontiranje. Kroz volontiranje se građani aktiviraju, razvijaju odgovornost, kreativnost i toleraciju, stvaraju se nove vrijednosti i bolja kvaliteta življenja. Tako društvo postaje humanije, s zdravijim i kvalitetnijim društvenim odnosima i ekonomičnije zadovoljava svoje potrebe.

Zajednicu čini spoj osobnih odnosa, grupa, mreža, tradicija i uzoraka ponašanja koji postoje između onih koji dijele zajedničku fizičku okolinu, društveno-gospodarske uvjete te zajednička shvaćanja i interes. Kroz aktivizam, zajednica postaje održiva, odnosno stabilna socijalna, gospodarska, fizička i kulturna infrastruktura, postoji trajna mogućnost za zadovoljavanje ljudskih potreba i promicanje dobrobiti zajednice. U osnaženoj zajednici, ljudi su zadovoljni s onim to rade i kako se zabavljaju te je takva zajednica pravična, odnosno nudi jednake mogućnosti za zapošljavanje, rješavanje stambenih pitanja i pristupa uslugama.

Rad u zajednici proces je pomaganja usmjeren poboljšanju zajednice poduzimanjem zajedničke akcije, a podrazumijeva rješavanje općeg problema (zapošljavanje, organizacija slobodnog vremena, stambeno zbrinjavanje...), problema određene ciljane skupine (žene, starije osobe, osobe s invaliditetom, mladi počinitelji kaznenih djela...). Radnici u zajednici su aktivisti, stručnjaci (profesionalci, volonteri) imaju ulogu poticati, kreirati i podržavati aktivne pojedince i grupe na participativan i demokratski način.

Što se volontiranja tiče, njegov značaj za građane je u podizanju samopoštovanja, učenja socijalnih vjšetina, mogućnosti utjecanja na društvene promjene, nova znanja, vještine i poznanstava. Na taj način moguće je ostvariti prva profesionalna iskustva, korisno provesti slobodno vrijeme i osjećati zadovoljstvo koje proizlazi iz pomaganja drugima.

Nakon upoznavanja s civilnim društvom, volontiranjem i zajednicom, sudionicima je predstavljeno što je projekt, koja je njegova osnovna struktura i što ga čini uspješnim.

OSNOVNI ELEMENTI PROJEKTNOG PRIJEDLOGA

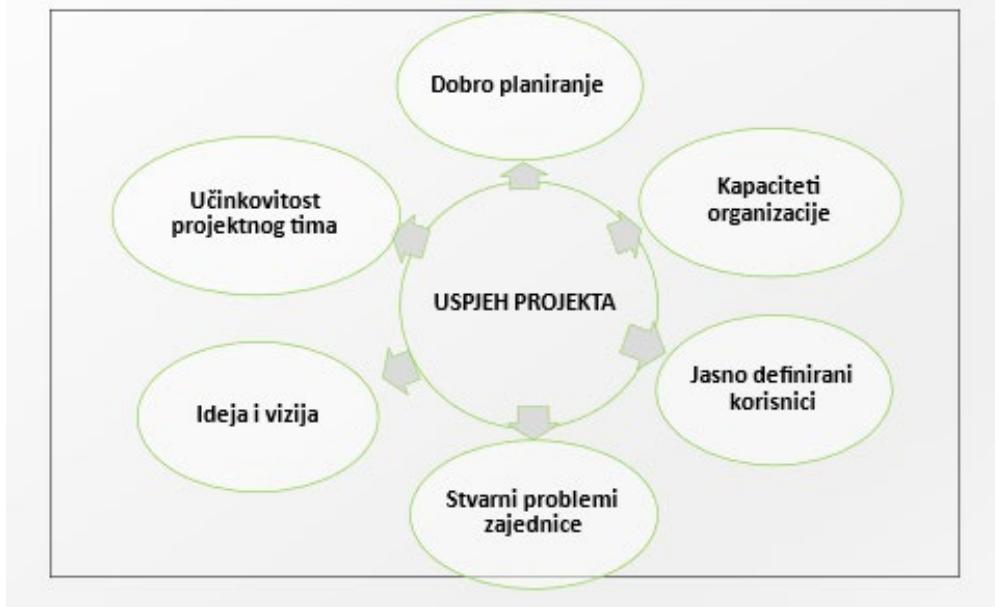
Pitanja za uvodni razgovor u temu:

Što vam prvo pada na pamet kada čujete riječ „projekt“? S obzirom na to da se u zadnje vrijeme u medijima često spominju projekti, što vam je poznato o projektima? Jeste li vi osobno sudjelovali u nekim projektima? Što znate o projektu u kojem sada sudjelujete? Što biste rekli da je svrha projekata?

- Iz odgovora sudionika slijede objašnjenja osnovnih elemenata projekta kroz prezentaciju: definicija projekta i koja je svrha projekata u zajednici, što je ključno za uspješan projekt, osnovni elementi projektnog prijedloga, u najkraćim crtama objasniti kako se projekti prijavljuju na natječaje i tko sve objavljuje natječaje (lokalna i regionalna samouprava, ministarstva, EK).

Projekt je sredstvo organiziranja međusobno povezanih aktivnosti, odnosno konkretnih akcija koje vremenski traju kroz godinu ili dvije dana, a mora sadržavati plan, jasan i određen proračun te ugovor između svih dionika. Projekti imaju standardnu strukturu – opći podaci o organizaciji/instituciji i partnerima, sažetak projekta, opis problema i potreba, ciljane skupine/korisnike, ciljevi, aktivnosti i metode, rezultati, evaluacija, održivost, proračun, prilozi i popratna dokumentacija.

USPJEŠAN PROJEKT



Slika 1. Shematski prikaz uspješnog projekta

PLANIRANJE I RAZVOJ PROJEKTA

- Predstaviti korake u planiranju i pripremi projekta: analiza problema i potreba, definiranje ciljeva, razvoj aktivnosti i definiranje rezultata.
- Objasniti važnost usklađenosti projekta s problemima i potrebama u zajednici.

Što se same strukture projekta tiče, uvod o organizaciji treba sadržavati osnovne informacije o povijesti, interesima, kapacitetima, dosadašnjim rezultatima i ugledu organizacije.

Opsi problema odnosi se na širi i uži kontekst problema, što se ostvaruje kroz analizu postojeće situacije i problema na nacionalnoj i lokalnoj razini te opis glavnog te specifičnih problema na koje projekt odgovara. U ovom je koraku potrebno i definirati potrebe ciljne skupine. Način na koji treba razmišljati o problemu je sljedeći: Zašto je problem važan i koje su njegove socijalne posljedice? Koje su posljedice zapostavljanja tog problema? Može li se reći da će se problemi povećati u bliskoj budućnosti? Na koga sve on utječe i koje su potrebe tih ljudi? Koje je područje djelovanja?

Osim određivanja problema, korisno je i mapirati zajednicu, jer to je alat koji pomaže ispričati priču o zajednici, odnosno daje jasniju sliku o životu koji se u njoj odvija. Predstavlja identificiranje „imovine“ zajednice, mogućnosti i prilika, potreba i potencijalnih resursa koji mogu odgovoriti na prepoznate probleme. Također, to je učinkovita metoda angažiranja ljudi u zajednici.

Što se tiče ciljeva projekta, oni se odnose na **promjene** koje želimo postići planiranim projektom. U opisu ciljeva koristimo glagole Osigurati, Poboljšati, Povećati, Smanjiti... Ciljevi se razlikuju prema tome što želimo postići ili promjeniti dugoročno i to čini opći cilj projekta, dok su specifični ciljevi one promjene koje želimo postići ili održati kratkoročno. Prilikom definiranja ciljeva, praktično je koristiti „SMART“ metodu. Riječ je o kratici nastaloj od engleskih riječi Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time defined, što redom znači specifični, mjerljivi, dostižni, realni i vremenski određeni.

Primjer ciljeva prezentira voditeljica:

- Opći cilj/svrha: Povećati broj građana uključenih u volonterske aktivnosti na području Osječko-baranjske županije

Specifični ciljevi:

- Unaprijediti znanja i razinu informiranosti o važnosti i vrijednosti volontiranja kod mladih u dobi od 18 do 30 godina kroz edukacije o volonterstvu i volonterske akcije
- Osnažiti kapacitete organizacija i ustanova za uključivanje volontera u svoj rad kroz sustavnu podršku razvoja kvalitetnih volonterskih programa.

VJEŽBA 2. ANALIZA PROBLEMA I POTREBA U ZAJEDNICI

Podjeliti sudionike u manje skupine.

Napomena: sudionici do kraja radionice rade u istim malim skupinama tako da će svaka skupina izraditi okvir projektne strategije.

Razmislite o vašoj zajednici u kojoj živate te o problemima i potrebama mladih u vašoj lokalnoj zajednici. Posebno se osvrnite na specifične probleme i potrebe mladih počinitelja kaznenih djela. Napišite sve probleme na papir i/ili predstavite zajednicu odnosno probleme mladih kroz crtež. Nakon toga grupe predstavljaju svoje uratke. Voditelj facilitira diskusiju o problemima i potrebama do kojih se došlo kroz rad u malim skupinama.

- Predstaviti svrhu projekta. Objasniti razliku između općeg i specifičnog cilja te kako jasno formulirati ciljeve.

VJEŽBA 3. DEFINIRANJE CILJEVA

Pogledajte ponovo probleme i potrebe koje ste prepoznali u zajednici. Odaberite jedan do tri na koji želite odgovoriti te opišite promjenu koju želite ostvariti kroz jedan opći i dva do tri specifična cilja. Vodite računa da ciljevi budu realni, specifični, dostižni u određenom vremenskom razdoblju i mjerljivi odnosno da možete dokazati da ste ih uistinu realizirali.

Nakon toga grupe predstavljaju ciljeve koje su definirali. Sudionici iz ostalih skupina daju povratnu informaciju o smislenosti i jasnoći ciljeva. Voditelj facilitira diskusiju te na kraju daje prijedloge za poboljšanje i smjernice za definiranje projektnih ciljeva.

Ciljane skupine i krajnji korisnici opisuju se prema karakteristikama relevantnim za projekt: dob, spol, obrazovanje, status, radno iskustvo, psihosocijalne karakteristike, vještine i druge socijalne i geografske karakteristike. Potrebno je odrediti približan broj ciljane skupine i krajnjih korisnika. Ciljanu skupinu čine pojedinci ili skupine na koje će projekt direktno utjecati direktno sudjeluju na projektu!

Primjer ciljane skupine:

Ciljane skupine su

- Mladi od 18 do 30 godina s područja grada Osijeka motivirani za volontiranje, ukupan broj 20-25
- Predstavnici udruga i ustanova koje žele postaviti volonterske programe i uključiti volontere u svoj rad, njih ukupan broj 20-25

Za opis aktivnosti potrebno je dati odgovore na sljedeća pitanja: Što je svrha/cilj aktivnosti? Kome je namijenjena? Koliko će ljudi obuhvatiti? Gdje će biti provedena i kojom metodologijom? Koji su razlozi za odabir određene metodologije? Tko će ju provesti? Kada će se dogoditi i koliko traje? Koji su resursi potrebni za provedbu aktivnosti?

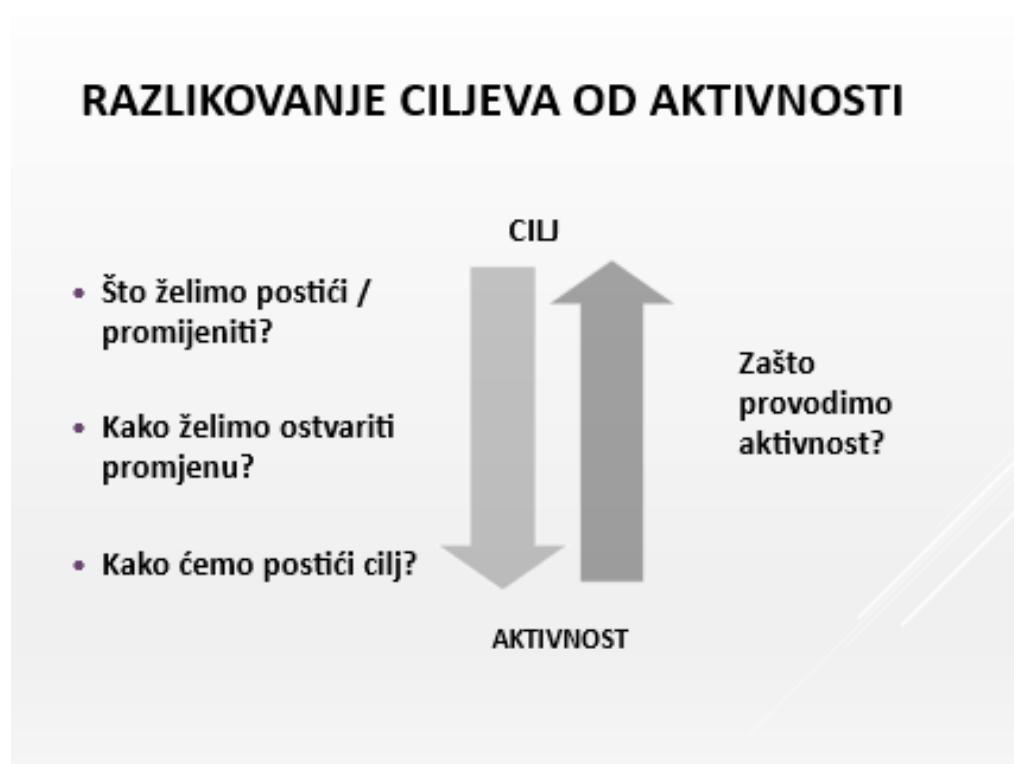
VJEŽBA 4: DEFINIRANJE AKTIVNOSTI, CILJNIH SKUPINA I REZULTATA

Kako ćete ostvariti definirane ciljeve? Koje su to aktivnosti koje vode ostvarenju svakog od definiranih ciljeva? Tko sudjeluje u aktivnostima? Opišite aktivnosti kojima ćete ostvariti ciljeve. Razmislite o ciljanim skupinama svake od aktivnosti koju ste naveli. Što će biti ostvareno nakon što provedete aktivnosti? Navedite min 1-2 rezultata uz svaku od definiranih aktivnosti.

Grupe predstavljaju svoje projektne strategije. Voditelj facilitira diskusiju.

Dodatna pitanja za diskusiju: Koju promjenu očekujete za ciljanu skupinu nakon što provedete aktivnosti/projekt? Što očekujete kao promjenu u zajednici od vašeg projekta? Koga biste sve uključili u provedbu? S kim biste surađivali? Od koga možete tražiti podršku u zajednici za vaše projekte?

Važno je razlikovati ciljeve od aktivnosti, što se može činiti zbunjujuće na prvu, budući da obje komponente projekta govore o svrsi projekta. Slijedi grafički prikaz koji jednostavno objašnjava razliku:



Slika 2. Razlikovanje ciljeva od aktivnosti

Primjer aktivnosti na projektu mogu biti: informiranje volontera o projektu, jednodnevna radionica „Biti volonter“, osmišljavanje i provedba volonterskih akcija, završna priredba za volontere. Projektne aktivnosti obično se prate kroz tablice aktivnosti:

TABLICA AKTIVNOSTI

Godina 1														
Aktivnost	Mjeseč 1	Semestar 1						Semestar 2						Odgovorna osoba
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Primjer	prv er												Prvjer	
Pripremne aktivnosti (1. nivo)													Lokalni partner 1	
Izvršne aktivnosti (1. nivo)													Lokalni partner 2	
Pripremne aktivnosti (2. Nivo)													Lokalni partner 3	
Etc.														

Slika 3. Primjer tablice aktivnosti

Rezultate definiramo kao sve direktne ishode aktivnosti – usluge i proizvodi koje organizacija osigurava ili je osigurala svojim korisnicima, ostvarena promjena, korist, učenje ili neka druga posljedica koja se pojavila kao direktni rezultat aktivnosti. Izražavaju se u prošlom vremenu i mogu biti kvalitativni i kvantitativni. Primjer ishoda/rezultata:

- Minimalno 600 volontera informirano o projektu
- 20-25 volontera sudjelovalo u radionici „Biti volonter“
- 80% sudionika volontera unaprijedilo znanja o važnosti i vrijednosti volontiranja
- 15-20 volontera sudjelovalo u osmišljavanju 4 volonterske akcije
- Provedene 2 volonterske akcije
- 40-50 volontera sudjelovalo u 2 volonterske akcije

Strategiju projekta moguće je prikazati ovako:

STRATEGIJA PROJEKTA

OPĆI CILJ	Povećati broj građana uključenih u volonterske aktivnosti na području Osječko-baranjske županije.
SPECIFIČNI CILJEVI	<ol style="list-style-type: none"> Unaprijediti znanja i razinu informiranosti o važnosti i vrijednosti volontiranja kod mladih u dobi od 18 do 30 godina kroz edukacije o volonterstvu i volonterske akcije Osnaziti kapacitete organizacija i ustanova za uključivanje volontera u svoj rad kroz sustavnu podršku razvoja kvalitetnih volonterskih programa.
OEČEKIVANI REZULTATI	<p>Min 600 volontera informirano o projektu 20 - 25 volontera sudjelovalo u radionicici „Biti volonter“ 15 - 20 volontera sudjelovalo u osmišljavanju volonterskih akcija 40 - 50 volontera sudjelovalo u volonterskim akcijama Održana priredba; dodjeljene nagrade za volontiranje</p>
AKTIVNOSTI	<ol style="list-style-type: none"> Informiranje volontera o projektu Jednodnevna radionica „Biti volonter“ Osmišljavanje i provedba volonterskih akcija Završna priredba za volontere

Slika 4. Primjer strategije projekta

Održivost projekta podrazumijeva različite aspekte održivosti projektnih postignuća te mogućnost širenja istih. Prati se kroz utjecaj na ciljne skupine neovisno o tome koje je naravi – tehnički, socijalni, ekonomski, politički... Osnovne informacije o praćenju i procjeni postignuća nalaze se na slici:

PRAĆENJE I PROCJENA POSTIGNUĆA

	Monitoring/ praćenje	Evaluacija/ procjena
Što?	Monitoring je kontinuirana procjena provođenja projekta. Pomaže pri uočavanju problema što omogućava da se pravovremeno djeluje	Periodična procjena izvedbe, učinkovitosti i utjecaja projekta.
Tko?	Unutarnji menadžment na svim razinama odgovornosti	Unutarnja ili vanjska
Kada?	Kontinuirano	Periodično - u sredini / na kraju projekta
Zašto?	Provjerava napredak projekta u skladu sa zacrtanim planom, identificira probleme i omogućava pravovremeno djelovanje	Učenje za sve u organizaciji. Pomaže da naučeno primijenimo u drugim projektima
Fokus	Inputi/ulazni izvori, aktivnosti rezultati	Rezultati, svrha, opći cilj

Slika 5. Praćenje i procjena postignuća

Što se kapaciteta organizacije tiče, pojam je to koji se odnosi na tehničke kapacitete za provedbu projekta i stručnost prijavitelja projekta, iskustvo prijavitelja u upravljanju projektima te upravljačke resurse za koordiniranje i uspravljanje projektom. Provedba projekta podrazumjeva suradnju s partnerima, a ista omogućava kvalitetnije donošenje odluka kroz uvažavanje različitih mišljenja i pristupa, vrijednosti i ideja. Kroz suradnju moguće je prikupljanje izravnih spoznaja o okolini od članova zajednice, stvara se osjećaj društvene odgovornosti i raste razina povjerenja u društvu.

Proračun je iznimno važan element projektnog prijedloga, a podrazumijeva popis svih unaprijed predviđenih troškova i prihoda za predložene aktivnosti unutar uvrđenog vremenskog razdoblja. Za vođenje proračuna važni su dobro planiranje, kontrola i odgovornost prema troškovima. Proračun projekta prolazi ciklus od pripreme proračuna, preko pregleda i odobrenja predloženog proračuna pa do provedbe proračuna te praćenja i izvještavanja o njemu. Prilikom pripreme za izradu proračuna, potrebno je voditi računa o popisu potreba za svaku aktivnost, preimenovati ulazne izvore u kategoriju troškova, odrediti jedinice, cijene po jedinici i broj jedinica, odrediti izvor financiranja. Nakon toga, treba odrediti izvore financiranja, raspored troškova i pripremiti tablicu troškova.

Nakon teorijske obrade teme, voditeljica sudionicima radionice daje informacije o korisnim linkovima na ovu temu:

- www.strukturnifondovi.hr
- <http://www.esf.hr/>
- <https://razvoj.gov.hr/>
- www.zaklada.civilnodrustvo.hr
- www.uzuvrh.hr
- <https://www.civilnodrustvo.hr/>

USMENA EVALUACIJA RADIONICE

- Što ste dobili?
- Što vam se nije sviđalo?
- Što ćete sigurno ponijeti sa sobom, a što ostaviti?

Jednodnevna edukacija o mjerama aktivne politike zapošljavanja mladih, pravima i obavezama prijavljenih u evidenciju nezaposlenih te relevantnim pravnim i zakonskim okvirima

Kroz ovu edukaciju mlade se upoznalo s mjerama aktivne politike zapošljavanja te obavezama i odgovornostima koje proizlaze iz važećih zakonskih propisa. U okviru ove radionice korisnici imaju priliku naučiti izraditi životopis, napisati zamolbu za posao i motivacijsko pismo.

Za potrebe ovog priručnika, iz priprema autorica zadržane su samo opće informacije o Hrvatskom zavodu za zapošljavanje, mjerama aktivne politike za zapošljavanje mladih, o pravima i obavezama prijavljenih u evidenciju nezaposlenih osoba te pravnim i zakonskim okvirim budući da je navedeno podložno promjenama ne dane detaljne informacije ne bi bile nužno točne, budući da su promjenjive ovisno o zakonskim propisima i uvjetima na tržištu rada. Što je od navedenog aktualno uvijek možete provjeriti na web – stranicama HZZ-a.

Ciljevi susreta:

- unaprijediti znanja sudionika o mjerama aktivne politike zapošljavanja mladih, pravima i obvezama prijavljenih u evidenciju nezaposlenih te relevantnim pravnim i zakonskim okvirima
- podučiti sudionike o načinima na koje sami mogu pronaći relevantne informacije

Očekivano trajanje: 360 minuta

Potreban materijal:

- računalo, mobitel ili tablet za svakog sudionika
- pristup internetu

- Power point prezentacija
- Flip chart

UVOD – PREDSTAVLJANJE EDUKACIJE

Voditeljice najavljaju da je ovo zadnja radionica u sklopu pilot programa za mlade počinitelje kaznenih djela u sklopu ovog projekta.

AKTIVNOST – NABRAJANJE MJERA HRVATSKOG ZAVODA ZA ZAPOŠLJAVANJE (HZZ-A) ZA KOJE SU ČULI ILI SU IH KORISTILI

Voditeljice zamole sudionike da ispričaju svoje iskustvo s Hrvatskim zavodom za zapošljavanje – jesu li koristili neke mjere i koje mjere su im poznate, jesu li prijavljeni na Hrvatski zavod za zapošljavanje i slično.

Razgovaramo o načinu i pogodnostima prijave u evidenciju nezaposlenih HZZ, obavezama koje to nosi sa sobom te potrebnim dokumentima. Upis u evidenciju nezaposlenih HZZ-a nam donosi:

- informacije o slobodnim radnim mjestima,
- pomoć u definiranju radnog potencijala, definiranju aktivnosti kojima ćete poboljšati svoju zapošljivost, definiranju zanimanja u kojima imate najveće šanse za zapošljavanje,
- informacije o stanju na tržištu rada - struktura nezaposlenosti, tražena i manje tražena zanimanja,
- radionice kroz koje se stječu znanja i vještine za što uspješnije snalaženje na tržištu rada (kako napisati životopis i zamolbu, kako se predstaviti poslodavcu, metode samoprocjene, tehnike aktivnog traženja posla),
- pravne savjete,
- pomoć u dodatnoj (samo)procjeni osobnih mogućnosti, pomoć pri odabiru programa obrazovanja i osposobljavanja, utvrđivanje preostale radne sposobnosti.

MJERA HZZ-A

Voditeljice sudionicima objasne kako postoje različite mjere HZZ-a, od kojih su neke usmjerene na poslodavce, neke na zaposlene, a neke na nezaposlene. Pojašnjavamo neke od dostupnih mjeru s kojim bi se sudionici mogli susresti.

1. **Novčana naknada po prestanku radnog odnosa**
2. **Mjere za nezaposlene:** samozapošljavanje, zapošljavanje (stjecanje prvog radnog iskustva/pripravnštvo – javne službe ili realni sektor, javni rad – zapošljavanje nezaposlenih osoba iz ciljanih skupina, javni rad – otklanjanje posljedica katastrofe uzrokovane potresom, potpora za zapošljavanje), obrazovanje (za temeljne vještine osobnog i profesionalnog razvoja, obrazovanje nezaposlenih i ostalih tražitelja zaposlenja), osposobljavanje (na radnom mjestu i ustanovama za obrazovanje odraslih)
3. **Mjere za zaposlene:** stalni sezonac, potpora za očuvanje radnih mesta - skraćivanje radnog vremena/čekanje na posao, obrazovanje ili usavršavanje
4. **Mjere COVID-19 i potres:** očuvanje radnih mesta (COVID 19), potpora za očuvanje radnih mesta - Skraćivanje radnog vremena/čekanje na posao, javni rad- otklanjanje posljedica katastrofe uzrokovane potresom

Sudionike upoznajemo i sa zakonskim okvirom vezanog za dostupne mjere HZZ-a te ih upućujemo gdje se mogu dodatno informirati o tome.

Naglašavamo im važnost zdravstvenog osiguranja. Zdravstveno osiguranje regulira se neovisno o prijavi u evidenciju HZZ-a, što znači da ne morate biti prijavljeni kao nezaposlena osoba da biste ostvarili pravo na zdravstveno osiguranje.

VJEŽBA

Sudionike tražimo da pregledaju dostupne upitnike na web stranici e-usmjeravanje (Upitnik interesa i kompetencija, osobine koje traže poslodavci, Upitnik za samoprocjenu osobina ličnosti povezanih s poslom...). Alati za upravljanje karijerom sadrže upitnike i druga pomagala koja korisnicima pomažu da: steknu jasniju sliku o vlastitim kompetencijama, interesima i drugim osobinama, razmisle o dodatnim mogućnostima u vlastitoj karijeri, odrede cilj odnosno donesu odluku o budućem obrazovanju i zapošljavanju te odrede plan aktivnosti koji im pomaže u postizanju postavljenog cilja.
<http://e-usmjeravanje.hzz.hr/alati-za-upravljanje-karijerom>

DISKUSIJA

Sudionike radionice potičemo na raspravu – koje su prednosti, a koji nedostatci prijave u evidenciju nezaposlenih? Koja su njihova iskustva sa svime što su danas čuli?

Potičemo ih da iznesu svoja iskustva s mjerama koje ne bi mogli odbiti, općenito s poslovnim prilikama koje su im primamljive.

O partnerima na projektu

Tekst kojim se predstavlja svaki od partnera na projektu „Pokretači promjene – podrška resocijalizaciji i reintegraciji mladih počinitelja kaznenih djela“ preuzet je s njihovih internetskih stranica.

D kolektiv



DKolektiv – organizacija za društveni razvoj razvila se na postignućima 15-godišnjeg djelovanja Volonterskog centra Osijek u području razvoja volonterstva, civilnog društva i demokratske kulture. DKolektiv počiva na načelima solidarnosti humanosti, uvažavanja različitosti, nenasilja, tolerancije, razumijevanja, odgovornosti i suradnje. Organizacija smo koja je društveno osjetljiva, koja njeguje dijalog i suradnju, štiti ljudsko dostojanstvo i ljudska prava, doprinosi solidarnosti i društvenoj koheziji, aktivno sluša i argumentirano zagovara održivi razvoj, humano, otvoreno i demokratsko društvo.

Svojim djelovanjem želimo doprinijeti ostvarenju sljedećih strateških ciljeva:

1. Obrazovanje i osnaživanje građana za aktivno sudjelovanje u društvu
2. Promocija vrijednosti volonterstva kroz unaprjeđenje dostupnosti i kvalitete volontiranja
3. Izgradnja jakog i održivog civilnog društva kroz jačanje kapaciteta, unaprjeđenje kvalitete i utjecaja organizacija civilnog društva
4. Afirmacija uključivog društva kroz promociju otvorenih i inkluzivnih zajednica, osnaživanje skupina u nepovoljnem položaju i uspostavljanja mreža solidarnosti i podrške.

Posebnu pažnju posvećujemo kreiranju ciljanih i održivih intervencija kroz projekte i programe koji se provode u suradnji s drugim organizacijama i djeluju sinergijski. Nastojimo biti inovativni u svom djelovanju, promovirati pozitivne promjene, kreirati prilike za učenje i razvoj, njegovati dijalog te stvarati veze među ljudima, organizacijama i zajednicama.

Centar za poduzetništvo

Centar za poduzetništvo, Osijek osnovan je u ožujku 1997. godine kao neprofitna udruga građana, čiji su osnivači profesori sa Sveučilišta Josipa Juraja Strossmayera u Osijeku i poduzetnici s područja Osječko-baranjske županije. Osnovne aktivnosti Centra organizirane su u dva odjela: Odjel poduzetničke podrške i Odjel za EU projekte i međunarodnu suradnju u kojima radi 7 stručnjaka.

Unutar Odjela poduzetničke podrške provode se sljedeće aktivnosti: izrada poslovnih planova, studija izvodljivosti i analiza troškova i koristi te informiranje, savjetovanje, edukacija, mentoriranje i umrežavanje poduzetnika kao i svih koji žele poduzetno promišljati i djelovati.

Unutar Odjela za EU projekte i međunarodnu suradnju provodi se razrada projektnih ideja, prijava i provedba EU projekata kao i pomoć u prijavi i provedbi projekata za različite subjekte, a s ciljem jačanja i unapređenja lokalnog i regionalnog razvoja.

Kvaliteta provedbe navedenih aktivnosti ogleda se kroz višegodišnje reference, iskustvo u pojedinom području te integritet i stručnost zaposlenika. Centar za poduzetništvo udruga je koja se razvija na uvjerenju da su znanje, kvaliteta i pozitivan stav nužni preduvjeti uspješnog poslovanja kako nas samih, tako naših korisnika, klijenata, partnera te cijelokupnog okruženja. U tom smislu, klijenti Centra su brojni poduzetnici, javna poduzeća, gradovi i općine, visokoobrazovne i znanstvene institucije i nevladine organizacije. Korisnici usluga Centra su različite ciljne skupine; žene poduzetnice, djeca i mladi, poduzetnici, nezaposlene osobe te brojni dionici koji su važni za razvoj poduzetništva i poduzetničkih vještina ciljnih skupina.



Centar za nestalu i zlostavljanu djecu

Centar za nestalu i zlostavljanu djecu vodeća je organizacija koja djeluje već više od deset godina u području zaštite djece od zlostavljanja i seksualnog iskorištavanja putem interneta.

Svakodnevno skrbimo o djeci koja se nalaze u nepovoljnim životnim uvjetima i nastojimo podići kvalitetu njihova života.

U suradnji sa zajednicom, stručnjacima i nadležnim institucijama radimo na prevenciji nestanka djece te pružamo podršku obiteljima u kriznim situacijama.

Naši ciljevi su:

- Prevencija zlostavljanja i zanemarivanja djece i mladih u svakom obliku
- Sigurnost i zaštita djece i mladih na internetu
- Prevencija nestanka djece i mladih te sprječavanje trgovine djecom
- Promicanje i zaštita prava i interesa djece
- Promicanje, razvoj i unapređenje zdravlja i kvalitete života djece, mladih i obitelji

Naša vizija je društvo u kojem svaki pojedinac razumije, prihvata, poštuje i štiti prava djece i mladih; aktivno sudjeluje u pružanju pomoći, podrške djeци i mladima i aktivno sudjeluje, razvija i koristi svoje potencijale u stvaranju sigurnog okruženja za djecu i mlade, a naša misija zaštita prava djece i mladih te pružanje stručne pomoći i podrške kroz informiranje, edukaciju, savjetovanje te senzibilizaciju javnosti za probleme djece i mladih.



**Centar za nestalu
i zlostavljanu djecu**