



Подстицање зеленог и социјалног
предузетништва у школском образовању
кроз виртуелно пословно окружење

РП2

Програм обуке наставника
о зеленом и социјалном
предузетништву



Садржај

Увод	5
Таргет групе	6
Циљеви учења.....	7
Предузетнички начин размишљања: шта је то и шта подразумева?	9
1. Преглед.....	9
Циљеви учења.....	9
2. Увод у предузетништво	10
3. Разумевање предузетничког начина размишљања	14
3.1. Предузетничка каријера.....	14
3.2. Особине које обликују предузетнички начин размишљања	14
3.3. Предузетничке користи за друштво	18
4. Зашто предавати предузетништво	20
4.1 Улога образовних институција у развоју предузетништва	20
4.2 Мотивациони примери успешних предузетника	21
5. Неговање предузетничке учионице.....	26
6. Практичне активности и вежбе	29
Зелено предузетништво	36
1. Преглед.....	36
Циљеви учења.....	37
2. Увод у зелено предузетништво и кључни концепти	38
2.1. Дефиниција предузетништва и зеленог предузетништва.....	39
2.2. Различите категорије зеленог предузетништва	40
2.3. Предности зеленог предузетништва.....	43
2.4. Потенцијални ризици зеленог предузетништва	44
3. Зелене вештине	46
3.1. Категорије зелених вештина.....	46
3.2. Прелазак у зелене вештине	47
3.3. Нове зелене професије или постојеће професије постају „зеленије“?	48
3.4. Зелене вештине за чисту технологију	50
3.5. Потреба за стратегијом зелених вештина унутар предузећа	51
4. Настава зеленог предузетништва.....	54

Project Partners



5. Зелени пословни модели	56
5.1. Истраживање могућности зеленог пословања	56
5.2. Студије случаја успешних zelenih предузетника	58
6. Практичне активности зеленог предузетништва	60
6.1. Практичне вежбе и пројекти за студенте.....	60
6.2. Посете на терену или виртуелни обиласци zelenih предузећа.....	63
Социјално предузетништво	66
1. Преглед.....	66
Циљеви учења.....	66
2. Увод у социјално предузетништво	67
2.1. Социјална економија.....	67
2.2. Социјално предузетништво	69
3. Кључни концепти у социјалном предузетништву	72
3.1. Етичке пословне праксе	72
3.2. Друштвени утицај	74
3.3. Друштвена иновација.....	75
4. Настава социјалног предузетништва	77
4.1. Практично образовање о организационом понашању (engl. Practical Organizational Behaviour Education - PROBE)	79
4.2. Мерење друштвеног утицаја	82
4.3. Етичка разматрања	84
5. Инспиративне друштвене промене	87
5.1. Успешни подухвати социјалног предузетништва.....	87
5.2. Идентификовање стварних друштвених питања и решења	89
6. Ангажовање студената у пројектима социјалног предузетништва	92
6.1. Практични примери пројеката	92
6.2. Сарадња са кључним заинтересованим странама	97
Приступи настави предузетништва.....	100
1. Преглед.....	100
Циљеви учења.....	100
2. Педагошке стратегије за образовање за предузетништво	101
3. Креирање интерактивног окружења за учење	108
3.1. Гамификација (енгл. Gamification)	109

Project Partners



4. Дизајнирање наставног плана и програма за предузетништво	113
4.1. Структурирање свеобухватног наставног плана и програма за предузетништво.....	113
4.2. Усклађивање наставног плана и програма са циљевима учења.....	115
5. Процена и евалуација	118
6. Улога наставника као фасилитатора.....	121
6.1. Стратегије за вођење ученика кроз предузетничке пројекте	123
6.2. Менторски и коучинг приступи	124
7. Превазилажење препрека	126
7.1. Изазови и потешкоће	126
7.2. Савети за превазилажење изазова	127
Литература	132

Creative Commons Licence



CC BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Ова лиценца захтева да поновни корисници дају признање аутору. Омогућава поновним корисницима да дистрибуирају, ремиксују, прилагођавају и надограђују материјал у било ком медију или формату, само у некомерцијалне сврхе.

Project Partners



Увод

Добродошли у Програм обуке наставника о зеленом и социјалном предузетништву, иновативном и свеобухватном ресурсу дизајнираном да оснажи едукаторе са знањем и алатима неопходним за култивисање следеће генерације еколошки и друштвено свесних лидера. У данашњем свету који се брзо развија, који карактеришу хитни глобални изазови као што су климатске промене, друштвена неједнакост и деградација животне средине, неопходно је опремити ученике вештинама и перспективама потребним за проактивно решавање ових питања кроз предузетништво.

Зашто је образовање о зеленом и социјалном предузетништву важно?

Предузетничко образовање се појавило као моћан катализатор трансформативних промена, нудећи студентима не само знање за успех у пословном свету, већ и капацитет да подстичу позитивне утицаје на животну средину и друштво. Зелено предузетништво, са фокусом на одрживе пословне праксе и управљање животном средином, и социјално предузетништво, које се бави хитним друштвеним питањима, стекло је изузетну важност у овој ери одрживости и друштвене одговорности.

Искориштавањем моћи предужетничког образовања, можемо усадити ученицима способност критичког мишљења, идентификовања прилика за позитивне промене и развијања иновативних решења за сложене проблеме. Као просветни радници, играте кључну улогу у обликовању начина размишљања и вредности будућих генерација. Овај програм ће вас опремити са увидима и вештинама да инспиришете своје студенте да постану предузетници усмерени ка сврси и који користе пословање као снагу за добро.

Структура програма

Програм обуке наставника о зеленом и социјалном предузетништву састоји се од четири различита модула, од којих се сваки фокусира на кључни аспект предужетничког образовања:

- 1. Предузетнички начин размишљања: шта је то и шта подразумева?:** Овај модул поставља темеље објашњавајући основе предужетништва и зашто је предужетнички начин размишљања од суштинског значаја за све.
- 2. Зелено предужетништво:** У овом модулу улазимо у кључне концепте зеленог предужетништва, истражујући одрживе пословне праксе и њихову интеграцију у предужетнички пут.

Project Partners



3. Социјално предузетништво: Овде истражујемо основне принципе социјалног предузетништва, укључујући етичка разматрања, мерење друштвеног утицаја и иновативне стратегије за решавање друштвених изазова.

4. Приступи подучавању предузетништва: Завршни модул нуди вредан увид у образовне технике и методологије за подучавање предузетништва, како у општем контексту, тако и са посебним фокусом на доношење позитивних промена како би се задовољиле еколошке и друштвене потребе.

Ови модули су дизајнирани да буду интерактивни, занимљиви и информативни, пружајући вам знање и алате неопходне да инспиришу своје ученике да постану креатори промена и решавачи проблема који су нашем свету хитно потребни.

Позивамо вас да кренете на ово трансформативно путовање ка одрживијем и друштвено праведнијем свету кроз предузетнички образовање. Заједно можемо да направимо значајан утицај и негујемо генерацију студената који нису само спремни за изазове сутрашњице, већ су такође посвећени стварању светлије, одрживије будућности за све.

Таргет групе

Васпитачи: Овај програм обуке првенствено је намењен наставницима, инструкторима и образовним стручњацима који раде на различитим нивоима образовног система, од основног до средњег образовања. Такође поздравља едукаторе у установама стручног и високог образовања заинтересоване за инкорпорирање принципа зеленог и социјалног предузетништва у своје наставне праксе.

Администратори у образовању: Администратори школа и образовног система који имају за циљ да развију и имплементирају наставне планове и програме и иницијативе фокусиране на предузетништво у оквиру својих институција, наћи ће драгоцене увиде у овом програму.

Project Partners



Циљеви учења

До краја овог програма обуке, учесници ће:

- ✓ **Разумети предузетништво и његову релевантност:** Стекните свеобухватно разумевање предузетништва, зашто је оно важно и његову релевантност у контексту образовања.
- ✓ **Негујте предузетнички начин размишљања:** Препознајте особине и карактеристике предузетничког начина размишљања и његов значај у подстицању иновација и решавању проблема.
- ✓ **Подучавање зелено предузетништво:** Стекните дубинско знање о концептима зеленог предузетништва, одрживим пословним праксама и стратегијама за ефикасно подучавање ових принципа.
- ✓ **Подучавање социјалног предузетништва:** Развијте чврсту основу у социјалном предузетништву, укључујући етичка разматрања, мерење друштвеног утицаја и иновативно решавање проблема.
- ✓ **Дизајнирајте окружења за учење у предузетништву:** Научите педагошке стратегије и технике за стварање ангажованих и динамичних предузетничких учионица, подстичући креативност и критичко мишљење.
- ✓ **Оснажите ученике за утицај на животну средину и друштво:** Опремите ученике вештинама, знањем и самопоуздањем да идентификују и решавају еколошке и друштвене изазове кроз предузетништво.
- ✓ **Интегришите етичке и одрживе праксе:** Схватите важност етичких и одрживих пословних пракси и уградите их у предузетништво.
- ✓ **Промовишите иновације и креативност:** Истражите методе за инспирисање иновација, креативности и прилагодљивог размишљања међу ученицима, подстичући их да генеришу одржива решења.
- ✓ **Оцените предузетнички напредак:** Откријте методе процене и алате за оцењивање предузетничког напретка ученика, обезбеђујући ефективне исходе учења.
- ✓ **Омогућите предузетничке пројекте:** Научите како да водите ученике кроз предузетничке пројекте, пружајући менторство и подршку током њиховог предузетничког пута.

Овај програм обуке наставника има за циљ да пружи едукаторима и администраторима образовања знања и вештине потребне да инспиришу и воде ученике на њиховом путу ка томе

Project Partners





да постану успешни, друштveno одговорни и еколошки свесни предузетници. На овај начин можемо обликовати светлију будућност неговањем генерације креатора промена посвећених изградњи одрживих, друштveno инклузивних и еколошки одговорних предузећа.

Project Partners



Предузетнички начин размишљања: шта је то и шта подразумева?

1. Преглед

Савремени свет се брзо развија, вођен технолошким напретком и економским променама. У овом динамичном пејзажу, традиционални каријерни путеви и образовни модели више нису довољни да припреме појединце за успех. Уместо тога, постоји растућа потреба за неговањем предузетничког начина размишљања као наставног модула. Предузетнички начин размишљања није ограничен само на покретање бизниса; радије, то је скуп вештина, ставова и перспектива који могу бити од користи појединцима у различитим аспектима живота.

Укључивање предузетничког начина размишљања у образовање не значи да сваки ученик треба да покрене посао. Уместо тога, то их опреми са ширим скупом вештина које су непроцењиве у савременом свету. Штавише, подстиче приступ животу који вреднује преузимање иницијативе, учење на грешкама и прилагодљивост пред променама. Да би овај наставни модул био ефикасан, неопходно је да образовне институције негују окружење које подстиче предузетнички начин размишљања. Ово може укључивати идентификацију ученика са личним особинама карактеристичним за предузетника, преиспитивање наставног плана и програма, нуђење курсева из предузетништва и пружање могућности студентима да раде на пројектима и изазовима из стварног света.

У закључку, предузетнички начин размишљања је више од пута до пословног успеха; то је моћан приступ животу који оспособљава појединце са вештинама и ставовима неопходним да напредују у нашем свету који се стално мења. Укључујући овај начин размишљања у образовање, можемо припремити ученике да буду прилагодљиви, иновативни, отпорни и успешни у било којој области којом желе да се баве. То је инвестиција у будућност која користи појединцима и друштву у целини.

Циљеви учења

- ✓ Схватите концепт предузетничког начина размишљања и његову важност у данашњем пословном окружењу.
- ✓ Идентификујте кључне карактеристике и особине повезане са предузетничким начином размишљања.

Project Partners



- ✓ Пружити наставницима свеобухватно разумевање зашто подучавати предузетништво.
- ✓ Представите успешне приче о светским познатим предузетницима.
- ✓ Добијте увид како да укључите предузетништво у учионицу.
- ✓ Научите како да препознате личне снаге и области за раст у односу на предузетнички начин размишљања.

2. Увод у предузетништво

Важност предузетништва и фактори који воде људе ка наведеним су у Глобалном монитору предузетништва (ГЕМ) који испитује ставове одраслих од 18 до 64 године према предузетништву. У 2022. години анкетирано је скоро 170.000 појединаца. Студија се фокусира на три главна аспекта:

- (1) да ли се предузетништво сматра пожељним избором каријере,
- (2) да ли се сматра да предузетници имају висок друштвени статус, и
- (3) ниво медијске пажње посвећене предузетницима (GEM, 2023).

Људи се баве предузетништвом из различитих разлога, који могу укључивати:

- ✓ Правећи разлику у свету.
- ✓ Изградња значајног богатства или постизање високог прихода.
- ✓ Настављајући породичну традицију.
- ✓ Тражење самозапошљавања као начина зарађивања за живот када су могућности за запошљавање ограничене.

Ове мотивације одражавају различите тежње и околности које подстичу појединце да се упусте у предузетничке подухвате. Неки појединци су мотивисани жељом да створе позитиван утицај на друштво или се баве специфичним изазовима. Други виде предузетништво као пут ка финансијском успеху и прилику да се акумулира значајно богатство. За неке, предузетништво је начин да се ода почаст и настави породично наслеђе или традиција. Поред тога, у ситуацијама када су могућности за запошљавање оскудне, предузетништво може понудити алтернативни начин зараде за живот (Hirsch et al., 2017).

Штавише, Уједињене нације, у одобреној Агенди за одрживи развој 2030, препознају предузетништво као витални механизам за унапређење постизања циљева одрживог развоја

Project Partners



Уједињених нација (СДГ). На предузетништво се гледа као на средство за неговање праведнијег, еколошки одрживог, свеобухватнијег и квалитетнијег развоја. С друге стране, потенцијални предузетници не препознају значај имплементације СДГ-а у свом пословању (GEM, 2023).

Неки укупни показатељи из студије за 2022/2023. су да би се у 37 од 49 испитаних економија значајан део (преко 40%) појединаца који су веровали у повољне изгледе локалног пословања уздржао од покретања сопственог подухвата због страха од неуспех. Такође, потрошачке услуге и пословне услуге, који су били два главна сектора за покретање предузетника у 2022. Од 49 економија испитаних у ГЕМ 2022/2023, само три земље (Того, Тунис и Египат) су виделе ситуацију у којој је агрегат удео нових послова у области потрошачких услуга и пословних услуга био је испод 60%. Нивои предузетничке активности током периода пандемије представљају разноврстан сценарио, при чему су неке привреде сведочиле смањењу укупне предузетничке активности у раној фази (ТЕА), док су друге приметиле пораст. Разумевање фактора који доприносе овим дивергентним трендовима има кључне импликације политике. Испитивање података из последње две године такође открива сличне помешане изгледе (GEM, 2023).

Када је реч о дефиницијама предузетништва, литература представља различите дефиниције „предузетника“ и „предузетништва“, од којих свака нуди јединствено гледиште. На пример, Џон Стјуарт Мил је нагласио сношење ризика, Џозеф Шумпетер се фокусирао на иновације, а истакнуте су и психолошке карактеристике. Друге перспективе повезују предузетништво са понашањем и компетенцијама као што су креативни опортунизам и увид у тржиште. Све у свему, предузетништво се посматра као управљање сопственим пословањем, које укључује личну жртву, креативност и преузимање ризика како би се створила вредност. Ова дефиниција интегрише кључне елементе из претходних карактеризација, укључујући власништво, иновативност, новину, преузимање ризика и креативни опортунизам, који се доследно појављују у литератури (Greenhaus et al., 2019).

Према ОЕЦД-у, промовисање предузетништва може се постићи применом стратегије образовања и обуке која обухвата различите нивое образовног система, укључујући школе, универзитете и програме на нивоу индустрије или предузећа. Овај свеобухватни приступ има за циљ да пружи појединцима неопходне вештине и знања за подстицање предузетништва. Стварање повољног окружења за предузетничко понашање захтева комбинацију друштвених, политичких и образовних фактора, заједно са јаким нагласком на вредновању предузетништва.

Project Partners



Образовни систем игра кључну улогу у обликовању начина размишљања деце према предузетништву, а чланови породице такође доприносе развоју карактеристика повезаних са предузетничким понашањем (Mazzarol & Reboud, 2020).

Табела 1 илуструје утицаје који обликују или покрећу предузетничко понашање у различитим фазама живота. Током детињства и адолесценције, кључни фактори су родитељи и породица, образовна искуства и изабрана каријера. Ако деца и адолесценти имају родитеље који су власници малих предузећа, они могу стећи искуство из прве руке о томе како предузеће функционише, што их може подстаћи да уђу у породични бизнис или

или започињу своје. Међутим, неке појединце могу одвратити дуго радно време, низак друштвени статус и стрес повезан са малим предузећима, а њихови родитељи их могу обесхрабрити да се баве предузетништвом. У адолесценцији, група вршњака може играти истакнуту улогу у обликовању будућих каријера. Ако је фокус међу вршњачком групом на академском успеху и уласку у устаљене професије преко универзитета, можда ће бити мање интересовања за предузетништво (Gibb, 1988).

Табела 1: Утицај образовања кроз фазе живота на будућег предузетника

СТАДИЈУМ ЖИВОТА				
Детињство	Адолесценција	Рани одрасли	Средњи одрасли	Касни одрасли
Породични разред	Породично занимање	Избор даљег образовања	Посао и мобилност у класи	Класа и богатство
Посао	Избор стручног образовања	Положај у класи	Посао	Породична ситуација
Образовање	Образовне вредности и циљеви	Преостали утицај и утицај сопствене породице	Сопствена породица и пријатељи	Могућности за рад
Вредности и циљеви	Пријатељи и заједница	Пријатељи и заједница	Задовољство послом	Задовољство послом

Project Partners





			Друштвена интеракција	Пензион објекти
--	--	--	--------------------------	--------------------

Извор: (Gibb, 1988).

Project Partners



3. Разумевање предузетничког начина размишљања

3.1. Предузетничка каријера

Предузетничке каријере одликује дубока лична посвећеност успеху пословања јер су каријера и посао међусобно повезани. Исходи у једном домену директно утичу на други, што резултира вишим нивоом ризика, укључујући потенцијал за лични неуспех, финансијски губитак и нестабилност у каријери (Greenhaus et al., 2019).

Предузетничка каријера се издваја по релативно нижем нивоу структуре, предвидљивости и подршке у поређењу са традиционалним запошљавањем. Док неки појединци намерно траже слободу од организационих ограничења, други могу сматрати да је недостатак корпоративне инфраструктуре и система подршке узнемирујући, посебно ако су неприпремљени (Greenhaus et al., 2019).

Још један карактеристичан аспект предузетничке каријере је потреба за проактивним и иновативним начином размишљања. Природа предузетничких подухвата захтева брзе одговоре на неизвесне тржишне услове, а предузетници морају поседовати способност брзог прилагођавања. Насупрот томе, организационе каријере често карактеришу спорије средине које ометају бирократија и управљање несклоно ризику (Greenhaus et al., 2019).

Поред тога, предузетници истовремено преузимају више функционалних улога, бавећи се областима као што су операције, маркетинг, рачуноводство, људски ресурси и планирање. Ово је у супротности са каријерама у организацији које обично укључују фокусирање на једну по једну функционалну улогу (Greenhaus et al., 2019).

3.2. Особине које обликују предузетнички начин размишљања

Жеља за аутономијом и независношћу је фундаментални аспект који појединци цене у свом послу, без обзира на њихов радни статус. Аутономија и независност односе се на слободу коју појединац доживљава у свом послу, укључујући способност доношења одлука, изражавања, рада без блиског надзора и ослобађања од бирократских процеса. Истраживање Едгара Сцхеина о носиоцима каријере идентификовало је аутономију/независност као примарну категорију која описује професионални селф-концепт појединца. Они са синдром аутономије/независности дају

Project Partners



приоритет слободи од организационих правила и ограничења, фаворизујући каријеру у којој могу да бирају када ће радити, на чему ће радити и интензитет својих напора.

Рана истраживања о предузетницима су такође истакла њихове потешкоће у реаговању на ауторитете, јер су често показивали невољност да се потчине ауторитету и осећали су се непријатно да раде под њим. Спровођење предузетничке каријере пружа појединцима излаз за њихове потребе аутономије и независности, омогућавајући им да побегну од ауторитета и надзора. Многи предузетници који напуштају традиционалне корпоративне послове то чине јер цене слободу доношења одлука без мешања виших менаџера или руководилица. Жеља за аутономијом, независношћу и слободом је значајан мотиватор за многе предузетнике, јер им поседовање и управљање сопственим бизнисом омогућава да буду своја личност. Ову привлачност аутономије и независности све више препознају амбициозни предузетници широм света (Greenhaus et al., 2019).

Према Дејвиду Меклеланду, **потреба за постигнућем** је значајна психолошка карактеристика предузетника. МцДелланд је идентификовао три особине понашања које се обично примећују код појединаца са високом потребом за постигнућем: они преузимају личну одговорност за проналажење решења за проблеме, постављају умерене циљеве учинка и преузимају прорачунате ризике, и желе специфичне повратне информације о свом учинку.

Бројне студије су истраживале везу између потребе за постигнућем и предузетништва. Већина ових истраживања је открила да је снажна потреба за постигнућем поуздан предиктор предузетничког понашања. Вреди напоменути да висока потреба за достигнућима није искључива само за предузетнике, већ се примећује и код многих успешних лидера. Међутим, постоји довољно доказа који указују на то да велика потреба за постигнућем може играти улогу у утицају на одлуку појединца да се бави предузетништвом.

У контексту покретања новог посла, важно је размотрити утицај страха од неуспеха. Страх од неуспеха може бити значајна препрека за појединце који размишљају о предузетништву. Овај страх може произаћи из различитих фактора, укључујући финансијске ризике, друштвене притиске и личне несигурности. Истраживања су показала да је мања вероватноћа да ће појединци који имају већи страх од неуспеха покренути посао.

Project Partners



У студији коју је спровео Глобал Ентерпренеуршип Монитор (ГЕМ) 2022. године, показало се да страх од неуспеха посебно преовлађује у одређеним економијама. Међу 49 испитаних економија, три су се истицале као оне које имају изразито висок страх од неуспеха: Иран, Турска и Гватемала. У овим привредама, појединци су изразили већи ниво забринутости због потенцијалних негативних последица покретања бизниса. Упркос страху од неуспеха, ГЕМ студија је такође истакла секторе у којима су нови послови били најзаступљенији. Студија је открила да су сектор потрошачких услуга и сектор пословних услуга примарни сектор за отварање нових послова у већини испитаних економија. Ови сектори обухватају широк спектар индустрија, укључујући малопродају, угоститељство, професионалне услуге и консалтинг (GEM, 2023).

У закључку, док је потреба за постигнућем важна карактеристика предузетника, страх од неуспеха може деловати као значајна препрека за појединце који размишљају о предузетништву. Међутим, упркос овом страху, сектори потрошачких услуга и пословних услуга и даље су примарни сектори за отварање нових послова у многим економијама.

Према истраживању, појединци који имају **унутрашњи локус контроле** верују да имају способност да контролишу своју околину и одређују сопствену судбину својим поступцима и понашањем. Ово самопоуздање у њихову способност да обликују сопствену судбину може их повећати вероватноћу да се баве предузетништвом и постигну успех у овој области.

Међутим, однос између локуса контроле и предузетничког понашања није доследно подржан студијама. Док је интерни локус контроле генерално повезан са успешним појединцима, а не само са предузетницима, постоје докази који указују на то да виши интерни локус контроле може разликовати предузетнике од опште популације. Поред других фактора као што је потреба за постигнућем, интерни локус контроле може послужити као основни утицај на одлуку да се настави и успе у предузетничкој каријери.

Истраживања су показала да су појединци са предузетничким начином размишљања вештији у **руковању конфликтним и неизвесним ситуацијама, као и у управљању вишеструким задацима са нејасноћом**. Ова способност навигације кроз различите захтеве власништва предузећа наглашава већу толеранцију на неизвесност коју предузетници поседују у поређењу са организационим менаџерима.

Project Partners



Према нашој дискусији о дефиницији предузетништва, једна заједничка поменута карактеристика је **спремност на преузимање ризика**. Док су неке студије откриле да је већа вероватноћа да ће предузетници ризиковати у поређењу са менаџерима у организацијама, друге студије су показале различите резултате у погледу склоности преузимању ризика као особине личности предузетника. Међутим, неки стручњаци за менаџмент предлажу да, иако предузетници доносе агресивније и оријентисане на ризик одлуке у поређењу са менаџерима у већим организацијама, сами предузетници можда не доживљавају ове одлуке као инхерентно ризичне. То је зато што често верују да су ризици у датој ситуацији релативно мањи. На предузетникову перцепцију ризика утичу специфичне когнитивне предрасуде, као што су претерано самопоуздање, илузија контроле и коришћење ограничених, али позитивних информација. Поред тога, многи предузетници снажно верују у своју способност да обликују пословне резултате, што их доводи до тога да перципирају могућност неуспеха као релативно ниску. Стога, када су суочени са сличним ситуацијама, предузетници ће вероватно приметити нижи ниво ризика у поређењу са непредузетницима. Може бити проницљивије посматрати предузетнике као веште менаџере ризика који имају природну способност да ублаже оно што непредузетници могу да виде као ситуације високог ризика.

Појединци имају различите оријентације према послу на које утичу њихови мотиви, вредности и таленти. Ове оријентације, познате као сидра каријере, одраз су начина на који појединци перципирају себе у каријери коју су изабрали. Једно од каријерних сидра које је идентификовао Едгар Шејн је **предузетничко сидро**, где су појединци првенствено фокусирани на стварање нечег новог и постизање личног признања. Ово сидро такође означава жељу за слободом и аутономијом у изградњи сопствене организације и обликовању свог пословања према сопственој слици. У суштини, сидро предузетничке каријере обухвата особине личности о којима смо до сада говорили, као што су потреба за постигнућем, унутрашњи локус контроле, толеранција на двосмисленост, спремност да се ризикује и жеља за аутономијом и контролом. Такође сугерише да појединци са овим сидром имају веру у сопствене способности, нагон за иновацијама, толеранцију на стрес и проактивну личност (Greenhaus et al., 2019). Предузетник треба да поседује инвентивни дух предузетништва да би се укључио у пословне подухвате који показују перспективу окренуту будућности и способност да доноси информисане одлуке у вези са будућим тржиштем (Cho & Lee, 2018).

Project Partners



Осим Шајнових сидара у каријери, истраживачи у менаџменту су такође испитивали концепт „предузетничке оријентације“, који је композит предузетничких карактеристика изведених из самоистраживања. Предузетничка оријентација се сматра конструктом вишег реда који представља различите основне варијабле које утичу на предузетничко понашање и успех, укључујући потребу за аутономијом, иновативношћу, проактивношћу, преузимањем ризика и конкурентском агресивношћу.

Иновативност у контексту предузетништва се односи на способност да се дође до креативних и оригиналних идеја. То укључује спровођење процеса дужне пажње, као што је развој нових производа, процеса, добављача и сирових ресурса. Генеришући нове промене или комбинације кроз креативне идеје, иновативност ствара вредност коју предузећа желе (Cho & Lee, 2018).

Способност проактивности укључује доношење стратешких одлука које имају за циљ контролу тржишта. Ово се постиже идентификовањем и искоришћавањем тржишних прилика и способношћу да препозна промене на тржишту пре него што то учине други конкуренти. То је важан квалитет за стварање конкурентске предности и задржавање предности откривањем нових могућности на основу будућих захтева и увођењем нових производа и услуга на тржиште (Cho & Lee, 2018).

3.3. Предузетничке користи за друштво

Седамдесете су обележиле значајан помак у глобалној економији, што је довело до све већег интересовања за предузетнички начин понашања. Током овог времена, многе индустријализоване нације доживеле су значајне промене у свом економском богатству (Gibb, 1988).

У развијеном свету, традиционалне производне индустрије су доживеле пад услед појаве нових технологија и експанзије конкурентских земаља попут Јапана. Ова промена је довела до успона услужног сектора, који сада запошљава већину радника у постиндустријским економијама. Као резултат тога, многе велике фирме су почеле да предају услуге спољним или подуговарачима мањим компанијама, што је тренд који је добио замах 1990-их. Штавише, откупи менаџмента постали су све присутнији у корпоративном сектору, јер запослени све више желе већу независност и флексибилност посла (Mazzarol & Reboud, 2020).

Project Partners



Раст предузетништва је такође олакшано увођењем нових информационих технологија од 1980-их. Ове технологије не само да су створиле потпуно нове индустрије, већ су омогућиле и појаву нових предузетника. Поред тога, децентрализација коју су донеле информационе и комуникационе технологије (ИКТ) одиграла је кључну улогу у подстицању предузетничких подухвата (Mazzarol & Reboud, 2020).

Важно је напоменути да технолошки напредак има моћ да поремети постојеће индустрије и потенцијално доведе до губитка радних места. Међутим, они такође стварају могућности за развој нових индустрија и оснивање предузећа која стварају запослење.

Стога, ГЕМ мери ниво предузетништва у економији и дели их у три категорије: економије вођене факторима, економије вођене ефикасношћу и економије вођене иновацијама. Економије вођене факторима су типично земље у развоју са значајним фокусом на пољопривреду и самосталну пољопривреду унутар руралног становништва. Економије вођене ефикасношћу, с друге стране, имају висок ниво индустријализације и у великој мери се ослањају на производњу у индустријама које захтевају велики обим. Коначно, економије вођене иновацијама имају постиндустријску индустријску базу која је више фокусирана на услуге и послове са интензивним знањем, са јаким нагласком на улагања у истраживање и развој и иновације (GEM, 2018).

Када је у питању покретање нових предузећа, извештај Глобалној Предузетничког Монитора (ГЕМ) за 2022. баца светло на секторе које претежно бирају предузетници у различитим економијама. У већини од 49 анкетираних економија, примарни сектори за нове послове су потрошачке услуге и пословне услуге. Чини се да су ови сектори најатрактивнији за предузетнике због различитих фактора као што су потражња на тржишту, потенцијал раста и лакоћа уласка (GEM, 2023).

Project Partners



4. Зашто предавати предузетништво

Са растућим интересовањем за предузетничке каријере, дошло је до пораста различитих механизма подршке за предузетнике амбициозне. Ови механизми укључују друштвене мреже и савезе, програме обуке и образовања, публикације и веб странице. Поред тога, владе на свим нивоима су спровеле иницијативе које су посебно осмишљене да пруже подршку појединцима који започињу и управљају сопственим предузетничким подухватима. Ове иницијативе имају за циљ стварање окружења које подстиче предузетништво и пружа ресурсе и помоћ предузетницима током њиховог путовања.

4.1 Улога образовних институција у развоју предузетништва

Образовне институције широм света препознале су све већи значај и потражњу за програмима едукације о предузетништву. Као резултат тога, ове институције су успоставиле хиљаде програма и курсева посвећених предузетништву, уз подршку бројних професорских звања и финансираних центара. Многе од ових програма су првобитно покренули успешни алумни који су желели да помогну студентима да науче о покретању и вођењу предузећа.

У односу на предузетничко образовање, конструктивистички модел може бити веома користан. Ангажовањем ученика у стварним предузетничким искуствима и подстицањем да активно учествују у процесу учења, они могу развити дубље разумевање фактора који доприносе успеху или неуспеху у предузетништву. Овај приступ такође може да стимулише њихова тумачења и процене предузетничких могућности, на крају подстичући предузетнички начин размишљања. Настава о предузетништву заиста би требало да се фокусира на стимулисање тумачења и оцењивања. Пружајући ученицима неопходна знања, вештине и ресурсе и подстичући их да критички анализирају и процењују предузетничке могућности, образовање их може оснажити да доносе информисане одлуке и преузму прорачунате ризике у својим предузетничким подухватима (Cho & Lee, 2018).

Ови курсеви предузетништва су веома популарни међу студентима и покривају две главне групе: традиционалне студенте додипломских и постдипломских студија заинтересованих да остваре предузетничку каријеру, и нетрадиционалне студенте који већ практикују или потенцијални предузетници и можда желе да наставе своје образовање. Иако се специфични садржај ових курсева може разликовати у различитим школама, они углавном покривају традиционалне

Project Partners



пословне предмете као што су маркетинг, финансије, рачуноводство и менаџмент, са посебним фокусом на вештине и компетенције потребне за предузетништво.

Учешће у курсевима о предузетништву може у великој мери унапредити важне способности, укључујући способност да се идентификују и процене пословне прилике, обезбеде финансирање и капитал, развију нови производи, управљају ризицима, креирају пословни планови и изграде предузетничке мреже. Штавише, ови образовни програми служе као драгоцену средство за појединце да истраже своје могућности каријере и стекну самоувид, помажући им да утврде да ли је предузетнички пут у складу са њиховом личношћу и пореклом. Пејзаж предузетничког образовања је богат и разнолик, нудећи студентима свеобухватну платформу за развој вештина и знања неопходних за успех у предузетничком свету.

Према налазима истраживања, неосновано је уверење да су предузетници мање образовани од опште популације. У ствари, образовање игра кључну улогу у васпитању предузетника и помаже им да се снађу у изазовима са којима се суочавају. Иако формално образовање није предуслов за покретање новог посла, оно пружа јаку основу, посебно када је релевантно за подухват. Предузетници су идентификовали потребу за образовањем у областима као што су финансије, стратешко планирање, маркетинг (посебно дистрибуција) и менаџмент. Вештине ефикасне комуникације, писмене и вербалне, такође су неопходне у предузетничким активностима. Поред тога, опште образовање је драгоцену јер олакшава усвајање нових знања, шири низ могућности и помаже предузетницима да се прилагоде новим ситуацијама. Иако образовање позитивно утиче на вероватноћу откривања нових могућности, оно не одређује само да ли ће неко створити нови посао да би те прилике искористио. Међутим, појединци који своје образовање доживљавају као унапређење својих предузетничких способности склонији су да постану предузетници (Hirsch et al., 2017).

4.2 Мотивациони примери успешних предузетника

Канва – Мелани Перкинс (32 године, жена): Перкинсова је своју прву идеју имала са 19 година 2006. док су она и Обрехт студирали на универзитету у Перту. У то време је додатно зарађивала тако што је другим студентима предавала програме дизајна. Међутим, студенти су сматрали да су платформе које су обезбедили Мицрософт и Адобе веома тешке, што је навело Перкинса да верује да мора постојати боље решење.

Project Partners



То је импресивно! Покретање посла са ограниченим ресурсима и искуством није лак задатак. Сјајно је чути да је пар заузео мали и управљив приступ креирањем онлајн бизниса за дизајн школских годишњака под називом Фусион Боокс. То им је омогућило да тестирају своју идеју и виде да ли ће одјекнути код њихове циљне публике. Покретањем веб странице која је омогућила студентима да сарађују и дизајнирају своје странице профила и чланке, били су у могућности да пруже јединствено и персонализовано искуство. Такође је вредно напоменути да је њихова услуга укључивала штампање и испоруку годишњака школама широм Аустралије, што је додало удобност за њихове клијенте. Све у свему, то је сведочанство њихове одлучности и креативности у проналажењу тржишне нише у образовном сектору.

Цанва, популарна платформа за графички дизајн, била је прилично успешна у смислу свог глобалног домета и финансијске подршке. Омогућио је креирање скоро 2 милијарде дизајна у 190 земаља. И не само то, већ је такође добио подршку и подршку познатих личности као што су Овен Вилсон и Вуди Харелсон.

У октобру 2019. Цанва је прошла кроз круг финансирања који је прикупио импресивних 85 милиона долара. Ово финансирање је предводила Бонд Цапитал, инвестициона фирма са седиштем у Силицијумској долини, а на челу са реномираним инвеститором Мери Меекер. Као резултат ове рунде финансирања, процењена вредност компаније Цанва је око 3,2 милијарде долара у 2020. (CNBC, 2020).

Икс (раније Твитер), Тесла и СпацеКс - Елон Муск (52 године, мушкарац): Он је извршни директор Кс (раније Твитер), Тесла и СпацеКс. Од сада се сматра најбогатијом особом на свету. Елон Муск је познат по томе што је прилично гласан у погледу својих мишљења о разним темама и често користи своју платформу да изрази своје ставове.

Мусков предузетнички пут почео је након што је напустио постдипломски студиј физике на Универзитету Станфорд. Током "дотцом бума" 1990-их, основао је два технолошка стартап-а: фирму за веб софтвер и компанију за онлајн банкарство. На крају, компанија за онлајн банкарство је еволуирала у ПаиПал, коју је касније купио еБаи за невероватних 1,5 милијарди долара 2002. године.

Након овог успеха, г. Муск је одлучио да своје богатство уложи у два амбициозна подухвата. Прва је била СпацеКс, ракетна компанија са циљем да обезбеди исплативу алтернативу Насиним

Project Partners



напорима у истраживању свемира. Други подухват био је Тесла, компанија за производњу електричних аутомобила. У почетку као председник Теслиног одбора, г. Маск је касније преузео улогу извршног директора 2008. године.

Све у свему, путовање г. Маска показује његову способност да идентификује могућности и преузме прорачунате ризике у технолошкој индустрији. Од својих раних почетака до својих тренутних улога у СпацеКс-у и Тесли, показао је страст за иновацијама и тежњу за стварањем револуционарних решења.

Он је заслужан за развој индустрије и истиче своје преузимање платформе друштвених медија Твитер у октобру 2022. Од тада је направио промене у компанији, укључујући смањење њене радне снаге, ребрендирање у Кс и увођење нових премиум претплата. Циљ је да Кс постане „апликација за све“ која нуди различите услуге. Међутим, вредност фирме је наводно смањена са 44 милијарде долара на 19 милијарди долара. У пасусу се такође помиње учешће господина Муска у сектору вештачке интелигенције, где је био рани инвеститор у ЦхатГПТ-овој матичној компанији пре него што је у јулу покренуо сопствену компанију под називом кАИ. Мисија кАИ је описана као "да разуме праву природу универзума".

Према Блумбергу и Форбсу, од новембра 2023. године, он је рангиран као најбогатија особа на свету, са процењеном нето вредношћу у распону од 198 до 220 милијарди долара (BBC, 2023).

Амазон – Џеф Безос (59 година, мушкарац): Он је председник и оснивач Амазона и његово богатство је 162,5 милијарди долара. Он је амерички предузетник, широко је познат по својој значајној улози у расту е-трговине. Он је оснивач и главни извршни директор Амазон.цом, Инц., онлајн продавца који је почео продајом књига, а касније се проширио и понудио широк спектар производа. Под Безосовим вођством, Амазон је постао највећи трговац на светској мрежи и поставио стандарде за интернет продају.

Безосово путовање почело је током средњошколских година када је основао Дреам Институте, центар посвећен подстицању креативног размишљања међу младим студентима. Након што је 1986. дипломирао на Универзитету Принстон са дипломама из електротехнике и рачунарства, истраживао је различите могућности за каријеру пре него што се придружио

Project Partners



Amazon - Jeff Bezos (59 years old, male): He is the chairman and founder of Amazon and his wealth is \$162.5B. He is an American entrepreneur, is widely recognized for his significant role in the growth of e-commerce. He is the founder and chief executive officer of Amazon.com, Inc., an online retailer that started off by selling books and later expanded to offer a wide range of products. Under Bezos' leadership, Amazon became the largest retailer on the World Wide Web and set the standards for internet sales.

Безосово путовање почело је током средњошколских година када је основао Дреам Институте, центар посвећен подстицању креативног размишљања међу младим студентима. Након што је 1986. дипломирао електротехнику и рачунарство на Универзитету Принстон, истраживао је различите могућности за каријеру пре него што се придружио њујоршкој инвестиционој банци Д.Е. Схав & Цо. 1990. Безос се брзо попео кроз чинове и постао најмлађи виши потпредседник компаније. У овој улози, он се фокусирао на процену инвестиционог потенцијала интернета, који је доживљавао експоненцијални раст по стопи од преко 2.000 процената годишње.

Огромне могућности интернета запалиле су Безосов предузетнички дух. Године 1994. донео је смелу одлуку да напусти Д.Е. Шоу и преселио се у Сијетл у Вашингтону, где је у својој гаражи отворио виртуелну књижару. Са малим тимом запослених, Безос је започео развој потребног софтвера за веб страницу. У јулу 1995. Амазон је дебитовао продајом своје прве књиге.

Током своје каријере, Безос је демонстрирао визионарски приступ е-трговини и континуирано је ширио понуду и услуге Амазона производа. Данас је компанија еволуирала у мултинационални конгломерат који обухвата различите индустрије, укључујући рачунарство у облаку, услуге стриминга и вештачку интелигенцију. Безосов иновативни начин размишљања и одлучност несумњиво су одиграли кључну улогу у успеху Амазона и његовом утицају на малопродајни пејзаж на мрежи (Forbes, 2023).

Харпо Продукција – Опра Винфри (69 година, жена): Са нето вредношћу од 2,49 милијарди евра, сматра се једном од најбогатијих и најуспешнијих жена предузетница на свету. Она је постала иконски симбол америчког сна, оличење идеала успеха и достигнућа.

Оприн пут до стварања своје медијске империје није био лак. Од малих ногу се суочавала са бројним препрекама и личним недаћама. Одрастајући у руралним Мисисипију и Тенесију 1950-

Project Partners



их и 60-их, морала је да се носи са финансијским борбама, компликованом породичном структуром и трауматичним искуством сексуалног злостављања и губитка бебе.

Упркос овим изазовима, Оприна каријера у медијима почела је да се обликује када је почела да ради за своју средњошколску радио станицу. Са 19 година, била је ко-водителј локалне вести, која је послужила као одскочна даска за њен будући успех. Убрзо је прешла на вођење јутарњих емисија и на крају је покренула сопствену емисију, Тхе Опрах Винфреи Схов, 1986. године.

Међутим, Опра се није зауставила само на томе да води успешну ток-шоу. Своју популарност је искористила да оснује сопствену продукцијску компанију Харпо Продуцтионс. Преузевши продукцију њеног ток-шоуа од АБЦ-а, Харпо Продуцтионс је одиграла кључну улогу у обликовању емисије у култни програм какав је постала.

Чак и данас, Опра остаје извршни директор Харпо Продуцтионс и надгледа мрежу Опрах Винфреи (ОВН). Она наставља да продуцира телевизијске серије и проширила је свој утицај на друге медије, као што су књиге, радио емисије, глума и гласовна глума. Штавише, Опра користи своје богатство за филантропске подухвате, чинећи позитиван утицај у различитим заједницама.

Оприна прича о успеху је сведочанство њене отпорности и одлучности. Упркос суочавању са личним изазовима и превазилажењу сексизма и расизма, она је постала пионир и инспирација за предузетнике и појединце.

У закључку, успон Опри Винфри ка успеху је прави одраз њене непоколебљиве снаге и одлучности. Од скромних почетака, изградила је империју и постала утицајна фигура у медијској индустрији. Њена прича служи као подсетник да се уз истрајност и снажну визију може савладати сваку препреку и постићи величину (EWOR Team, 2022).

Project Partners



5. Неговање предузетничке учионице

Избор предузетничке каријере, иако се разликује од избора традиционалне организационе каријере, ипак треба да се заснива на свеобухватној анализи личних жеља, карактеристика и темељној процени радног окружења. Научници из области менаџмента жељу да се постане предузетник називају предузетничком намером. Ово се односи на интерес појединца и лично уверење да се бави предузетничком каријером, на коју утичу лични фактори и фактори окружења. Снажна предузетничка намера игра значајну улогу у стварању предузетника, јер је повезана са мотивационим аспектима као што су постављање циљева и развој стратегије. Стога, циљ постајања предузетником треба да буде резултат систематског и темељног процеса самоистраживања и разумевања каријерног окружења. Ово истраживање би требало да резултира бољим разумевањем да ли је предузетничка каријера мудар избор. Штавише, током свог предузетничког пута, важно је редовно преиспитивање и оцењивање изабраног пута.

Процес учења и образовања превазилази једноставно стицање знања. Традиционални бихејвиористички приступ, где се студенти посматрају као пасивни примаоци информација, замењен је конструктивистичким моделом. Овај модел препознаје да је прави циљ образовања да помогне ученицима да развију сопствене начине организовања и структурирања знања. Тумачења и процене су кључне за предузетничке одлуке и понашање. На њих утиче друштвено и еколошко порекло појединца. Ова веза између тумачења и оцењивања може се користити у предузетничком образовању. Инкорпорирањем учења које стимулишу тумачења и процене предузетничког одлучивања и деловања, мотивација за предузетничко одлучивање и акцију може бити побољшана (Carsrud & Brannback, 2009).

Поред пружања информација и знања, курсеви о предузетништву, иновацијама и стратешком менаџменту такође треба да се фокусирају на подучавање управљања емоцијама и сазнањима. Ово је посебно важно за суочавање са негативним емоцијама. Ови курсеви такође могу бити од користи аналитичарима и пројектним менаџерима, јер се могу саветовати о значају субјективних процена и стварних емоција у доношењу одлука и просуђивању (Carsrud & Brannback, 2009).

Предузетничко образовање игра кључну улогу у јачању предузетничке будности и вештина скрининга одрживости. На тај начин помаже у развоју људског и друштвеног капитала, што заузврат гради предузетничку самоефикасност. У суштини, предузетничко образовање делује као оптометриста пружајући јасна сочива потенцијалним предузетницима, смањујући њихово

Project Partners



менаџерско незнање. Поред тога, важно је за предузетничко образовање да се позабави превеликим самопоуздањем и употребом поједностављених правила одлучивања. Ово се може постићи подизањем свести о субоптималности когнитивних предрасуда и хеуристика. Најзад, предузетничко образовање ће вероватно повећати број нових подухвата наглашавајући финансијске и психолошке користи повезане са успешним предузетништвом (Carsrud & Brannback, 2009).

За едукаторе предузетништва у настајању како би избегли да буду заглављени у старим начинима размишљања. Као што је Џон Мејнард Кејнс истакао, изазов није нужно прихватање нових идеја, већ препуштање старих. Ово је посебно важно у области која се брзо развија као што је предузетништво, где су иновације и прилагодљивост кључни. Прихватајући начин размишљања континуираног учења и остајући отворени за нове приступе, едукатори могу боље опремити следећу генерацију предузетника за навигацију у пословном окружењу које се стално мења (Kuratko, 2005).

Наставник треба да обликује предузетнички начин размишљања у учионици користећи три извора информација. **Први извор** који пружа податке који се односе на предузетнички процес или перспективу су публикације засноване на истраживању, а то су академске студије и чланци који се баве различитим аспектима предузетништва (Kuratko, 2005). Ове публикације се обично рецензирају и пружају ригорозну анализу и увид у ову област. Други извор су популарне публикације, које укључују књиге, часописе и онлајн чланке који служе широј публици. Ове публикације често нуде практичне савете, приче о успеху и трендове у предузетништву. Такође, додатни извор информација могу бити подаци прикупљени анкетама и истраживачким студијама које спроводе организације и институције. Ове анкете често прикупљају информације од самих предузетника, као и од других заинтересованих страна као што су инвеститори, креатори политике и стручњаци из индустрије.

Други главни извор који се помиње је директно посматрање предузетника који се баве бављењем пословима, које се може добити кроз интервјуе, анкете и студије случаја. Анализа ових искустава омогућава увид у особине, карактеристике (Kuratko, 2005).

Коначни извор су говори и презентације предузетника практичара, укључујући семинаре. Иако овај извор можда не пружа толико дубине као претходна два, он и даље нуди прилику да сазнате више о предузетничкој перспективи. Резиденцијални програми предузетника на

Project Partners





универзитетима илуструју вредност усмених презентација у образовању људи о предузетништву (Kuratko, 2005).

Комбиновањем података из ова три извора, студенти могу да стекну свеобухватно разумевање предузетничког пејзажа и донесу информисане одлуке.

Project Partners



6. Практичне активности и вежбе

Развој предузетничког размишљања почиње од тачке у којој појединац процењује своју **самосвест** у одабиру каријерних циљева који су у складу са нечијим интересовањима, вредностима и животним преференцијама. Постоје различити алати за процену, који имају специфичне категорије које показују да ли појединац поседује предузетнички самопоимање или тему. Осим разумевања личних интереса и психолошких карактеристика, будући предузетници треба да размотре и основна питања о пословном успеху. Нека од ових питања укључују: Да ли је моја пословна идеја довољно јака? Да ли поседујем неопходне вештине управљања за успех? Колики значај придајем новцу? Да ли могу да се носим са ризицима повезаним са поседовањем сопственог бизниса? Како ће моја породица реаговати ако одлучим да постанем предузетник? Од кључне је важности препознати да су каријера предузетника и сам посао уско испреплетени, због чега је неопходно проценити како интересе, потребе и шансе појединца за успех, тако и оне у пословању (Greenhaus et al., 2019).

Друго питање је да предузетничково разумевање **радног окружења** превазилази само прикупљање самоинформација. Такође укључује анализу услова са којима би се њихова потенцијална компанија суочила. Ова процена радног окружења служи као анализа животне средине за компанију, обухватајући очекивања о финансирању и економским условима, демографским променама, тржишним преференцијама, правним и регулаторним питањима, технолошком напретку и разним другим факторима. Приликом одабира предузетничке каријере и одабира врсте пословања, важно је узети у обзир знања стечена кроз овај преглед окружења.

Ток анализе је заснован на истраживању Bazkiaei et al. (2020).

Предлаже се следећа **практична вежба**:

Биће представљени пројекат и ГДПР заштита личних података. У зависности од циљане популације ученика, сваки наставник ће ускладити овај део.

Од учесника се тражи да попуне упитник. Биће представљени пројекат, ГДПР заштита личних података и контакт особа као пружалац додатних информација. У зависности од циљане популације ученика, сваки наставник ће ускладити овај део.

Project Partners



Први део упитника прикупља демографске податке испитаника. Питања су:

Старост испитаника: _____

Пол: ____ мушки ____ женски

Место рођења: _____

Место становања: _____

Други део упитника служи учесницима да процене своје личне особине. Постоји 5 идентификованих личних особина које би се могле измерити инвентаром Великих пет (John & Srivastava, 1999). Сваки ученик треба да напише да ли се слаже са сваком тврдњом.

Питања	Потпуно се не слажем (1)	Мало се не слажем (2)	Нити се слажем нити се не слажем (3)	Мало се слажем (4)	Потпуно се слажем (5)
1. Причљив је	1	2	3	4	5
2. Склон је проналажењу грешака код других	1	2	3	4	5
3. Ради темељан посао	1	2	3	4	5
4. Депресиран, плава	1	2	3	4	5
5. Оригиналан је, доноси нове идеје	1	2	3	4	5
6. Резервисан је	1	2	3	4	5
7. Услужан је и несебичан према другима	1	2	3	4	5
8. Може бити помало немаран	1	2	3	4	5
9. Добро је опуштен, без руку под стресом	1	2	3	4	5
10. Радознао је за многе различите ствари	1	2	3	4	5
11. Пун је енергије	1	2	3	4	5
12. Започиње свађе са другима	1	2	3	4	5
13. Поуздан је радник	1	2	3	4	5
14. Може бити напет	1	2	3	4	5
15. Генијалан је, дубок мислилац	1	2	3	4	5
16. Ствара пуно ентузијазма	1	2	3	4	5

Project Partners



17. Има природу која опрашта	1	2	3	4	5
18. Има тенденцију да буде неорганизован	1	2	3	4	5
19. Много брине	1	2	3	4	5
20. Има активну машту	1	2	3	4	5
21. Има тенденцију да буде прилично	1	2	3	4	5
22. Генерално је поверљив	1	2	3	4	5
23. Склон је да буде лењ	1	2	3	4	5
24. Емоционално је стабилан, није лако узнемирен	1	2	3	4	5
25. Је инвентиван	1	2	3	4	5
26. Има асертивну личност	1	2	3	4	5
27. Може бити хладан и повучен	1	2	3	4	5
28. Устраје док се задатак не заврши	1	2	3	4	5
29. Може бити нерасположен	1	2	3	4	5
30. Цени уметничка, естетска искуства	1	2	3	4	5
31. Понекад је стидљив, инхибиран	1	2	3	4	5
32. Пажљив је и љубазан према скоро свима	1	2	3	4	5
33. Ради ствари ефикасно	1	2	3	4	5
34. Остаје миран у напетим ситуацијама	1	2	3	4	5
35. Преферира посао који је рутински	1	2	3	4	5
36. Одлазан је, друштвен	1	2	3	4	5
37. Понекад је груб према другима	1	2	3	4	5
38. Прави планове и прати их	1	2	3	4	5
39. Лако постаје нервозан	1	2	3	4	5
40. Воли да размишља, игра се идејама	1	2	3	4	5

Project Partners



41. Има мало уметничких интересовања	1	2	3	4	5
42. Воли да сарађује са другима	1	2	3	4	5
43. Лако се омета	1	2	3	4	5
44. Софистициран је у уметности, музици или књижевности	1	2	3	4	5

Израчунавање личних особина:

Екстраверзија: 1, 6р, 11, 16, 21р, 26, 31р, 36

Договорност: 2р, 7, 12р, 17, 22, 27р, 32, 37р, 42

Савесност: 3, 8р, 13, 18р, 23р, 28, 33, 38, 43р

Неуротицизам: 4, 9р, 14, 19, 24р, 29, 34р, 39

Отвореност: 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35р, 40, 41р, 44

Р – обрнути резултати

Лични ставови (Liñán & Chen, 2009): Молимо наведите свој ниво слагања са следећим реченицама од 1 (уопште се не слажем) до 7 (у потпуности се слажем).

Питање	Уопште се не слажем (1)	Не слажем се (2)	Делимично се не слажем (3)	Неутрално (4)	Делимично се слажем (5)	Слажем се (6)	У потпуности се слажем (7)
1. Бити предузетник за мене има више предности него недостатака.	1	2	3	4	5	6	7
2. Предузетничка каријера ми је привлачна.	1	2	3	4	5	6	7
3. Када бих имао прилику и ресурсе, волео бих да покренем фирму.	1	2	3	4	5	6	7

Project Partners



4. Бити предузетник би ми било велико задоволство.	1	2	3	4	5	6	7
5. Меѓу разним опцијама, више бих voleo да будем предузетник.	1	2	3	4	5	6	7

Субјективне норме: Ако бисте одлучили да покренете компанију, да ли би људи око вас одобрили ту одлуку? Означите од 1 (потпуно не одобравам) до 7 (потпуно одобравам).

	Уопште се не слажем (1)	Не слажем се (2)	Делимичн о се не слажем (3)	Неутралн о (4)	Делимичн о се слажем (5)	Слажем се (6)	У потпуност и се слажем (7)
1. Ваша блиска породица	1	2	3	4	5	6	7
2. Твоји пријатељи	1	2	3	4	5	6	7
3. Ваше колеге	1	2	3	4	5	6	7

Перципирана контрола понашања: У којој мери се слажете са следећим изјавама у вези са вашим предузетничким способностима? Оцените их од 1 (уопште се не слажем) до 7 (у потпуности се слажем).

	Уопште се не слажем (1)	Не слажем се (2)	Делимичн о се не слажем (3)	Неутралн о (4)	Делимичн о се слажем (5)	Слажем се (6)	У потпуност и се слажем (7)
1. Било би ми лако започети посао и одржати га.	1	2	3	4	5	6	7
2. Спреман сам да	1	2	3	4	5	6	7

Project Partners



започнем одрживи посао.							
3. Могу да контролишем процес стварања нове компаније.	1	2	3	4	5	6	7
4. Знам неопходне практичне детаље за покретање предузећа.	1	2	3	4	5	6	7
5. Знам како да развијем предузетничк и пројекат.	1	2	3	4	5	6	7
6. Ако бих покушао да покренем посао, имао бих велику вероватноћу за успех.	1	2	3	4	5	6	7

Предузетничка намера: Молимо наведите ниво слагања са следећим изјавама од 1 (уопште се не слажем) до 7 (у потпуности се слажем)

	Уопшт е се не слаже м (1)	Не слаже м се (2)	Делимичн о се не слажем (3)	Неутралн о (4)	Делимичн о се слажем (5)	Слаже м се (6)	У потпуност и се слажем (7)
1. Спреман сам на све да бих постао предузетник.	1	2	3	4	5	6	7
2. Мој професионалн и циљ је да постанем предузетник.	1	2	3	4	5	6	7
3. Покушаћу да покренем и	1	2	3	4	5	6	7

Project Partners



водим сопствену компанију.							
4. Одлучан сам да створим компанију у будућности.	1	2	3	4	5	6	7
5. Озбиљно сам размишљао о оснивању компаније.	1	2	3	4	5	6	7
6. Имам чврсту намеру да једног дана започнем посао.	1	2	3	4	5	6	7

Након конкурсног упитника, ученици ће израчунати просечне одговоре за сваки део и разговарати о резултатима међу вршњацима и са наставником. Они могу да говоре о томе које личне особине сматрају важним за будућег предузетника и колико им је важна екстраверзија, пријазност, савесност, неуротицизам и отвореност као Биг-5 личне особине за предузетника.

Project Partners



Зелено предузетништво

1. Преглед

Природни свет у коме живимо је скуп организама и елемената који су у интеракцији и чије је постојање одлучујуће за наш опстанак. Природни ресурси нису неограничени. Критични еколошки проблеми су доминирали јавном дебатом о заштити животне средине последњих деценија. Иако је вечна еволуција пословних активности допринела стварању знања и вештина које су довеле до невиђеног економског раста и просперитета, еколошки проблем је акутнији него икада.

Ни у једном другом периоду модерне историје еколошки изазови нису били тако интензивни. Животна средина је у кризи. Све већа глобална забринутост за климатске промене, исцрпљивање природних ресурса, дезертификација, губитак биодиверзитета и загађење водних ресурса поставили су дилему „развој или животна средина“ на нове темеље. Заштита животне средине је међу приоритетима европске и глобалне политике, а такође игра важну улогу у формулисању већине националних политика за одрживи развој.

Одрживи развој, дакле модел развоја који задовољава постојеће људске потребе без негативног утицаја на благостање и способност будућих генерација да задовоље сопствене потребе, дефинисан је као интеракција три различита, али у исто време потпуно међусобно зависна система: економски, друштвени и еколошки. Тежња ка одрживом развоју подразумева економску ефикасност и истовремено социјалну правду, заштиту животне средине и очување.

Зелена економија је развојни модел који препознаје међусобну повезаност привреде и производње са природним екосистемима и има за циљ да искључи (одвоји) раст привреде од уништавања животне средине. То је углавном повезано са ефектима економије на климатске промене и глобално загревање.

Зелено предузетништво је покушај да се помире две основне и наизглед супротстављене потребе: економски развој и заштита животне средине. Животна средина и конкурентност су комплементарни и нису конфликтни концепти, јер је заштита животне средине суштински услов за снажну конкурентност, а самим тим и одржив економски развој.

Модул „Зелено предузетништво“ има за циљ да пружи наставницима знања о главним принципима зеленог предузетништва и алатима потребним да то успешно пренесу својим

Project Partners



ученицима. Истиче се важност зеленог предузетништва нудећи наставницима преглед зелене економије, дајући примере добре пословне праксе и иновације у њиховим подукама. Кључни концепти укључују владине политике, потрошачке праксе одговорне за одрживи развој и еколошки прихватљиве системе управљања.

Циљеви учења

- ✓ Дефинишите и објасните основне принципе зеленог предузетништва.
- ✓ Препознајте критичну улогу зеленог предузетништва у решавању еколошких изазова.
- ✓ Објасните улогу коју зелено предузетништво може имати и као покретач профитабилности пословања и као средство заштите животне средине.
- ✓ Идентификујте важност понашања грађана/потрошача и владиних политика за промовисање зеленог предузетништва.
- ✓ Разликовати могућности и ризике који карактеришу зелено предузетништво, као и улогу алата и метода за осигурање квалитета животне средине.
- ✓ Разумети улогу зеленог предузетништва у промовисању развојног искуства, али и његовог односа са друштвеном одговорношћу.

Project Partners



2. Увод у зелено предузетништво и кључни концепти

Дуги низ година, приступ еколошким и развојним изазовима је направљен кроз одрживи развој који се обично сматра тачком сусрета потреба садашње генерације и способности будућих генерација да испуне своје потребе. Иако је овај приступ био продуктиван на много начина, недостајао му је јасан начин да се ти циљеви постигну. Зелени раст није замена за одрживи развој. Зелени раст се бави изазовима животне средине и састанцима о развоју, а ради се о искоришћавању могућности да се то двоје реализује заједно.

Борба против климатских промена је важна за избегавање озбиљних економских, друштвених и еколошких последица и одржавање стандарда благостања широм света. Потенцијал за прелазак на економију са ниским емисијама угљеника и постизање зеленог, одрживог раста показао се последњих година. У данашњим условима од суштинског је значаја преиспитивање односа предузетништва и животне средине.

Пример Интеракција између пословања и окружења

Однос интеракције пословне активности и животне средине у контексту одрживог развоја често се изражава моделом еко-ефикасности који се често дефинише и као продуктивност или ефикасност ресурса. Еколошка ефикасност значи тежњу за највећом могућом корисношћу по јединици сировине или природног/енергетског ресурса. Честа мера еко-ефикасности је потрошња горива изражена у км. по литру. Док километража изражава корисност, јединица мере литара у суштини показује количину горива која је потребна за постизање те корисности.

Међународни економски трендови упућују на пут озелењавању предузетништва. Трошкови коришћења ресурса и управљања производним отпадом, континуирани недостатак специфичних сировина као и увођење зелених такси указују на то да је реалнији и често лакши приступ за компанију да оствари профит кроз смањење трошкова везаних за животну средину. у поређењу са постизањем раста продаје. Рјешавање негативних ефеката производног процеса на природну средину предложено је као критичан стратешки приступ за пословну активност засновану на одрживом развоју али и развоју иновативних конкурентских предности. Зелени предузетници могу играти важну улогу у смањењу емисије гасова стаклене баште кроз своју компетенцију да развијају и развијају иновативна зелена решења. То би могла бити значајна

Project Partners



покретачка снага у глобалним напорима да се ублаже климатске промјене узроковане људским активностима уз помоћ јавних политика које промовишу зелено предузетништво.

Пример иницијативе за зелени раст

Иницијатива за осветљење Африке: Заједнички програм Светске банке и Међународне финансијске корпорације који има за циљ да помогне у развоју комерцијалних тржишта расвете ван мреже у подсахарској Африци. С намером да обезбеди безбедно, приступачно и модерно осветљење ван мреже за 2,5 милиона људи у Африци до 2012. године и за 250 милиона људи до 2030. године, програм мобилише приватни сектор да изгради одржива тржишта у Кенији, Гани, Танзанији, Етиопији, Сенегалу и Мали.

2.1. Дефиниција предузетништва и зеленог предузетништва

Предузетник се дефинише као појединац који узима почетну идеју и развија посао око ње, води посао и преузима ризик за његов успех или неуспех. Неки коментатори предлажу ширу дефиницију која укључује свакога ко оснива и управља пословањем, док други сугеришу да је предузетник неко ко иновира и води у одређеној области.

Додавањем „зеленог“ елемента дефиницији, зелени предузетник би се могао описати као појединац или компанија која предузима посао и покушава да пронађе нова решења за смањење утицаја на животну средину.

Једна уобичајена ствар код сваког (зеленог) предузетника је да започињу пословне подухвате са елементом ризика. Исоходе у најбољем случају није лако предвидети, а могућност неуспеха увек постоји. Као и сваки други предузетник, зелени бизнис пролази кроз процес процене нове могућности, стицања финансијских средстава, израде пословног плана и успешног управљања новим пословним подухватом.

Заједничка карактеристика зелених предузетника је да њихово пословање, иако нема сваки његов елемент неутрално или позитивно, има укупан позитиван утицај на природно окружење и показује пут ка одрживијем друштву. Заиста, није вероватно да је посао било ког зеленог предузетника 100% зелен. Мора да постоји сектор у пословању где се користи неки ресурс или услуга која није еколошки прихватљива, а производи отпад. Ипак, зелени предузетници доносе нове производе или услуге на тржишта која имају укупан позитиван утицај на животну средину.

Project Partners



2.2. Различите категорије зеленог предузетништва

Предузетништво и животна средина засновани су на перцепцији вредности. Ставови који се односе на питања животне средине стварају могућности које се могу предузетнички искористити. Предузетници који се баве животном средином не само да препознају области вредности, већ и граде стварна предузећа како би промовисали промене у друштву (Anderson, 1998). Литература о зеленој економији препознаје четири различите категорије зелених предузетника:

1. Иновативни предузетник је вођен опортунистом финансијске добити који уочава еколошку нишу или прилику. На овај тип зеленог предузетника углавном су утицали структурни покретачи попут регулативе.
2. Визионарски тип, идеалиста који покушава да трансформише свет, визуализује одрживу будућност и спреман је да предузме значајну структурну промену, водећи еко-иновацију. Систем личних уверења оваквог зеленог предузетника као најважније циљеве види заштиту природне средине и одрживи развој.
3. Етички маверицк. Индивидуалиста са сличним искуствима из прошлости, а не неко ко замишља свет који се мења. Етички различити су заинтересовани за оснивање алтернативних предузећа, а не конвенционалних предузећа.
4. Случајни зелени предузетник. Ова врста покретачке снаге зеленог предузетника је профит. Односи се на појединце првенствено мотивисане финансијским циљевима, а не било којим специфичним еколошким вредностима. Овај тип зеленог предузетника је неко ко је био под утицајем других пре него што је постао зелени предузетник.

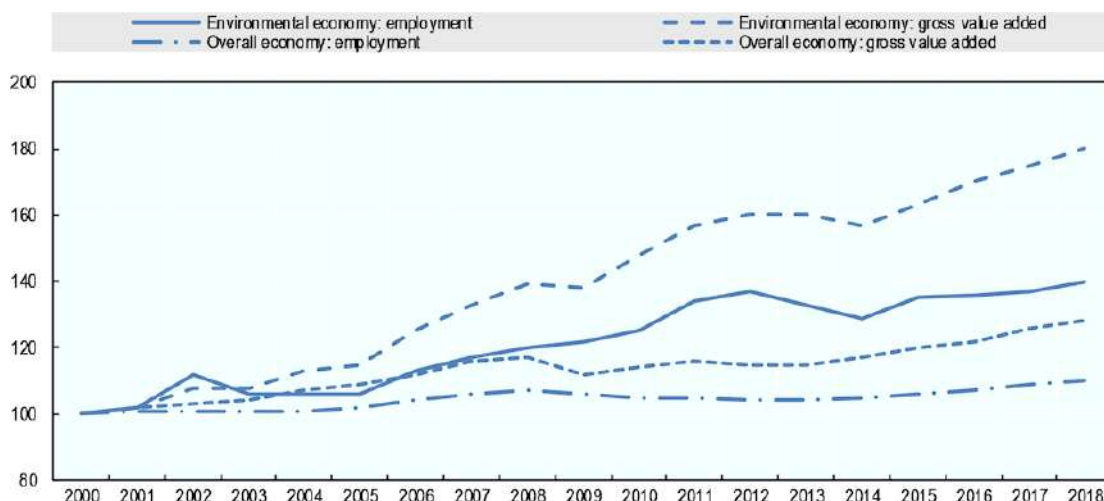
Закључује се да у редовима зелених предузетника постоје дубоке разлике у значају који придају овом циљу, као у дефиницијама или терминологији. Користе се и термини као што су „екопренеур“, који се односе на особу која настоји да трансформише сектор привреде ка одрживости тако што ће започети посао у том сектору са зеленим дизајном, зеленим процесима и доживотном посвећеношћу одрживости у свему. то је речено и учињено” (Isaak, 2002), било је и креативних предузетника широм света који су идентификовали неколико могућности које произилазе из побољшаних еколошких перформанси и користи и тако су свој посао претворили у зелено. Зелени предузетници се могу мапирати у четири широка типа дуж две димензије:

Project Partners



тражење профита наспрам друштвене мисије и стартапа наспрам етаблираних фирми. Сваки тип зеленог предузетника има различите подстицаје и жељене резултате (Nikolaou, et al., 2018).

Зелено предузетништво је модеран облик привредне активности који задовољава потребе профитабилности и раста пословања узимајући у обзир и еколошку димензију, третирајући га као прилику, а не као препреку. Све више компанија широм света настоји да помогне у заштити животне средине и ограничавању климатских промена улажући у истраживање и развој зелених технологија и пракси.



Source: Eurostat (2022).

Индустрија почиње да преузима активнију улогу у испуњавању обавеза о климатским променама, вођена факторима као што су:

- одговарање на потражњу потрошача и предузећа,
- пионирске конкурентске предности развојем, развојем и тражењем нових технологија и процеса,
- нова тржишта која се развијају око емисије гасова стаклене баште,
- глобални ланци снабдевања који реагују на промене регулаторних и куповних захтева,
- продаја услуга и производа ниске емисије ГХГ (гасова стаклене баште),
- и повећање економских трошкова повезаних са климатским променама.

Project Partners



У том контексту, међу социјалним партнерима и оператерима савременог економског система истакнута је значајна предузетничка активност која послује и развија комбинујући заштиту животне средине и одржавање њеног квалитета. Карактерише облик предузетништва који прати еколошки одговорне производне и оперативне процесе, док истовремено промовише понуду производа и/или услуга са својствима која их чине еколошки прихватљивим.

Осим напора приватног сектора, владине политике су од виталног значаја за зелену транзицију. Anderson and Wolff (1996) идентификују пословни сектор, потрошњу и владину политику као главне силе у економском систему и одлучујуће факторе за заштиту животне средине. Владине акције су потребне да би се смањила штета по животну средину и осигурало јавно здравље, за развој тржишта и зеленије технологије и услуге. Чак и када се ове политике спроводе исправно, улагање у развој нових технологија може бити скупо и ризично за предузећа у раној фази. Као иу другим областима, специфичне мере из пакета иновацијске политике могу бити потребне за решавање тржишних неуспеха који ометају развој и ширење нових зелених технологија.

Пословна активност, као део привредног система и производње добара и услуга, има активну улогу у промовисању одрживог развоја. Имајући у виду да се законодавство о животној средини повећава у обиму, у неколико одредби и прописа, као и притисци интересних група потрошача по питањима од значаја за животну средину, онда индивидуални бизнис има снажан подстицај да делује активније и интегрише се у своју стратегијску праксу. за животну средину.

Зелено предузетништво прати стратешко планирање које ставља нагласак на ефикасније коришћење природних ресурса, правилно управљање отпадом из производних процеса, оптимално задовољство потрошача кроз иновативне производе и решавање развојних изазова кроз холистички приступ обнављању природне средине.

На зелено предузетништво утиче неколико основних фактора. Потреба да се друштва прилагоде окружењу је главни фактор који покреће зелено предузетништво. Како притисци на животну средину постају све интензивнији, друштва траже да се позабаве одрживијим начином живота. Потражња за зеленим производима и услугама расте, а глобална тржишта траже компаније и технологије које су погодне за климу. На пример, Париски споразум је довео до процењених 23 трилиона УСД могућности улагања на тржиштима у развоју између 2016. и 2030 (IFC 2016).

Сектор	Пример технологије
--------	--------------------

Project Partners



Електрични приступ	Паметне електричне мреже Технологије ван мреже као што је локална турбина на ветар
Климатске промене/ Смањење емисија	Паметне електричне мреже Технологије обновљиве енергије: ветар, соларна, геотермална, морска енергија, биомаса, хидроенергија итд. Електрична и хибридна возила Захватање и складиштење угљеника Инфраструктура отпорна на климу: морски зидови, капацитет дренаже, управљање водама, шумама и биодиверзитетом итд.
Пољопривреда	Механичко наводњавање и пољопривредна техника Усјеви отпорни на сушу и начини узгоја
Изградња енергетске ефикасности	Паметне електричне мреже и паметна бројила Топлотна изолација Енергетски ефикасно осветљење Пећи које регенеришу енергију користећи термоелектричне генераторе
Превоз	Аутобуски брзи транзит Возила и горива са ниским емисијама: биогаз, хибридна и електрична возила са прикључком на струју

2.3. Предности зеленог предузетништва

С обзиром да је усклађеност са законским и регулаторним оквиром за животну средину полазна тачка за зелено предузетништво, појединачне фазе могућности укључују директне и индиректне користи за пословање. Директне користи у унутрашњем окружењу компаније као што су смањење трошкова и друге директне економске користи постижу се уштедом ресурса, побољшањем енергетске ефикасности и смањењем отпада. Све уштеде које долазе од озелењавања пословања имају позитиван утицај на профитну маржу организације.

Док непосредне користи долазе од смањења оперативних трошкова, индиректне користи се тичу унутрашњег окружења пословања. Посебно привлачење и задржавање квалитетне радне снаге уз изградњу јаке организационе културе/тимског духа. Запослени више воле да раде за

Project Partners



еколошки одговорну компанију и слично, кандидати за посао (са свим осталим параметрима једнаким) ће радије радити за организацију која доследно управља својим утицајем на животну средину. Истакнуто је да компаније које примењују зелену политику и систематску праксу еколошке одговорности уживају већу продуктивност рада уз све финансијске користи које из тога проистичу.

Озелењавање пословних активности такође повећава укупну пословну вредност. Производни објекти који имају ниску емисију ЦО₂ или високу енергетску ефикасност доприносе већој укупној рачуноводственој процени вредности пословања у поређењу са конвенционалним пословањем. Поред тога, смањена је вероватноћа кршења еколошког законодавства (што резултира новчаним казнама или другим санкцијама које могу бити изречене), што ствара додатне индиректне користи за финансијске резултате компаније.

Међутим, осим финансијског и организационог профита, зелено пословање има користи од диверзификације тржишта на којем компанија послује и експлоатације нових и тржишта у настајању. Најважнија прилика коју пружа озелењавање пословања је подстицање брендирања, имена које препознајемо као припадност и уклапање у организацију или производ. Ово је посебно изражено у предузећима терцијарног сектора где су трошкови сировина, отпада и воде обично мали део оперативних трошкова. Зелена предузећа имају тенденцију да уживају веће тржишно поштовање, привлаче еколошки свесне купце и побеђују на јавним и приватним тендерима.

2.4. Потенцијални ризици зеленог предузетништва

Међутим, прелазак на зелено предузетништво и еколошки одговорну привредну активност неминовно укључује потенцијалне ризике који могу довести до неуспеха читавог пословног подухвата. Главни интерни ризик је одвајање еколошких акција компаније од њених финансијских резултата. У сваком случају, планирање и праксе осмишљене и спроведене за озелењавање пословне активности не смеју да превазиђу способност ове друге да буде економски ефикасна, односно профитабилна. Прецењивање финансијске одрживости пословања превеликим фокусирањем на улагања у еколошки прихватљив рад и производњу може довести до губитака или још горе до престанка пословања. Три главна спољна ризика се тичу:

Project Partners



1. нереално истраживање и евалуација зелених тржишта у настајању
2. улагање у технологије и зелене праксе које нису 'сазреле' или временски тестиране, и
3. критика на рачун компаније када покушава да пројектује проеколошки имиџ у јавности, који је значајно удаљен од реалности и праксе коју организација следи (греенвасх).

Већина зелених тржишта роба и услуга се још формира, а квота потрошача који су вољни да их купе (чак и скупље) је и даље релативно мала. Из ових разлога, квалитет зелених производа/услуга треба да буде сличан или виши од конвенционалних. Штавише, методама дизајна зелених производа потребан је одређени период развоја, прилагођавања и тестирања како би технологије и праксе које ће се развијати сазреле и кренуле у производњу великих размера. Улагање у недовршене зелене технологије и праксе које нису спремне за масовну производњу је уобичајена грешка која се налази у индустрији зеленог предузетништва, потенцијални ризик који може довести до неуспеха читавог подухвата.

Коначно, дефинишући ризик који може непоправљиво оштетити зелено предузетништво је превелик нагласак на про-еколошком профилу организације или зеленим својствима произведеног производа/услуге када релевантне тврдње нису 100% тачне. И док ефекти таквих пракси могу бити привремени за гигантске компаније, за мала предузећа могу озбиљно наштетити репутацији и бази купаца.

Project Partners



3. Зелене вештине

Климатске промене и деградација животне средине угрожавају наше благостање и животни стандард широм света данас и у будућности. Најновији извештај ИПЦЦ-а, Међувладиног панела Уједињених нација за климатске промене, поново је потврдио да су људске активности изазвале климатске промене без преседана. Ово већ има катастрофалан глобални утицај кроз повећану учесталост екстремних временских догађаја и последично природних катастрофа. Екстремни недавни временски догађаји су нас на најгори могући начин подсетили на трагичне последице климатске кризе на заједнице широм света. Ове године је одржано неколико међународних конференција за владе земаља да би разговарале о овим импликацијама. Такве дискусије одржане су на Генералној скупштини УН и на Конференцији у Глазгову (COP26), где је фокус разматрања био на убрзању транзиције ка зеленијој економији.

Између осталог, глобална потреба да се ограничи климатске промене значи да су нам потребни људски ресурси са потребним вештинама за стварање и одржавање нових еколошких индустрија, услуга и пракси. Стога је важно, у овом тренутку, нагласити да су зелене вештине од виталног значаја за ову трансформацију. Али који су то „зелени“ послови за којима је највећа потражња на тржишту?

Општи појам „вештине“ може се дефинисати као комбинација перцепција, знања, способности и искуства потребних за обављање одређеног задатка или посла. Једна од најраспрострањенијих и најшире коришћених таксономија у области учења, која се приближава наведеним концептима (знање, вештине, ставови), је типологија образовних циљева коју су предложили Bloom и његове колеге (1956), позната и под акронимом КСА. (знања, вештине, ставови).

3.1. Категорије зелених вештина

Према CEDEFOP (2014), зелене вештине се могу поделити у три категорије:

- Опште зелене вештине помажу у развијању свести или спровођењу акција које ефикасно користе ресурсе.
- Потребне су специфичне зелене вештине за примену стандарда и процедура за заштиту екосистема и биодиверзитета и за смањење потрошње енергије, материјала и воде.

Project Partners



- Високо специјализоване зелене вештине су потребне за развој и примену зелених технологија као што су обновљиви извори енергије, третман отпадних вода или рециклажа.

Зелени послови су већ веома тражени. Очекује се да ће милиони нових радних места бити отворени током следеће деценије захваљујући новим климатским политикама и обавезама. Међународна организација рада (ILO) предвиђа да ће до 2030. године бити отворено 24 милиона нових радних места у зеленој економији.

Према ОЕЦД-у (2005), одрживи развој значајно зависи од вештина становништва – где под појмом вештине подразумевамо не само знање већ и ставове и вредности у којима се грађани „образују“ кроз обавезно опште образовање које свака држава пружа својим грађанима.

3.2. Прелазак у зелене вештине

Постоји све већи консензус да се за поседовање кључних вештина неопходних за прелазак на економију са ниским садржајем угљеника, много бриге мора посветити унапређењу постојећих вештина, а не развоју нових програма и обуци за испоруку нових.

Од 2017. године потражња за зеленим вештинама је драматично порасла. То је зато што и компаније и владе улажу велике напоре да испуне своје циљеве одрживости. Чини се да је потражња за пословима у сектору нафте и гаса смањена, док је потражња за еколошким позицијама порасла.

Аутомобилски сектор је такође сектор високог приоритета у Немачкој, Француској и Великој Британији због користи за запошљавање и индустријских области од реструктурирања и улагања у нова возила. Такође, настављају се велике инвестиције у еколошку инфраструктуру, производе и услуге, кроз владине инвестиционе програме, комуналне услуге и добављаче.

Зелене вештине су знање, способности, вредности и ставови потребни за живот, развој и подршку одрживој економији која користи ресурсе, а самим тим и друштву. То су оне вештине које помажу у спречавању, праћењу или борби против загађења животне средине. Такође, сматра се да зелене вештине помажу у побољшању управљања и одржавања природних ресурса, које компаније користе за производњу добара и пружање услуга.

Још једна веома интересантна ствар је чињеница да како се повећава потражња за зеленим пословима, изгледа да послодавци траже зелене вештине уместо универзитетске дипломе. То је

Project Partners



зато што тренутно постоји велика потражња и мала понуда. Нема мало случајева да финансијски инвеститори ангажују научнике специјализоване за климу, а да они немају никакву обуку о финансијским питањима. А то је зато што верују да могу боље проценити климатске предности предстојеће инвестиције. Кандидати са зеленим вештинама „зелени таленти“ успевају да се истакну док пролазе кроз различите стандарде евалуације. „Зелени“ таленат је неко ко има бар једну вештину у својој биографији која би могла бити корисна у еколошком пројекту или неко ко ради на зеленом послу.

3.3. Нове зелене професије или постојеће професије постају „зеленије“?

Често је изазовно направити разлику између нових професија које се развијају са фокусом на животну средину и постојећих професија које постају зеленије и то захтева значајан ниво просуђивања. Системи за одређивање потреба за вештинама заснованим на животној средини и одговор на те потребе већ су успостављени у већини земаља ЕУ.

Национална истраживања проналазе општи проблем у покушају да се разликују нове професије од еволуција и промена у постојећим. Политика заштите животне средине и сродни програми вероватно неће довести до потпуно нових каријера у складу са новонасталим одговорностима. Стога је упитан степен развоја и промене профила постојећих вештина, да ли би то довело до нове професије или би променило постојећу.

Послодавци почињу да захтевају да запослени знају како да раде свој посао на одржив начин. Последњих година дошло је до огромног повећања потражње за зеленим вештинама, достижући двоцифрене или троцифрене стопе. Лидери широм пословног спектра поставили су веома амбициозне пословне циљеве за смањење емисије угљен-диоксида. Области у којима се види ова потражња су управљање екосистемом, политика животне средине и одрживост. Послодавци почињу да траже запослене који знају како да раде свој посао одрживо.

У већини случајева, најбољи кандидати су они са високо специјализованим вештинама, који већ имају зелену каријеру (еколошки радници, менаџери одрживости, биолози, пољопривредници). Развој „зелених“ талената убрзано расте у рударској и енергетској индустрији. Међутим, примећује се значајна промена трендова. Постоји повећана потражња за зеленим вештинама у секторима који нису традиционално зелени. Зелени послови су се проширили на широк спектар индустрија. Од најочигледнијих као што је индустрија обновљиве енергије, до мање очекиваних

Project Partners



као што су финансије, модна технологија и транспорт. Међутим, укупан проценат зелених послова је много већи у здравству, пољопривреди, саобраћају и грађевинарству.

Пример зелене економије и грађевинског сектора

Процењује се да грађевинска индустрија троши приближно 40-50% природних сировина које људи користе (око 3 милијарде тона материјала годишње), више него било који други индустријски сектор. Истовремено, он је одговоран за 30-50% укупног отпада индустријализованих земаља. Истовремено, грађевински сектор у ЕУ у просеку троши око 40% енергије, доприносећи одговарајућим процентом емисијама ЦО₂.

Борба против климатских промена је приоритет и климатске акције већ пружају могућности за садашњост и будућност. Потреба да се пређе на одрживе и еколошки прихватљиве методе производње и потрошње постала је неопходна, како за развијене земље тако и за земље у развоју. Прелазак на зелену економију, економију која користи ресурсе, захтева промене које ће резултирати новим пословним моделима, производима/услугама и променом производних процеса. Ово озелењавање ће засигурно променити потребне вештине, усавршавање и преквалификацију, као и задатке у многим постојећим занимањима и секторима.

Европа је увек била пионир у таквим акцијама, испуњавајући амбиције транзиције. Брза транзиција ка климатски неутралној Европи, као и дигитална трансформација мењају наш свакодневни живот и начин на који радимо, учимо и комуницирамо.

Европа може достићи ове изгледе само ако људи развију праве вештине. Кључни изазови захтевају посебну пажњу. Оснаживање жена, отварање тржишта рада за особе са инвалидитетом, равнотежа између посла и живота и промена демографије.

Све земље ЕУ се фокусирају на исте области „зеленог потенцијала“ – енергетску ефикасност зграда, обновљиву енергију, грађевинарство и транспорт – које одражавају доминантан нагласак на климатским променама. Ово одражава значај који се придаје смањењу гасова стаклене баште, као и потенцијал за повећање националне енергетске безбедности и промовисање запошљавања.

Многи Европљани ће морати да се преквалификују у новој вештини или да унапреде своје постојеће вештине како би се прилагодили промењеном тржишту рада. Да би подржала отпоран и правичан опоравак, Европска комисија је покренула Пакт за вештине и позвала појединце и

Project Partners



предузећа да делују, развију више и боље вештине и примене их. Средства за побољшање zelenih вештина у радној снази су образовање и обука.

3.4. Зелене вештине за чисту технологију

Све је већа подршка за производе и услуге који побољшавају оперативне перформансе и ефикасност уз истовремено смањење инпута, отпада и потрошње енергије (чиста технологија). Ово је довело до нових професија, као што су менаџери и оператери система обновљивих извора енергије, и хибридних или међусекторских професионалних активности, као што су енергетски прегледи и услуге енергетске ефикасности.

Ова занимања нису сасвим нова и често су спој вештина из сродних професија. Студија (у Данској) коју су спровели Brøndum & Fliess (2009) прегледала је нова занимања која су се појавила због нових тржишних могућности које пружају еколошки прихватљива решења и открила је да 12 области компетенција карактеришу занимања чисте технологије:

1. разумевање тржишта и понашања корисника (спецификација решења)
2. утицај глобализације – конкурентска предност, пословни модели, партнерства
3. иновација (процес, производ, пословни модели)
4. информационо-комуникационе технологије
5. ИКТ – познавање технологије производње
6. уградњу и одржавање
7. познавање технологије материјала, као што су алтернативни материјали, поновна употреба материјала
8. животна средина, клима, одрживост
9. комуникацијске вештине – укључујући познавање енглеског језика и тимски рад
10. процес и планирање
11. аутоматизација
12. испитивање и документовање

Све у свему, литература показује јаз у практичним зеленим вештинама у поређењу са општијим зеленим вештинама и због тога запослени често планирају курсеве образовања и обуке у практичнијим зеленим активностима.

Project Partners



Јавне организације и приватни сектор, националне, регионалне и локалне власти, пружаоци образовања и обуке, компаније и радници имају кључну улогу. Требало би да удруже снаге како би унапредили и обучили људе у Европи. Циљ је побољшати релевантност вјештина у ЕУ, ојачати одрживу конкурентност и осигурати социјалну праведност. Пакт за вештине пружа размену знања, могућности умрежавања, смернице и информације о релевантном финансирању ЕУ.

Изградња партнерстава и стварање конкретних обавеза за усавршавање и преквалификацију широм Европе је приоритет. Европске компаније наводе да недостатак вештина кочи њихова улагања. Сви потенцијални партнери, било да су у јавном или приватном сектору, националном или регионалном, требало би да се придруже иницијативи за подизање и преквалификацију. Неколико сектора пролази кроз промене без преседана јер се многа занимања и процеси редефинишу, а одређене вештине слабе на значају. У овим изазовним временима, Пакт за вештине доприноси ефектима снажно повезује релевантне заинтересоване стране и утире пут новом моделу за развој вештина.

3.5. Потреба за стратегијом зелених вештина унутар предузећа

Упркос укључивању у еколошке стратегије и програме обуке појединих индивидуалних вештина, и прогресивног развоја различитих еколошких програма у контексту стручног оспособљавања и високог образовања, не постоје јасне националне стратегије које имају за циљ покривање потреба за вештинама зелене економије. У свим државама чланицама постоје јавни стратешки документи који се односе на идентификацију потребе за додатном обуком, али изгледа да не постоји свеобухватна свеобухватна стратегија за обуку вештина која идентификује потребе за вештинама укључених занимања.

Временом ће од постојећих или будућих образовних структура бити затражено да се интегришу у своје наставне планове и програме који ће обезбедити неопходне ресурсе за „зеленог радника“. Убудуће ће сви послови бити зелени. Разумевање утицаја занимања на животну средину мора бити интегрисано у системе образовања и стручне обуке. Већи нагласак треба ставити на обуку наставника. Нема довољно наставника са знањем о питањима животне средине и вештинама да подучавају нове технике. Несташице су посебно озбиљне у пољопривредном и грађевинском сектору.

Project Partners



Да би се обезбедило успешно ангажовање, заинтересоване стране треба да разумеју сврху и циљеве иницијативе. Важност обезбеђивања јаке везе између стратегија и актера на терену, убеђивања и укључивања свих релевантних актера. Општи оквир вештина које тржиште зеленог пословања данас захтева од својих радника може се дефинисати на следећи начин:

- Еколошко пројектовање и пружање стручних еколошких консултација
- Сертификација еколошких стандарда
- Процена утицаја пројекта на животну средину
- Познавање еколошки прихватљивих материјала и процена животног циклуса производа
- Познавање Европског система трговања емисијама ЦО₂
- Прорачун енергетске ефикасности зграда
- Стручност и способност примене механичких, хемијских и биолошких метода ремедијације животне средине.
- Побољшане вештине у ручним занимањима као што су пољопривреда, шумарство и риболов.

Зелени раст настоји да успостави путеве за одрживи развој кроз комбинацију иновација приватног сектора и ангажовања у оквиру подржавајућег националног и међународног политичког контекста. Има за циљ да се суочи са три изазова истовремено: подстицање развоја и смањење сиромаштва, стварање нових и живахнијих економија заснованих на чистим технологијама и обезбеђивање све зеленијег света. Предвиђање потреба за зеленим вештинама обично се спроводи ад хоц, углавном од стране регионалних агенција и индустрије, обично у малом обиму и у вези са одређеним занимањем. Тамо где се развој вештина одвија у оквиру формалног образовног система, он се фокусира на напредак нових програма у високом образовању и усавршавању у каријери. Тамо где образовни системи нису у могућности да обезбеде потребну обуку, примећена је мешавина планираних и ад хоц мера, које укључују локалне власти, представнике сектора и компаније.

Потреба за побољшањем постојећих система образовања и обуке како би се задовољила потреба за вештинама које не утичу на животну средину је широко документована. Нагласак на побољшању обично се ставља на почетно стручно образовање и обуку, а не толико на континуирано образовање одраслих или високо образовање. Студије случаја у националним

Project Partners





извештајима пружају снажне доказе о напретку у обезбеђивању ових побољшања и могу послужити као добри примери.

Project Partners



4. Настава зеленог предузетништва

Питања животне средине, климатске промене и одрживи развој су неке од најхитнијих брига нашег времена. Образовање о зеленом предузетништву не би требало да се спроводи са традиционалним погледом на процес, већ са приступом заснованим на пракси, користећи избор пракси, који укључује игру, емпатију, стварање и експериментисање. Ефикасно преношење принципа зеленог предузетништва студентима захтева промишљен приступ који комбинује иновативне наставне методе и одговарајуће ресурсе. Као едукатори, од суштинске је важности да препознају јединствене изазове и могућности повезане са интеграцијом одрживости у образовање о предузетништву. Овај одељак пружа увид у ефикасне наставне методе и ресурсе који могу подстаћи свеобухватно разумевање зеленог предузетништва међу студентима.

Иновативне наставне методе:

- Учење засновано на пројектима: Укључите ученике у практична, пројектна искуства учења која им омогућавају да развију и имплементирају одрживе пословне идеје. Доделите задатке који их изазивају да критички размишљају о еколошким и друштвеним утицајима њихових предузетничких подухвата.
- Гостујући говорници и теренске посете: Позовите успешне зелене предузетнике и стручњаке за одрживост да поделе своја искуства са студентима. Организујте теренске посете одрживим предузећима, еколошким објектима или еколошким организацијама да бисте пружили увид у стварни свет.

Интерактивни ресурси:

- Студије случаја: Користите студије случаја које истичу успешне зелене предузетничке подухвате. Ови примери из стварног света могу понудити практичне лекције о превазилажењу изазова, мерењу утицаја на животну средину и креирању одрживог пословног модела.
- Онлине платформе: Искористите онлајн платформе које пружају ресурсе о зеленом предузетништву, пракси одрживости и еколошким пословним моделима. Укључите интерактивне симулације или игре које омогућавају ученицима да истраже последице својих пословних одлука на животну средину.

Интеграција одрживости:

Project Partners



- Интеграција наставног плана и програма: Унети принципе одрживости у постојећи наставни план и програм за предузетништво. Истакните важност размишљања троструког дна, где студенти разматрају не само профит већ и еколошке и друштвене импликације својих пословних одлука.
- Међудисциплинарне везе: Сарађујте са другим предметним областима како бисте створили искуство међудисциплинарног учења. Истражите везе између науке, економије и етике да бисте нагласили међуповезану природу зеленог предузетништва.

Практична примена:

- Предузетнички инкубатори: Успоставите предузетничке инкубаторе у оквиру школског окружења, где ученици могу да размишљају, развијају и лансирају своје зелене пословне идеје. Обезбедите менторство и ресурсе који ће им помоћи да се снађу у изазовима одрживог предузетништва.
- Пројекти ангажовања заједнице: Охрабрите ученике да покрену пројекте који се баве локалним еколошким питањима. Ово практично искуство им омогућава да примене теоријско знање на проблеме у стварном свету, подстичући осећај друштвене одговорности.

Стратегије процене:

- Процена пројекта: Оцените ученике на основу утицаја на животну средину и друштво њихових предузетничких пројеката. Размотрите одрживост њихових пословних модела, ефикасност њихових решења и њихову способност да саопште шире користи заједници.
- Рефлексија и извештавање: Интегрисати рефлексивне праксе у процене, подстичући ученике да критички процене аспекте одрживости својих подухвата. Захтевајте од њих да припреме извештаје који оцртавају еколошка и социјална разматрања уграђена у њихове пословне планове.

У закључку, подучавање зеленог предузетништва захтева динамичну мешавину иновативних наставних метода, курираних ресурса и свеобухватну интеграцију принципа одрживости. Пружајући студентима богато искуство учења које комбинује теорију са практичним применама, наставници могу да оснаже следећу генерацију да буду еколошки свесни и друштвено одговорни предузетници.

Project Partners



5. Зелени пословни модели

5.1. Истраживање могућности зеленог пословања

Кретање на путовање истраживања могућности зеленог пословања може бити трансформативно и утицајно искуство за студенте, које ће их опремити знањем и начином размишљања да допринесу одрживој будућности. Следећи предлози могу да буду водич за ученике да истраже могућности зеленог пословања како сада тако и у њиховом каснијем одраслом животу:

Еколошка свест:

Започните данас: Почните са изградњом јаких темеља еколошке свести. Будите информисани о актуелним питањима животне средине, климатским променама и новим трендовима одрживости. Пратите реномиране изворе вести, документарне филмове и еколошке организације да бисте разумели изазове са којима се наша планета суочава.

Ваннаставно ангажовање:

Придружите се еколошким клубовима: Учествојте или покрените еколошке клубове у вашој школи или заједници. Ове платформе нуде могућности за интеракцију са појединцима истомишљеника, дељење идеја и сарадњу на еколошки свесним пројектима.

Истраживање и иновације:

Истражите зелене технологије: Уроните у истраживање зелених технологија и иновација. Будите радознали о напретку у обновљивим изворима енергије, одрживој пољопривреди, смањењу отпада и еколошки прихватљивим материјалима. Разумевање најновијих дешавања отвориће вам очи за потенцијалне пословне могућности.

Умрежавање:

Повежите се са зеленим предузетницима: Учествојте у радионицама, семинарима или умрежавању који се фокусирају на одрживост и зелено предузетништво. Повежите се са предузетницима на терену, учите из њихових искустава и тражите менторство које ће водити ваше путовање.

Стажирање и волонтерски рад:

Project Partners



Одаберите могућности фокусиране на одрживост: Потражите прилике за стажирање или волонтирање у организацијама којима је одрживост приоритет. Ово практично искуство ће пружити увид у свакодневно пословање предузећа посвећених еколошкој одговорности.

Предузетнички начин размишљања:

Размишљање ван Профита: Негујте предузетнички начин размишљања који превазилази профит. Узмите у обзир троструку крајњу линију – људи, планета и профит. Истражите пословне идеје које позитивно доприносе животној средини и друштву, а истовремено обезбеђују финансијску одрживост.

Пристап решавању проблема:

Идентификујте локалне изазове: Препознајте еколошке изазове специфичне за вашу локалну заједницу. Било да се ради о управљању отпадом, енергетској ефикасности или очувању биодиверзитета, идентификовање локалних проблема може довести до утицајних зелених пословних решења заснованих на заједници.

Сарадња и партнерства:

Изградите мрежу: Подстичите сарадњу са колегама, професорима и професионалцима који деле интерес за одрживост. Заједнички напори могу довести до развоја иновативних пословних модела који се баве сложеним еколошким изазовима.

Будите технички паметни:

Истражите зелене технологије: Упознајте се са зеленим технологијама и како се оне могу интегрисати у пословне моделе. Технологије као што су решења за обновљиву енергију, апликације за одрживу пољопривреду и еколошки прихватљиве иновације производа представљају узбудљиве могућности.

Континуирано учење:

Будите информисани: Пејзаж зеленог пословања се непрестано развија. Будите информисани о тржишним трендовима, променама политике и технологијама у настајању. Континуирано учење ће вас оснажити да се прилагодите и иновирате у свету одрживог предузетништва који се стално мења.

Project Partners



Предузетнички курсеви и програми:

Упишите се на релевантне курсеви: Искористите предности курсева и програма који се посебно фокусирају на одрживе пословне праксе. Многе онлајн платформе и институције нуде сертификате или дипломе из зеленог предузетништва.

Прихватајући ове кораке, студенти могу поставити темеље за истраживање зелених пословних могућности током свог академског пута и даље. Било да покрећу пројекте у школи, похађају одрживе смерове или се ангажују у еколошки свесним ваннаставним активностима, ученици могу активно да допринесу изградњи зеленије, одрживије будућности.

Embarking on the journey of exploring green business opportunities can be a transformative and impactful experience for students, equipping them with the knowledge and mindset to contribute to a sustainable future. The following suggestions can be a guide for students to explore green business opportunities both now and in their later adult life:

5.2. Студије случаја успешних зелених предузетника

Елон Муск - Тесла, Инц.: Елон Муск је истакнути предузетник познат по својој посвећености одрживом транспорту. Тесла, Инц., коју је основао Муск, постала је глобални лидер у електричним возилима (ЕВ) и решењима за обновљиву енергију. Теслини електрични аутомобили, соларни производи и решења за складиштење енергије имају за циљ смањење зависности од фосилних горива. Мускова визија превазилази профит, фокусирајући се на стварање одрживе будућности за транспорт и енергију.

Wang Shi - Vanke: Wang Shi, оснивач Vanke Co., је пионир у зеленој градњи и одрживом урбаном развоју. Ванке је један од највећих кинеских инвеститора за некретнине. Ванке даје приоритет еколошкој архитектури, енергетски ефикасним зградама и зеленом урбанистичком планирању. Руководство Ванг Шија наглашава интеграцију одрживости у срж развоја некретнина.

Denise Coates - Tesla Solar Roof: Denise Coates, извршни директор Тесла Солар Рооф, одиграла је кључну улогу у револуционарању индустрије соларне енергије. Тесла Соларни кров нуди естетски угодна соларна решења за стамбене и пословне зграде. Coates је предводио развој соларних кровних плочица које се неприметно уклапају са традиционалним кровним материјалима. Ова иновација чини обновљиву енергију приступачнијом и визуелно привлачнијом, подстицајући широко усвајање.

Project Partners



Dale Vince - Ecotricity: Dale Vince, оснивач Ecotricity, је зелени предузетник посвећен обновљивој енергији. Ecotricity је зелена енергетска компанија која обезбеђује чисту електричну енергију купцима у Великој Британији. Винсова компанија се фокусира на производњу енергије ветра и сунца. Еколошка енергија је одиграла значајну улогу у промовисању коришћења чистих извора енергије и смањењу ослањања на необновљиве опције.

Tom Szaky - TerraCycle: Tom Szaky, оснивач TerraCycle, је визионарски предузетник који се фокусира на смањење отпада и рециклажу. TerraCycle, је познат по свом иновативном приступу пренамени материјала који се тешко рециклирају. Сзакијева компанија се бави прерадом, стварајући нове производе од материјала који се традиционално сматрају отпадом. Успех TerraCycle наглашава потенцијал циркуларне економије у минимизирању утицаја на животну средину.

Safia Minney - People Tree: Safia Minney, оснивач People Tree, је пионир одрживог начина. Пеопле Трее је фер трговина и одрживи модни бренд који наглашава етичку праксу у модној индустрији. Минијева посвећеност принципима фер трговине утицала је на модну индустрију промовишући транспарентност, етичко тражење извора и оснаживање занатлија. Пеопле Трее показује да одрживе праксе могу напредовати на конкурентном модном тржишту.

Ове студије случаја приказују различите приступе успешних зелених предузетника. Од електричних возила до одрживе моде и обновљиве енергије, ови предузетници су доказали да еколошки свесни послови могу довести до профитабилности и позитивног утицаја на друштво.

Project Partners



6. Практичне активности зеленог предузетништва

6.1. Практичне вежбе и пројекти за студенте

Следећа детаљна упутства пружају водич корак по корак за сваку вежбу, обезбеђујући да се ученици активно ангажују са концептима зеленог предузетништва док развијају практичне вештине и знања.

Развој зеленог бизнис плана:

Укључите ученике у импресивно искуство учења тако што ћете их натерати да развију зелене пословне планове. Започните дискусијом у учионици о успешним зеленим предузећима, наглашавајући принципе одрживости, етичких извора и утицаја на заједницу. Формирајте мале групе и доделите свакој групи задатак да истражи и осмисли јединствени еколошки производ или услугу. Студенти треба да интегришу финансијске пројекције, обезбеђујући равнотежу између профитабилности и одрживости. Охрабрите их да размотре потенцијалне изазове и могућности на еколошком тржишту. Завршни задатак укључује презентацију у којој групе приказују своје зелене пословне планове, наглашавајући предности животне средине и потенцијални утицај на заједницу.

Радионица еко-иновације:

Подстицати креативност и вештине решавања проблема код ученика кроз радионицу еко-иновације. Започните увођењем различитих еколошких изазова и усмјерите ученике да изаберу одређено питање за свој фокус. Водите сесије размишљања како бисте генерисали креативна решења, наглашавајући иновације и размишљање ван оквира. Ученици затим прелазе на фазу израде прототипа, стварајући физичке или дигиталне прототипове својих еколошки прихватљивих производа или услуга. Кулминација је презентација у којој сваки ученик или група објашњава еколошке предности и потенцијални утицај свог иновативног решења.

Ревизија одрживости:

Омогућите студентима практично искуство у примени принципа одрживости у локалном пословном контексту помоћу ревизије одрживости. Почните тако што ћете помоћи студентима да изаберу локално предузеће које је спремно да учествује у ревизији. Студенти спроводе свеобухватну анализу, испитујући потрошњу енергије у пословању, праксе управљања отпадом

Project Partners



и одрживост ланца снабдевања. На основу својих налаза, студенти предлажу практичне препоруке власницима предузећа за побољшање својих еколошких пракси. Завршни задатак укључује презентацију у којој студенти саопштавају своје резултате ревизије одрживости и препоруке власницима предузећа, подстичући сарадњу.

Зелена маркетиншка кампања:

Развити разумевање код ученика о принципима зеленог маркетинга кроз Зелену маркетиншку кампању. Започните дискусијом у учионици о успешним зеленим маркетиншким кампањама, наглашавајући њихов утицај на понашање потрошача и поруке о животној средини. Формирајте мале групе и доделите свакој групи задатак да развије свеобухватну маркетиншку стратегију која наглашава одрживост, етичке изворе и користи за животну средину. Ученици затим креирају занимљив садржај, укључујући визуелне елементе, поруке и објаве на друштвеним мрежама, усклађен са зеленим вредностима. Кампања се спроводи тако што ученици шире свој садржај кроз различите канале, као што су друштвени медији, постери или догађаји. Коначна евалуација укључује процену ефикасности њихове кампање анализом одговора потрошача и потенцијалног утицаја на животну средину.

Upcycling изазов:

Подстакните креативност и сналажљивост код ученика уз помоћ *Upcycling* изазов. Започните пружањем разноврсних материјала који се могу рециклирати, изазивајући ученике да размишљају даље од традиционалних предмета. У фази пројектовања, студенти скицирају идеје за пројекте упцилинга, узимајући у обзир материјале који су при руци. Пређите на фазу креирања, где ученици граде прототипове или потпуно функционалне прерађене производе, са нагласком на пренамену и креативну трансформацију одбачених предмета. Завршни задатак укључује презентацију у којој ученици приказују своје прерађене креације школи или локалној заједници, објашњавајући еколошки значај сваког пројекта. Размислите о организовању изложбе или креирању наменске изложбе у школи како бисте представили прерађене производе и подигли свест о смањењу отпада.

Изазов еко-иновације:

Изазовите студенте да развију иновативна решења за хитна питања животне средине са изазовом еко-иновације. Идентификујте специфичне проблеме везане за одрживост, као што је

Project Partners



смањење пластичног отпада, очување воде или промовисање обновљиве енергије. У малим тимовима, ученици размишљају, дизајнирају и прототипују своје еколошке иновације. Нагласите важност разматрања животног циклуса производа, од набавке сировина до одлагања. Ученици представљају своје прототипове, са детаљима о користима за животну средину и потенцијалним изазовима. Ова вежба негује креативност, вештине решавања проблема и разумевање улоге иновација у одрживим пословним праксама.

Представљање одрживог производа:

Ставите ученике у улогу еколошки свесних предузетника тако што ћете им доделити пројекат представљања одрживог производа. Сваки ученик или група бира производ и редизајнира га тако да буде еколошки прихватљивији. Ово би могло укључивати употребу рециклираних материјала, смањење енергетских недостатака или уграђивање одрживог паковања. Студенти креирају свеобухватну презентацију која укључује предности за животну средину, потражњу на тржишту и потенцијалне изазове. Да бисте побољшали искуство, организујте „Одрживи резервоар за ајкуле“ где ученици представљају своје предлоге пред панелом наставника, власника локалних предузећа или стручњака за животну средину који дају повратне информације и процењују одрживост сваког производа. Ова вежба комбинује креативност, предузетништво и фокус на одрживе пословне праксе.

Пројекат Зелене иницијативе заједнице:

Подстакните ученике да остваре опипљив утицај на своју локалну заједницу кроз пројекат Зелене иницијативе заједнице. Почните тако што ћете идентификовати еколошки проблем у школи или комшилуку, као што су управљање отпадом или зелене површине. Ученици заједно раде на развоју и имплементацији пројекта који се бави идентификованим проблемом. Ово би могло укључивати организовање чишћења заједнице, успостављање програма рециклаже или стварање зелене површине. Током пројекта, ученици документују свој напредак, изазове са којима се суочавају и укупан утицај на заједницу. Коначна процена укључује презентацију која резимира резултате пројекта, научене лекције и будуће циљеве одрживости заједнице.

Серија интервјуа о зеленом бизнису:

Подстичите везе између студената и успешних зелених предузетника кроз серију интервјуа за зелено пословање. Задајте студентима да истраже и идентификују локалне или глобалне зелене

Project Partners



предузетнике који су дали значајан допринос одрживости. Позовите ове предузетнике да учествују у низу интервјуа у којима студенти могу да се распитају о свом путовању, изазовима са којима се суочавају и утицају њиховог пословања на животну средину и друштво. Ова вежба не само да пружа драгоцене увиде, већ и омогућава студентима да се повежу са практичарима из стварног света. Студенти могу документовати интервјуе кроз чланке, подкастове или видео презентације, стварајући ресурс који инспирише њихове вршњаке да размотре каријеру у зеленом предузетништву.

6.2. Посете на терену или виртуелни обиласци зелених предузећа

Кретање у импресивне теренске посете и виртуелне обиласке зелених предузећа је кључни аспект обогаћивања разумевања ученика о еколошкој одрживости и зеленом предузетништву. Ова искуства не само да оживљавају теоријске концепте, већ такође пружају опипљив увид у практичну примену еколошки прихватљивих пракси. Истражујући различите аспекте зелених иницијатива, студенти добијају свеобухватну перспективу о томе како предузећа могу допринети одрживијој и еколошки свеснијој будућности. Следећи предлози обухватају низ могућности за посете терену и виртуелне обиласке, од којих је сваки осмишљен да понуди студентима драгоцену излагање примерима зелене пословне праксе из стварног света.

Посета локалном постројењу за рециклажу:

Организујте теренску посету локалном постројењу за рециклажу где ученици могу из прве руке да се увере у процес сортирања и рециклаже различитих материјала. Ова тура пружа увид у управљање отпадом, принципе циркуларне економије и важност рециклаже у смањењу утицаја на животну средину.

Виртуелни обилазак одрживе фарме:

Организујте виртуелни обилазак одрживе фарме да бисте истражили еколошке пољопривредне праксе. Ученици могу научити о органској пољопривреди, плодореду и коришћењу обновљиве енергије у пољопривреди. Дискусије са пољопривредницима могу нагласити изазове и предности одрживе пољопривреде.

Посета електрани зелене енергије:

Project Partners



Планирајте посету објекту за обновљиву енергију, као што је соларна или ветроелектрана. Студенти могу разумети механику генерисања чисте енергије, истражити технологију која стоји иза обновљивих извора и стећи увид у потенцијал одрживе енергије у решавању еколошких проблема.

Представљање локалних зелених предузећа:

Сарађујте са локалним зеленим предузећима за презентацију догађаја у школи. Позовите представнике да поставе штандове, поделе своје еколошки прихватљиве производе или услуге и ангажују се са студентима. Овај интерактивни догађај пружа студентима изложеност различитим одрживим пословним моделима.

Обилазак постројења за пречишћавање отпадних вода:

Организујте посету постројењу за пречишћавање отпадних вода како бисте ученике едуковали о процесима очувања и пречишћавања воде. Разумевање начина на који се отпадна вода третира и рециклира доприноси њиховој свести о одрживости воде и управљању животном средином.

Виртуелни обилазак еколошки прихватљиве архитектуре:

Истражите виртуелни обилазак зелених зграда или пројеката одрживе архитектуре. Студенти могу да сведоче како избор дизајна, материјала и метода изградње доприносе енергетској ефикасности и смањеном утицају на животну средину у архитектонским праксама.

Истраживање резервата природе:

Планирајте посету локалном резервату природе или парку да бисте нагласили важност очувања биодиверзитета и екосистема. Обилазак са водичем може помоћи ученицима да цене међусобну повезаност природе и улогу очувања у очувању еколошке равнотеже.

Излог зелене технологије:

Партнер са компанијама специјализованим за зелене технологије за изложбени догађај. Ово би могло да укључи демонстрације енергетски ефикасних уређаја, електричних возила и других иновација које доприносе одрживијој будућности.

Посета локалној фармерској пијаци:

Project Partners





Одведите ученике на локалну фармерску пијацу да се повежу са произвођачима који се баве одрживом пољопривредом. Укључите се у разговоре са пољопривредницима, научите о методама органске пољопривреде и истражите предности подршке локалним, одрживим изворима хране.

Обилазак еко-свесног производног погона:

Организујте обилазак производног погона који је посвећен пракси одрживе производње. Студенти могу да посматрају како предузећа интегришу еколошке мере у своје производне процесе, смањујући отпад и минимизирајући утицај на животну средину.

Project Partners



Социјално предузетништво

1. Преглед

Модул „Социјално предузетништво“ у оквиру програма обуке наставника нуди свеобухватно истраживање сфере социјалног предузетништва, пружајући наставницима дубоко разумевање његових основних принципа и виталне улоге у решавању горућих друштвених изазова. Овај модул има за циљ да опреми наставнике знањем и алатима потребним за ефикасно подучавање социјалног предузетништва, инспиришући ученике да постану агенти друштвених промена. Започиње уводом у социјално предузетништво, разјашњавајући његову дефиницију и основне принципе, истовремено наглашавајући његову дубоку улогу у решавању друштвених питања. Овде ће едукатори схватити значај уграђивања етичких пословних пракси и друштвених иновација у своја учења.

Кључни фокус модула лежи у разумевању принципа мерења друштвеног утицаја, омогућавајући наставницима да воде ученике у стварању мерљиве разлике у свету. Модул обуке се бави педагошким стратегијама, наглашавајући ефикасне приступе укључивању ученика у образовање о социјалном предузетништву. Поред тога, истражује интеграцију етике и друштвене одговорности у наставни план и програм. Као део обуке, наставници ће пажљиво испитати успешне подухвате социјалног предузетништва, црпећи инспирацију из примера из стварног света. Штавише, модул подстиче едукаторе да мотивишу ученике у идентификацији хитних друштвених питања и осмишљавању иновативних решења. Наглашавањем практичних пројеката и сарадње са организацијама заједнице или невладиним организацијама (НВО), наставници ће омогућити ученицима да активно учествују у стварању позитивног друштвеног утицаја.

Циљеви учења

- ✓ Дефинисати и објаснити основне принципе социјалног предузетништва.
- ✓ Препознају критичну улогу социјалног предузетништва у суочавању са друштвеним изазовима.
- ✓ Схватите концепте мерења друштвеног утицаја и етичке пословне праксе.
- ✓ Разумети значај друштвених иновација и решавања проблема у контексту социјалног предузетништва.
- ✓ Спровести ефикасне педагошке приступе у настави социјалног предузетништва.
- ✓ Уградите етику и друштвену одговорност у наставни план и програм.

Project Partners



- ✓ Истражите успешне подухвате социјалног предузетништва да бисте инспирисали наставне праксе.
- ✓ Охрабрите ученике да идентификују хитна друштвена питања и предложе иновативна решења.
- ✓ Креирајте и управљајте практичним пројектима који оснажују ученике да покрену позитивне друштвене промене.
- ✓ Подстицати сарадњу са организацијама у заједници и невладиним организацијама како би се побољшао утицај пројеката социјалног предузетништва.

2. Увод у социјално предузетништво

Све већи друштвени јаз током процеса глобализације проузроковао је значајне промене у политици, економији, друштву и култури. Ово је изродило филозофију сарадње и прве облике задруга, чији је циљ била боља расподела прихода како би се побољшао квалитет живота радника. Развијају се различити модели засновани на принципима правде и једнакости како би се побољшао квалитет живота чланова. Ови модели су познати као социјална економија, економија солидарности, социјална и солидарна економија (CCE), популарна економија, економија доброг живота или економија трећег сектора (González, 2019). Они прате различите теоријске позиције и друштвене контексте и представљају оквир којим не доминирају приватна или јавна тела (Naugh, 2005).

2.1. Социјална економија

Социјална економија је прошла боље од других сектора током економске кризе. Он игра кључну улогу у друштвеним променама јер се разликује од традиционалног економског модела, који људе, њихове потребе, вештине и могућности запошљавања ставља у центар економског система, док се фокусира на социјално благостање и побољшање животног стандарда и напредак појединци (González, 2019).

Постоји мноштво дефиниција социјалне економије и економије солидарности. Најдоминантнија дефиниција је она коју је дао ОЕЦД (2018), где термин „социјална економија“ обухвата низ ентитета као што су удружења, задруге, заједничке организације, фондације и, у новије време, социјална предузећа. Ове ентитете карактерише њихова посвећеност принципима

Project Partners



солидарности, давање приоритета људима у односу на капитал и придржавање демократског и партиципативног управљања. Организације социјалне економије истичу се на два кључна начина: прво, по својој основној сврси, која се врти око адресирања друштвених потреба и активног остваривања друштвених циљева; друго, у њиховом оперативном приступу, који карактерише усвајање различитих пословних модела укореењених у сарадњи, често на нивоу заједнице или на локалном (OECD, 2022).

Концепт економије солидарности настоји да промовише трансформацију економија и друштава прихватањем принципа солидарности и друштвене инклузивности. Тумачење овог појма варира у зависности од регионалног контекста у којем се примењује. На пример, у Јужној Америци он претежно означава неформалну економију и самоуправна економска настојања у руралним и урбаним срединама. У Канади је уско повезан са економским развојем заједнице, који обухвата локалне напоре на локалном нивоу усмерене на стварање економских прилика које побољшавају социјалне услове, посебно за најсиромашније чланове друштва. У Европи, концепт такође обухвата иницијативе солидарности, првенствено, али не искључиво у оквиру услуга у заједници, као што су услуге бриге о старима или деци (OECD, 2022).

Повремено се израз „солидарност“ повезује са термином „социјална економија“ како би обухватио широк спектар приступа, који обухватају читав спектар удружења, задруга, заједничких организација, фондација и друштвених предузећа. Ово се такође протеже на иницијативе засноване на заједници, локалне заједнице, па чак и импровизоване иницијативе које су посвећене истраживању нових путева економског развоја (OECD, 2022). На пример, Лабрадор Мацхин ет ал. (2017) тврде да социјална и солидарна економија промовише сарадњу између предузећа и сарадничких организација, посвећених стварању, дељењу и коришћењу производа и услуга у непрофитне сврхе на начин подршке.

Социјална и солидарна економија обухвата четири различите категорије организација које карактеришу заједнички принципи и оперативне методе. Ове категорије укључују удружења, задруге, фондације и заједничка друштва. У скорије време, концепт социјалног предузећа је укључен у ове категорије како би се признале предузетничке и тржишно оријентисане иницијативе које настоје да створе позитивне резултате било за ширу јавност или за одређене рањиве групе (OECD, 2022). Образложење иза ова четири организациона типа је следеће:

Project Partners



- Удружење или добровољна организација представља независну, самоуправну групу појединаца који су се вољно окупили да предузму акцију за бољитак своје заједнице. Њихов примарни фокус није финансијска добит (OECD, 2003).
- Задруга је независна скупштина појединаца и/или правних лица која су се добровољно ујединила да задовоље своје заједничке економске, друштвене и културне потребе и аспирације кроз предузеће које је у заједничком власништву и којим се демократски управља (International Cooperative Alliance, 1995).
- Фондације су филантропске институције првенствено структуриране као трајна прикупљања уплаћених средстава, принос од којих се користи за дугорочну добробит одређених географских заједница или активности непрофитног сектора. Фондације функционишу као организације које дају грантове и пружаоци социјалних, здравствених и културних услуга (Noya & Clarence, 2007).
- Заједничко друштво је ентитет у власништву и којим управљају његови чланови, посвећен служењу њиховим колективним интересима. Заједничка друштва се могу манифестовати као групе за самопомоћ, пријатељска друштва и задруге. Ове организације искључују учешће акционара и уместо тога уједињују чланове који имају за циљ да обезбеде заједничку услугу од које сви имају користи (Noya & Clarence, 2007).
- Социјално предузеће је приватна компанија која послује у корист шире заједнице или специфичних угрожених група. Примарни циљ није да се максимизира профит за личну корист, већ да се реинвестира у одржавање својих друштвених и друштвених циљева. Може да пружи нова решења за друштвена питања, као што су социјална искљученост и незапосленост (ОЕЦД, 1999). Разликује се од већине других непрофитних организација по начину на који функционише, друштвеним циљевима којима тежи и пословној пракси (Naugh, 2005).

2.2. Социјално предузетништво

Након што су разјашњени концепти укључени у социјалну и солидарну економију, остатак модула ће се фокусирати на социјално предузетништво и социјална друштва. Социјално предузетништво означава убедљив позив да се подстакне друштвена трансформација. Оно што разликује овај домен и његове посвећене практичаре је обећање које има, нудећи трајне и далекосежне друштвене користи. Ова посвећеност позитивном утицају и омогућавању трајних промена издваја социјално предузетништво од других области. Карактерише га непоколебљив фокус на

Project Partners



стварању суштинске, трансформационе вредности за друштво док се бави критичним друштвеним питањима. Друштвени предузетници су вођени жељом да донесу значајне и одрживе промене, редефинишући начин на који приступамо сложеним проблемима и остављајући дубок и трајан траг у свету. Дакле, социјално предузетништво представља посебан приступ рјешавању друштвених питања и подстицању позитивних промјена унутар заједница и друштава.

Постоји много термина и описа које користе стручњаци и креатори политике да опишу структуру социјалних предузећа. Ово укључује неколико уобичајених кључних речи, као што су „приватна компанија која послује у корист јавности“ (ОЕЦД, 1999:10), „социјална предузећа која остварују профит“ (Dees and Anderson 2003) и „компаније за друштвену намјену“ (Wallace, 1999). Међутим, социјална предузећа користе различите правне форме и поштују различите правне структуре, фискалне одговорности и обавезе међу земљама (Haugh, 2005).

Ипак, литература се слаже око улоге социјалног предузетништва у суочавању са друштвеним изазовима стимулацијом иновација и економског напретка. Тачније, на основу недавног прегледа литературе који су развили Abirami et al. (2023), комбинује пословне идеје са значајном друштвеном сврхом, стварајући нове одговоре који доносе предности и привреди и друштву. Друштвени предузетници примењују различите приступе за генерисање иновација у неколико привредних сектора. Ово укључује сарадњу са заинтересованим странама, коришћење технологије и дигиталних платформи, промовисање размене знања, изградњу вештина и ангажовање у улагању у друштвени утицај. Штавише, социјално предузетништво значајно утиче на економски раст јер отвара нова радна места отварањем нових и развојем постојећих. Решавајући проблеме као што су сиромаштво и неједнакост, социјално предузетништво промовише шири социо-економски напредак у локалним срединама и регионима. Штавише, промовише одрживе и инклузивне иновативне методе тако што даје приоритет друштвеној и еколошкој одрживости у својим пословним моделима, што резултира развојем инвентивних решења за решавање значајних друштвених и еколошких проблема.

Социјално предузетништво спаја друштвене и економске циљеве, стварајући одрживе пословне моделе који остварују приход и унапређују друштво. Са јединственом моћи да повеже компаније вођене профитом са друштвеним циљевима, социјално предузетништво оснажује појединце да изграде бољи свет. Привлачи широк спектар предузетника, укључујући и оне који желе да

Project Partners





направе позитивну разлику, кроз овај хибридни приступ. Отуда, социјално предузетништво игра виталну улогу у подстицању инклузивног економског раста испуњавајући захтеве маргинализованих и непривилегованих заједница, осветљавајући питања као што су сиромаштво, здравствена заштита, образовање и приступ неопходним услугама. Доношењем креативних решења, социјални предузетници дају подстицај и опремају ове заједнице, смањују диспаритете и утиру пут економском учешћу и напретку.

Project Partners



3. Кључни концепти у социјалном предузетништву

Како дубље улазимо у свет социјалног предузетништва, наилазимо на кључне концепте који подржавају праксу ове револуционарне области. У овом одељку истражујемо три критичне димензије етичке пословне праксе, мерење друштвеног утицаја и уметност друштвене иновације и решавања проблема. Овде ћемо испитати ове димензије и истражити њихову интеракцију како бисмо покренули трансформативну снагу социјалног предузетништва. Ова три стуба чине окосницу друштвеног предузетништва: неговање етичког понашања, процена ефикасности друштвених иницијатива и промовисање иновативних решења за решавање друштвених изазова.

3.1. Етичке пословне праксе

Настављајући са критичком перспективом, развој у проучавању социјалног предузетништва није праћен дубинском анализом са етичке тачке гледишта (Cornelius, et al., 2008). Постоји идеја да друштвено фокусирање имплицира да су намере вероватно морално исправне; они су подржани принципима, морално оправдани и валидни (Chell, et al., 2016).

Реч „етика“ потиче од грчког израза „етхос“, што значи „обичај“ или „осећај“ (Toffler, 1986). Иако је тешко тачно дефинисати шта је етика, за њих се каже да су принципи који одређују шта је морално исправно и може утицати на понашање, изборе и поступке појединца (Bartlett & Preston, 2000). Етика се фокусира на одређивање „шта је исправно“ и „шта није у реду“ (Morris, et al., 2002). То превазилази минимални захтев поштовања правила и уместо тога разуме разлоге који стоје иза њих.

Етичка питања се често расправљају у различитим областима, укључујући организације и предузећа (Cremer & Vandekerckhove, 2017). У пословном окружењу, етика игра важну улогу (Ferrell & Fraedrich, 2015), пошто свако кршење етичких стандарда може нанети штету репутацији организације и њеног пословања. Постоји неколико случајева у којима су неетичке радње компанија довеле до њиховог пропадања. Дакле, сада је уобичајена пракса за многе пословне лидере да укључе етичке кодексе понашања у своје рекламе и дневни ред како би демонстрирали присуство доброг понашања унутар организације (Bull et al., 2008).

Као и други предузетници, социјални предузетници користе пословне тактике и инвентивна решења за повећање профита, али имају за циљ да унапреде друштвену мисију организације, а

Project Partners



не да се лично обогате. Друштвени предузетници се разликују од својих конвенционалних вршњака по покретачкој снази и сврси предузетништва. Као такви, друштвени предузетници се често посматрају као појединци вредни дивљења који поседују снажну етику, самотивацију, страст и посвећеност решавању признатих друштвених проблема својим инвентивним пословним концептом (Bacq & Janssen, 2011; Drayton, 2002). Они се у литератури помињу и као неко ко себично бира да настави тријумф друштвеног предузећа (Zahra et al., 2009). Међутим, сматра се да се социјални предузетници могу суочити са тешким изборима који би могли да опструирају њихове етичке принципе због изазовних и променљивих економских услова у којима раде (Zahra et al., 2009).

Постоје три нивоа – микро, средњи и макро – пословне етике. Перспектива појединаца унутар организације се испитује на микро нивоу. Сама организација, укључујући њену структуру и културу, је фокус мезо нивоа. Макро ниво се бави институцијама, тржиштем, владом, националном културом и традицијом (Spence, 1999). Пословна етика у организацији зависи од три фактора према Svensson и Wood (2008): очекивања друштва, његова перцепција вредности организације и његова процена учинка организације. Друштво предвиђа поштовање норми и закона, као и допринос организације друштвеном развоју током њеног пословања. Организација је укључена у заједницу, радећи са различитим заинтересованим странама. Ово помаже друштву да разуме улогу организације и однос са њеним заинтересованим странама. Сврха евалуације је да се утврди у којој мери је организација одговорна за друштво у којем послује.

Поред наведеног, друштвени предузетници, као и сваки други пословни човек, суочавају се са етичким изазовима. Посебно за облик друштвеног предузећа, социјални предузетници могу искусити етичке дилеме у шест кључних области: дефинисање правне структуре, управљање људским ресурсима, обезбеђивање финансијске одрживости, транспарентност и одговорност, управљање партнерствима и преусмеравање мисије (Paswan, 2018). Сложеност ових етичких разматрања у области социјалног предузетништва одражава замршену природу њихових подухвата, позивајући на дубоку интроспекцију и принципијелно доношење одлука. Штавише, морална основа социјалног предузетништва протеже се изван саме организације, проширујући се на друштвена очекивања и перцепције. Друштво тражи од ових креатора промена не само да створе иновативна решења већ и да отелотворе етичке стандарде који одражавају тежње и вредности све свесније глобалне заједнице. Дакле, очигледно је да како се област социјалног

Project Partners



предузетништва наставља развијати, значај и сложеност етичких пословних пракси у овом домену достигли су кључну тачку, захтевајући појачано разматрање и принципијелан приступ.

3.2. Друштвени утицај

Један од начина да се ове потешкоће превазиђу је мерење друштвеног утицаја, што је посебно важан аспект социјалног предузетништва. Мерење друштвеног утицаја процењује друштвену вредност и утицај профитних или непрофитних организација. Иако сваки посао може да створи друштвену вредност, социјална предузећа су посебно дизајнирана да се баве друштвеним изазовима и произведу друштвени утицај. Процена академског истраживања и актуелних закона и политика открива важне карактеристике друштвених предузећа. Остваривање позитивног утицаја на друштво је само један од неопходних захтева, а можда и најзначајнији, да би ентитет стекао признање као друштвено предузеће (Hadad & Găucă, 2014). Штавише, мерење друштвеног утицаја може помоћи социјалним предузећима у успостављању практичних циљева, праћењу и побољшању учинка и одређивању приоритета одлука. То такође може повећати њихову конкурентност у приступу тржиштима капитала (Nicholls, 2007).

Концепт друштвеног утицаја је обично уоквирен кроз четири основне компоненте (Clifford, 2014). Ове компоненте обухватају вредност генерисану као резултат акција појединца (Emerson et al., 2000), вредност коју виде корисници и било које друге стране на које утичу те акције (Kolodinsky, et al., 2006), свеобухватну процену која узима у обзир и повољне и неповољне последице (Wainwright, 2002), и процену утицаја у односу на околности које би биле да се предложена активност није десила.

Процена друштвеног утицаја укључује темељну процену различитих важних фактора како би се утврдило колико је делотворан и смислен напор друштвеног предузетништва. Према Rawhouser et al. (2019), ови фактори обухватају „Шта“, које се фокусира на конкретне резултате које пројекат има за циљ и које заправо постиже. Укључује „Ко“, који идентификује конкретне људе или групе који имају користи од ових исхода. Такође укључује мерење обима, трајања и величине утицаја пројекта. Ово је познато као 'Колико'. Такође испитујемо аспект „доприноса“, који је кључан у одређивању да ли су уочене варијације директан резултат пројекта или последица спољних, независних сила. На крају, ми пажљиво разматрамо димензију „Ризик“, процењујући све могуће штетне ефекте повезане са раније поменутиим критеријумима. Ових пет компоненти стварају комплетну структуру за процену и разумевање сложених ефеката на друштво, омогућавајући

Project Partners



друштвеним предузетницима да унапреде своје пројекте и повећају свој конструктиван утицај на друштво.

3.3. Друштвена иновација

Мерење друштвеног утицаја у социјалном предузетништву уско је повезано са примарним циљевима решавања друштвених проблема и друштвених иновација. Социјални предузетници започињу своје пројекте са главним циљем да учине позитивну промену у друштву уз решавање горућих проблема. Процес мерења друштвеног утицаја делује као водич који усмерава ове предузетнике на њиховом путу. Помаже им у процени утицаја њихових иновативних одговора и метода решавања проблема. Процењујући стварне резултате и последице својих иницијатива, социјални предузетници могу унапредити своје технике, доносити одлуке на основу података и ефикасније повећати своја решења. Они могу да користе ову технику да остану усклађени са својом примарном сврхом и донесу позитивне и трајне промене у заједницама и секторима у којима раде. Дакле, мерење друштвеног утицаја премोшћује јаз између тежњи за друштвеним иновацијама и практичних исхода решавања проблема. На овај начин се осигурава да социјални предузетници могу да откључају стварни потенцијал социјалног предузетништва.

Друштвене иновације су кључни елемент у социјалном предузетништву. Друштвене иновације укључују четири кључне компоненте – испуњавање захтева, развој иновативних решења, модификовање друштвених структура и удружења и јачање способности друштва да предузме акцију (Portales, 2019). Испуњавање потреба је примарни фокус друштвених иновација. Његова сврха је да испуни потребу која још није задовољена, или да задовољи потребу која је непотребна, неправедна или бесмислена. Ово дефинише разлог за иновацију, зашто је настала и који производ или вредност жели да пружи друштву. Иновација решења се односи на задовољавање потреба на начин другачији од конвенционалног. Редослед за испуњавање потребе треба да буде уредан. Ова иновација се може десити стварањем нечег новог или укључивањем нових функција да би се испунила потреба. Овај аспект одређује колико је решење иновативно и како се изводи. Компонента промене структуре и друштвених односа значи да друштвена иновација трансформише друштво мењајући његову структуру. Друштвене иновације имају за циљ успостављање свежих веза међу члановима друштва, омогућавајући прилив нових учесника у заједницу. Овај фактор се фокусира на напредак остварен кроз друштвене иновације када су захтеви задовољени, а више актера учествује. Идеја о проширењу способности друштва

Project Partners



да предузме акцију и набави неопходне ресурсе за испуњавање захтеva значи да друштvena иновација мора подржати оснаживање razличitih учесnika, посебно onih koji су маргинализовани. Ово оснаживање помаже да се изгради снажнија заједница која може ефикасно да одговори на своје потребе. То захтева да различити појединци и групе раде заједно јер једна особа сама не може створити дуготрајну друштвену промену.

Идеја друштвене иновације свима је олакшала проналажење решења која задовољавају специфичне друштвене потребе или се баве одређеним проблемом. Када је реч о друштвеним иновацијама, од свих се очекује да помогну у решавању друштвених питања и креирају сопствене планове за друштвене иновације. Не ради се само о њима, већ и о свим актерима који желе да граде праведније и равноправније друштво. Овај приступ инклузији доводи у питање традиционалну идеју да је решавање друштвених проблема само одговорност владе или непрофитних организација. Она подстиче холистички поглед на друштво и оснажује сваког појединца да учествује у друштвеним променама, уместо да само посматра са стране. Овако се друштвене иновације користе за решавање друштвених, еколошких и демографских изазова који расту. У то су укључени многи актери и без њиховог учешћа не би било могуће решити ове проблеме. Друштвене иновације не подразумевају само учешће великог броја актера, већ захтевају и актере из свих сектора друштва јер су проблеми којима се бави сложени, укључују многе дисциплине и јављају се на више нивоа.

Project Partners



4. Настава социјалног предузетништва

Занимљиве и динамичне теме, као што је социјално предузетништво, могу изгледати сувопарно и превише концептуализовано ученицима када се подучавају користећи конвенционалне педагошке методе. Циљ нам је да унесемо нову перспективу укључивањем ученика у ове предмете кроз искуствене и практичне приступе учења. Ове технике имају способност да оживе материјал за учење и пруже испуњавајуће искуство и за ученике и за наставнике.

Ова посебна област спаја пословне принципе са озбиљном посвећеношћу решавању важних друштвених питања. То га чини савршеним за учење и интеграцију у образовна окружења. Уводећи студенте у социјално предузетништво, ми им дајемо знање, способности и моралне структуре потребне да постану утицајни лидери у свом окружењу и шире. У наставку ћемо испитати наставне методе и савете за наставнике да успешно образују ученике о социјалном предузетништву на часу, негујући нови талас друштвено свесних и иновативних мислилаца. Дакле, у наставку читалац може пронаћи корисне примере методологије за подучавање социјалног предузетништва у учионици. детаљније:

- **Учење засновано на пројектима:** Охрабрите ученике да развију своје друштвено предузетничке подухвате кроз практично учење засновано на пројектима. На пример, нека направе пословни план за одрживи пројекат као што је башта заједнице која се бави несигурношћу локалне хране. Обезбедите смернице за истраживање тржишта, прикупљање средстава и моделе одрживости.
- **Студије случаја:** Користите студије случаја из стварног света успешних друштвених предузећа као што су TOMS Shoes или Grameen Bank. Анализа ових примера помаже студентима да разумеју практичне изазове и иновативна решења у социјалном предузетништву.
- **Гостујући говорници:** Позовите друштвене предузетнике или стручњаке из ове области да разговарају са вашим разредом. На пример, локални социјални предузетник који је започео програм менторства за младе може пружити вредан увид у њихова искуства и изазове.
- **Симулационе игре:** Користите симулационе игре као што је „Изазов друштвеног предузетништва“. Ова игра омогућава ученицима да играју улоге друштвених

Project Partners



предузетника, доносећи одлуке о својим предузећима, финансирању и расподели ресурса.

- **Ангажовање у заједници:** Охрабрите ученике да се ангажују са својом локалном заједницом. На пример, могу да раде на пројектима са локалном непрофитном организацијом, идентификујући потребе заједнице и развијајући решења, као што је организовање иницијативе за чишћење или креирање програма рециклаже.
- **Вршњачко подучавање:** Задајте ученицима да подучавају своје вршњаке о различитим аспектима социјалног предузетништва. На пример, свака група може да истражује различите пословне моделе, као што је модел „Купите једно дајте један“ који користе компаније као што је Варби Паркер или модели друштвеног франшизинга као што је Грамеен Даноне.
- **Интердисциплинарно учење:** Интегришите социјално предузетништво са другим предметима, као што су етика, наука о животној средини или економија. На пример, на часу науке о животној средини, ученици могу да истраже како социјална предузећа решавају еколошка питања кроз еколошки прихватљиве производе и одрживе праксе.
- **Менторски програми:** Успоставите менторске програме у којима студенти сарађују са локалним друштвеним предузетницима. Они могу да прате предузетника, стекну увид у њихов рад и добију смернице за покретање сопствених друштвених подухвата.
- **Мере друштвеног утицаја:** Научите ученике да мере друштвени утицај својих иницијатива. Обезбедите смернице за коришћење алата као што је оквир друштвеног поврата улагања (СРОИ) и укључивање чланова заједнице у процену исхода својих пројеката.
- **Pitch такмичења:** Организујте такмичења друштвеног предузетништва, где ученици представљају своје пројектне идеје жирију, симулирајући сценарио из стварног света. Ови догађаји могу помоћи у развоју комуникацијских и презентационих вештина ученика.
- **Рефлексивни часописи:** Подстакните студенте да воде рефлексивне дневнике у којима бележе своја искуства, изазове и лекције научене током курса. Ови часописи могу помоћи студентима да прате свој лични развој као друштвени предузетници.

Project Partners



- **Анализа актуелних догађаја:** Разговарајте о недавним вестима и догађајима у вези са друштвеним предузетништвом, омогућавајући ученицима да повежу учење у учионици са развојем и примерима из стварног света.
- **Глобална перспектива:** Истражите социјално предузетништво на глобалном нивоу, проучавајући организације као што су Кива или БРАЦ које послују на међународном нивоу. Нека ученици анализирају како ове организације прилагођавају своје моделе различитим културним и економским контекстима.

Уграђивањем ових педагошких приступа, наставници могу да створе привлачно и динамично окружење за подучавање социјалног предузетништва, подстичући иновације и емпатију међу ученицима, док их припремају за решавање хитних друштвених питања.

У следећем пододељку је представљена детаљнија методологија у контексту искуственог учења како би се помогло наставницима да интегришу наставу социјалног предузетништва у свој наставни план и програм.

4.1. Практично образовање о организационом понашању (engl. Practical Organizational Behaviour Education - PROBE)

PROBE је креирао Ниренберг 1994. године као наставну методу која укључује студенте из прве руке у процес учења на малом приватном универзитету. Ниренберг је дизајнирао овај приступ искуственом учењу како би се позабавио притужбама да су програми пословних школа превише теоријски и да би практично, искуствено учење боље опремило студенте за њихову будућу каријеру. Детаљније, ПРОБЕ комбинује практичан приступ са методом усмереном на студента, омогућавајући људима из свих култура и порекла да развију теорију из сопственог искуства (Nirenberg, 1994). ПРОБЕ пружа студентима прилику да организују, имплементирају и процене прави пословни пројекат у року од неколико месеци. Наставник делује првенствено као фасилитатор. Она/он посматра студентске организације и служи им као ресурс када наиђу на озбиљне потешкоће. Наставник треба да подстакне групе ученика да процене стратегије, одлуке и међуљудске интеракције које су допринеле њиховим достигнућима и неуспесима.

Постоје неке важне смернице за примену ПРОБЕ приступа (Nirenberg, 1994; Shaw, et al., 1999; Shaw, 2004). Пре свега, пројекат може трајати пуних шест месеци или мање. Групе ученика могу се састојати од 5 до 7 ученика. Током прве недеље ученици припремају и предају своје

Project Partners



биографије наставнику, који их оцењује и „запошљава“ директоре. Извршни директори затим узимају преостале биографије и бирају чланове своје компаније.

Следећа фаза захтева да свака компанија смисли идеју за производ или услугу која ће бити предложена током семестра, развије пословни план и на крају га примени. Овде почињемо са дискусијом о томе како да размишљамо, а затим прелазимо на активност у којој ученици наводе сва друштвена и еколошка питања која утичу на школу и комшилук о којима могу да размишљају. Коначно, тимови одлучују који друштвени проблем ће покушати да реше кроз своју компанију.

Према Gundlach & Zivnуска (2010), овај метод је од помоћи јер ученици уче о важним техникама доношења одлука. Такође су подстакнути да се повуку из фокусирања на стварне пројекте и уместо тога разговарају о друштвеним или еколошким проблемима до којих снажно осећају. Ова питања такође могу пружити пословне прилике. Сходно томе, студенти се упознају са важним процесима стратешког размишљања и доношења одлука који су неопходни за успешне подухвате. Када се студенти сложе око пројекта, могу почети да пишу своје пословне планове. Обим и садржај ових планова ће се разликовати у зависности од циљева наставника и способности ученика. Пословни планови могу да садрже изјаве о сврси и дефинисаним циљевима за сваки од три трострука крајња исхода, као и SWOT анализе (снаге, слабости, могућности, претње), буџете, процене трошкова и користи, будуће пројекције и све друге повезане захтеве са циљевима курса.

Ова шема друштвеног пословног плана може бити фантастичан задатак за модул социјалног предузећа. Креирање одрживог пословног плана за социјално предузеће је кључно за успех подухвата. Пословни план социјалног предузећа може имати облик непрофитне, профитне или хибридне организације. Ученици треба да дају резиме кључних елемената у плану, као што следи:

- Основна идеја иза пословања и прозор могућности који је довео до његовог стварања.
- Њихове идеје о промени и жељеним друштвеним исходима.
- Идентификујте ко ће имати користи од иницијативе и како ће добити вредност.
- Наведите снаге и предности менаџерског тима.
- Развити јасан план за инфраструктуру како би се задовољиле потребе корисника/купаца.
- Имплементирати одрживу финансијску стратегију како би се осигурала барем рентабилност.

Project Partners



- Представите пројекције за прве три године прихода, нето прихода и потреба за финансирањем.
- Успоставити ефикасан модел за коришћење ресурса заједнице.
- Процијените друштвени утицај у мјерљивим терминима.

Током ПРОБЕ (Nirenberg, 1994; Shaw, et al., 1999; Shaw, 2004), предавања се одржавају у стилу тачно на време. У првих неколико недеља ћемо истражити теме као што су изградња тима, подстицање креативности и доношење групних одлука. На средини курса, истражићемо лидерство, мотивацију и суочавање са конфликтом, док ћемо на крају посматрати организациону промену. Сваке недеље током семестра, студенти ће се фокусирати на предавања и студије случаја засноване на предавањима, као и извођење вежби и дискусија о активностима и процесима компаније. Наставник се састаје са сваком компанијом појединачно два или три пута у току семестра (на пример, у седмици 3, 7 и 9 13-недељног семестра). Поред тога, постоје посебни састанци између наставника и извршних директора. Током наставних сесија у кључним тренуцима у семестру, групне вежбе се користе за побољшање дискусије и анализе унутар групе. Наставник делује као фасилитатор да подстакне отворену дискусију о проблемима у покушају да их реши. Важно за те ствари, предлаже се да компанија настави дискусију на следећем састанку тима.

Gundlach & Zivnуска (2010) су предложили неколико занимљивих модификација оригиналног модела ПРОБЕ. Важна модификација подразумева ефикасно функционисање студентских група као друштвених предузетника, односно оних који креирају економски одржива решења за социјална питања. Ова адаптација је срж мисије сваке студентске организације. Поред тога, важно је уградити захтев да студенти постављају профитне циљеве у своје пословне планове током адаптације ПРОБЕ пројекта. Ово осигурава да профитни аспект пројекта остаје истакнут, чак и током фазе размишљања у којој се неке групе у почетку могу фокусирати само на друштвене и еколошке користи. Треба нагласити да се „одржива друштвена промена може постићи само кроз профитне операције“ (Tracey & Phillips, 2007). Овај нагласак одражава стварне пословне подухвате, додајући додатни ниво изазова. Када су студенти приморани да размотре профитабилност, они имају тенденцију да иду даље од малих, једнократних пројеката као што су чишћење паркова или прикупљање средстава у добротворне сврхе. Друга важна модификација је обавеза ученика да поставе друштвене и еколошке циљеве за свој пројекат. Наглашавамо студентима да није довољно остварити профит, већ морају тежити и побољшању друштвених и

Project Partners



еколошких услова у том процесу. Комбиновање сва три циља у оквиру пројектне идеје је несумњиво најизазовнији аспект пројекта, али је и најкритичнији за постизање квалитета и задовољавајућих резултата.

Други важан аспект је евалуациони део модела учења ПРОБЕ, који се састоји од неколико компоненти (Nirenberg, 1994). Прво, курс укључује групне процене где тимови анализирају материјал курса и повезују га са својим организацијама. Ово мотивише студенте да истражују питања као што су вођство, делегирање посла, комуникација у тиму, шеме прикупљања средстава, надзор буџета, оглашавање и процена исхода, што је све уско повезано са садржајем курса. Када ученици постану одговорни за повезивање градива са својим практичним искуствима и потешкоћама, наставник креира курс који је укореењен у потребама ученика. То, последично, инспирише ученике да анализирају и решавају проблеме. Поред тога, постоје два начина за процену појединаца: квизови и лични часописи за учење. Квизови се креирају коришћењем додељеног материјала за часове како би мотивисали ученике да стекну знање о садржају курса, омогућавајући им да га ефикасније примењују у својим улогама у организацији. Квизови могу да се разликују по формату, са избором за временске или невременске опције и различитим типовима питања укључујући тачно/нетачно, подударање, вишеструки избор или кратке есеје. Штавише, ученици морају да састављају и пишу извештаје о значајним догађајима са којима се сусрећу. Ови извештаји треба да буду поверљиви између наставника и ученика и дају простор за ученике да процене и тумаче незаборавне инциденте или теме вредне пажње. Овај задатак такође промовише примену концепата и теорија курса кроз размишљање о прошлим искуствима.

4.2. Мерење друштвеног утицаја

Подучавање социјалног предузетништва се не односи само на мотивисање промене, већ и на обезбеђивање да она дође. Мерење друштвеног утицаја је кључно за овај процес. У наставку су наведени неки кораци о томе како да измерите ефикасност иницијатива друштвених предузећа ваших ученика.

1. **Дефинишите јасне циљеве:** Пре него што се упустите у своје пројекте социјалног предузетништва, помозите ученицима да дефинишу јасне и специфичне друштвене циљеве. Ови циљеви треба да буду у складу са мисијом и вредностима њиховог пројекта

Project Partners



и требало би да буду мерљиви. Охрабрите их да размисле о томе коју промену желе да направе.

2. **Одабир релевантних метрика:** Када радите на друштвеним пројектима, помогите својим ученицима да идентификују најрелевантније метрике или кључне индикаторе учинка (КПИ) који се директно односе на њихове друштвене циљеве. Ови показатељи могу да варирају у зависности од фокуса пројекта, било да је у питању смањење сиромаштва, одрживост животне средине или приступ здравственој заштити.
3. **Прикупљање и анализа података:** Научите своје ученике важности прикупљања података о њиховим одабраним метрикама. Ово може укључивати анкете, интервјуе, запажања или податке из различитих извора. Покажите им како да анализирају податке да би тачно проценили утицај свог пројекта.
4. **Полазно мерење:** Да бисте помогли својим ученицима да ефикасно процене свој утицај, водите их у успостављању основног мерења пре него што спроведу своје друштвене иницијативе. Ова основна линија служи као тачка поређења да би се разумела промена изазвана њиховим поступцима.
5. **Квантитативни и квалитативни подаци:** Објасните својим ученицима значај разматрања и квантитативних и квалитативних података. Квантитативни подаци пружају нумеричке увиде, док квалитативни подаци нуде дубље разумевање искустава и перцепција корисника.
6. **Ангажовање заинтересованих страна:** Укључите своје ученике у процес ангажовања заинтересованих страна. Подстакните их да прикупе доприносе од корисника и других заинтересованих страна. Њихове перспективе могу пружити вредан увид у делотворност социјалних програма и иницијатива.
7. **Компаративна анализа:** Помозите ученицима да схвате концепт упоредне анализе, која укључује упоређивање исхода њихове друштвене иницијативе са оним што би се догодило да није било програма. Ова супротна анализа помаже да се утврди прави утицај.
8. **Редовно праћење и извештавање:** Нагласите важност редовног праћења и извештавања. Мерење друштвеног утицаја је процес који је у току. Охрабрите своје ученике да редовно извештавају о свом напретку, што гради поверење и омогућава прилагођавања по потреби.

Project Partners



9. **Верификација треће стране:** Објасните да се у неким случајевима друштвени предузетници одлучују за верификацију треће стране да би потврдили своје процене утицаја. Разговарајте о томе како независна верификација може повећати кредибилитет пријављеног утицаја.
10. **Учење и прилагођавање:** Уверите се да ваши ученици разумеју да мерење друштвеног утицаја није само квантификовање резултата; такође је средство за учење и прилагођавање. Требало би да користе увиде стечене током мерења да усаврше своје стратегије и побољшају свој утицај.
11. **Етичка разматрања:** Коначно, усадите својим ученицима етичка разматрања која су од суштинског значаја за мерење друштвеног утицаја. Осигурајте да поштују приватност и достојанство корисника и да спроводе процес мерења са интегритетом.

4.3. Етичка разматрања

Постављање питања која изазивају размишљање може помоћи студентима да размисле о етичким разматрањима својих иницијатива социјалног предузетништва. Ево неколико питања које наставници могу поставити својим ученицима:

- **Добробит корисника:** Како ваша иницијатива даје приоритет добробити и достојанству корисника којима жели да помогне? Да ли се узимају у обзир њихове потребе и преференције?
- **Транспарентност и одговорност:** Колико су активности и финансије вашег пројекта транспарентне за ваше заинтересоване стране, укључујући донаторе, партнере и кориснике? Како обезбеђујете одговорност за ресурсе који су вам поверени?
- **Утицај на друштво и животну средину:** Да ли сте проценили потенцијалне позитивне и негативне утицаје ваше иницијативе на друштво и животну средину? Како намерава да максимизирате позитивне резултате и минимизирате штету?
- **Правична трговина и етички извори:** Ако ваша иницијатива укључује развој производа или трговину, како да обезбедите поштене плате, услове рада и етичке праксе набавке у вашем ланцу снабдевања?
- **Приватност и информисани пристанак:** Како штитите приватност и права појединаца укључених у ваш пројекат? Да ли сте добили информисани пристанак од оних са којима комуницирате, посебно у осетљивим областима као што је прикупљање података?

Project Partners



- **Културна осетљивост:** Да ли сте осетљиви на културне разлике и норме у заједницама у којима делујете? Како осигуравате да ваш пројекат поштује и вреднује локалне обичаје?
- **Расподела ресурса:** Како одлучујете како се средства која добијете, укључујући финансирање и време волонтера, расподељују различитим аспектима вашег пројекта? Да ли је ова расподела праведна и у складу са вашом мисијом?
- **Дугорочни утицај:** Које сте кораке предузели да осигурате да су користи вашег пројекта одрживе и да не стварају зависност? Како планирате дугорочни утицај својих иницијатива?
- **Избегавање штете:** Како ублажите потенцијалну штету или нежељене последице које могу настати из вашег пројекта? Да ли постоје заштитне мере за решавање етичких дилема када се појаве?
- **Ангажовање заинтересованих страна:** Како се укључујете и ангажујете са својим заинтересованим странама, укључујући и кориснике, у процес доношења одлука? Да ли слушате њихове повратне информације и у складу с тим прилагођавате своје иницијативе?
- **Поштено заступање:** Да ли је начин на који представљате свој пројекат јавности и донаторима поштен и транспарентан? Да ли избегавате претеривања или погрешне тврдње о свом утицају?
- **Одговорност према животној средини:** Да ли ваша иницијатива укључује праксе одговорне за животну средину? Да ли у својим активностима минимизирате отпад и утицај на животну средину?
- **Усклађеност са законима:** Да ли сте упознати са свим релевантним законима и прописима у областима у којима послујете и да ли сте у складу са њима? Како се носите са ситуацијама у којима законски захтеви могу бити у супротности са етичким принципима?
- **Поштене плате и накнаде:** Како одређујете правичну накнаду за запослене, волонтере и partnere укључене у вашу иницијативу? Да ли се бавите било каквим диспаратима?
- **Инклузивност:** Колико је ваша иницијатива инклузивна у смислу расе, пола, способности и других фактора различитости? Да ли активно радите на превазилажењу предрасуда и промовисању различитости и инклузије?

Project Partners





WP2: Teachers Training Programme on Green and Social Entrepreneurship



Co-funded by
the European Union

Ова питања могу послужити као полазна тачка за подстицање дискусија и етичких разматрања међу студентима ангажованим у иницијативама социјалног предузетништва. Наставници се могу прилагодити и проширити на њих како би подстакли дубље критичко размишљање и етичку свест у својим учионицама.

Project Partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

5. Инспиративне друштвене промене

5.1. Успешни подухвати социјалног предузетништва

Социјално предузетништво је остварило значајан напредак последњих година, са важним иницијативама које се виде како на глобалном, тако и на локалном нивоу. Следећи примери успешних подухвата социјалног предузетништва су можда најпознатији и приказују широк спектар иницијатива које се баве различитим друштвеним изазовима. Они укључују различите пословне моделе и приступе, али деле заједничку посвећеност стварању позитивног друштвеног утицаја.

TOMS Shoes: Основан 2006. године од стране Блејка Микоскија, ТОМС је одлична илустрација социјалног предузетништва. Уз сваку куповину ципела, пар се донира детету у невољи – овај пословни приступ „Један за једног“ комбинује профит и друштвену корист, успостављајући ТОМС као реномирани глобални бренд у сектору друштвених предузећа. ТОМС се сада проширио изван обуће на друге индустрије, али и даље ради на пословном моделу „један за један“. То је профитна организација са добротворном компонентом. Предузеће тражи појединце који деле његове вредности и идеје и нуди грантове да им помогне. Проширује свој домет удубљивањем у различите категорије попут одеће, додатака и технологије, укључујући ширење у различите регионе. Да би се одржао одрживи пословни модел, неопходно је наставити са стварањем и развојем нових артикала који привлаче купце широм света. Такође, ТОМС треба будно да обезбеди да су његове акције у складу са обавезама „Један за једног“. Тријумф ТОМС-а у коришћењу друштвених медија за циркулацију свог наратива и привлачење колосалне пубlike могао би да буде подједнако несигуран за његову репутацију и укупну пословну структуру ако се јаве усклађеност и морални проблеми, као и неадекватно управљање друштвеним медијима (Naeini, et al., 2015).

Grameen Bank (Грамин банка): Основана од стране добитника Нобелове награде за мир Мохамеда Јунуса у Бангладешу, ова банка даје микрокредите осиромашеним појединцима, посебно женама, помажући у стварању малих предузећа. Путем микрокредита, банка је помогла милионима да се извуку из сиромаштва од свог оснивања 1976. године, показујући утицај финансијске укључености у социјална предузећа. Микрокредит, такође познат као микробанкарство или микрофинансирање, је начин да се зајмопримцима који се не уклапају у традиционалне профиле позајмљивања дају кредит, често у облику малих зајмова без

Project Partners



колатерала. Ово укључује људе у руралним или слабо развијеним областима који можда немају приступ финансијским услугама. Грамеен је постала независна банка 1983. Седиште јој је у Даки, Бангладеш, и има више од 2.200 филијала широм земље. Граминов приступ се показао као успешан начин да се помогне сиромашнима. Пружајући им прилике да сами себи помогну, Грамин је постао симбол ефикасног средства за помоћ сиромашнима. Важно је напоменути да су више од 97% корисника Грамеенове кредитне шеме жене (Britannica, n.d.).

Fair Trade USA: Основан 1998. године од стране Пола Рајса, Фаир Траде УСА верификује артикле који су у складу са моралним нормама производње. Организација гарантује да добављачи, посебно они у земљама у развоју, добијају праведну накнаду за своје производе. Ова акција је трансформисала морални конзументизам и позитивно утицала на добробит бројних радника. Од свог оснивања, непрофитна организација је проширила Фаир Траде Certified™ кафу са нула на пет процената индустрије кафе у Уједињеном Краљевству. Фаир Траде кафа је постала све популарнија међу великим ланцима кафе као што су Старбукс и Дункин' Донутс. Једна од највећих предности Фаир Траде УСА је њена мисија да оснажи локалне заједнице нудећи могућности и бенефиције онима који су непривилеговани. Компанија има искуство у пружању услуга сертификације, као и ревизије, консалтинга и обуке. Позитивна репутација компаније на тржишту довела је до тога да пољопривредници добијају веће профитне марже од продаје својих производа компанији. Ово је резултирало смањењем сиромаштва и за пољопривреднике и за раднике. Таква пракса је утврдила да је компанија поуздана и поуздана. Данас више од 2 милиона фармера и радника учествује у Фаиртраде-у широм света. Фаиртраде систем укључује преко 100 земаља, а Фаиртраде Марк се може наћи на више од 37.000 производа (www.fairtradeamerica.org, n.d.; www.thecasesolutions.com, n.d.).

The Big Issue (Велики проблем): Основали су га 1991. Џон Бирд и Гордон Родик, Тхе Биг Иссуе су новине које продају бескућници да би зарадили новац. Дакле, Биг Иссуе је друштвени бизнис који подиже свест о бескућницима. Продаја новина такође може дати бескућницима посао, јер зарађују од продаје часописа и реклама. Фондација Биг Иссуе је добротворна група организације Биг Иссуе Цомпани Лтд. Њен циљ је да подржи напоре компаније да се позабави основним узроцима бескућништва. Са издањима широм Уједињеног Краљевства и у другим земљама, то је водећи пример социјалног предузећа које се бави виталним друштвеним проблемом. Поред тога, уложили су 400 милиона фунти и у више од 500 друштвених предузећа од 2005. године (www.bigissue.com, n.d.).

Project Partners



Teach For All: На основу модела Teach For All Америка који је креирала Венди Коп, Teach For All је светска група организација са циљем да понуди одлично образовање сиромашним подручјима. Одабиром и образовањем изузетних дипломаца да предају у школама у неповољном положају, овај пројекат рјешава образовне разлике у бројним земљама. Они ангажују различите и талентоване лидере из својих нација да предају у сиромашним подручјима најмање две године. Они подржавају и обучавају ове лидере да сарађују са породицама и члановима заједнице како би постигли заједничке циљеве за успех ученика. Ови лидери настављају да раде са другим просветним радницима, савезницима и заједницама како би побољшали квалитет образовања за ученике и направили неопходне системске промене како би сва деца успела. Светска мрежа запослених, едукатора, бивших ученика и присталица размењују идеје како би убрзали развој једни других и појачали свој колективни утицај (teachforall.org, n.d.).

Патагонија: Ова компанија за одећу на отвореном, коју је основао Ивон Цхоуинард, је лидер у одрживим пословним праксама. Патагонија даје проценат свог профита еколошким циљевима, користи поново употребљене материјале и промовише потрошаче да купују мање. Њихова снажна посвећеност животној средини и етици донела им је верну базу купаца. Тачније, Патагонија се обавезала да ће донирати 1% свог прихода од продаје за подршку еколошким групама од 1985. преко Оне Перцент фор тхе Планет, групе којој је Ивон Цхоуинард помогао да се оснује. Да би подигла свест о утицају моде на животну средину, компанија је покренула маркетиншке кампање. Поред тога, пружа услуге поправке старих предмета и олакшава програме рециклаже или размене. Компанија Цоммон Тхреадс Партнерсхип, онлајн платформу у стилу аукције која омогућава директну продају половних одеће Патагонија, такође је основала 2015. године (en.wikipedia.org, n.d.).

Ови горе наведени подухвати наглашавају важност одрживих пословних модела са истинском посвећеношћу позитивном друштвеном и еколошком утицају, јер доносе јединствене приступе у први план друштвеног предузетништва. Они служе као инспиративне парадигме за будуће генерације друштвених предузетника, наглашавајући различите начине на које предузећа могу да подстакну друштвене промене, док истовремено постижу велики финансијски успех.

5.2. Идентификовање стварних друштвених питања и решења

Али како ученици могу да идентификују стварна друштвена питања која би им могла помоћи у решавању?

Project Partners



Подстицање ученика да препознају опипљиве друштвене проблеме и учествују у њиховом решавању је критична компонента образовања о социјалном предузетништву. Да бисмо помогли студентима у овом настојању, неке смернице су дате у наставку.

- **Посматрање и емпатија:** Охрабрите ученике да пажљиво посматрају своју околину, заједнице и шири свет. Подстичите саосећање тако што ћете их подстаћи да замишљају себе у ситуацијама других, узимајући у обзир потешкоће, захтеве и бриге које људи имају.
- **Истраживање и разумевање:** Ученици треба да почну истраживањем и стицањем свеобухватног разумевања тема које су им важне. Они могу да користе онлајн ресурсе, књиге, чланке и документарне филмове да би се добро информисали о различитим друштвеним питањима.
- **Укључивање локалне заједнице:** Ангажовање са њиховом локалном заједницом је одлична прилика за ученике да препознају значајне изазове. Студенти могу помоћи друштвеним организацијама као волонтери, разговарати са локалним становништвом и свједочити њиховим изазовима унапријед.
- **Браинсторминг и идеја:** Да бисте им помогли да створе креативна решења за ове проблеме, подстакните вежбе размишљања. Од виталног је значаја створити атмосферу која подржава иновативно размишљање у овом погледу, промовишући неконвенционалне приступе у односу на типичне.
- **Укљученост заинтересованих страна:** Гостујући говорници и посете релевантним областима су такође одличан алат за разматрање. Позовите говорнике који се активно баве друштвеним питањима. Посетите непрофитне организације, друштвена предузећа и иницијативе заједнице за практичне увиде и инспирацију.
- **Процена потреба:** Ученици би могли да изврше процену потреба како би разумели специфичне потребе заједнице или групе на које се ово питање односи. Ово укључује директну комуникацију са циљном публиком како би се идентификовале њихове најхитније потребе.
- **Сарадња:** Сарадња је кључна за решавање сложених друштвених проблема. Ученици треба да се удруже са оближњим групама других школа, образовних институција или локалних лидера који већ раде на проблему.

Project Partners



- **Прототип и тест решења:** Право учешће ће им омогућити да тестирају практичност и ефикасност својих решења у стварним ситуацијама. Да би тестирали своје концепте, студенти могу да направе прототипове или спроводе пробне пројекте.
- **Процена друштвеног утицаја:** Образовати ученике о томе како да процене позитиван утицај својих планова, укључујући конструктивне исходе које дају заједници.
- **Повратне информације и прилагођавање:** Истакните значај добијања повратних информација од суседства и спремности да извршите измене. Подешавање њихових иницијатива на основу повратних информација је суштински аспект процеса.
- **Повећање:** Ако ученици могу успешно да покрену своје пројекте у малом обиму, требало би да размисле о методама за њихово проширење како би постигли значајнији исход. Проширење пројекта може захтевати тражење више ресурса или сарадњу са другим организацијама.
- **Одрживост:** Одрживост такође треба узети у обзир, подстичући их да размишљају о дугорочној одрживости свог пројекта. Како могу да се постарају да њихови напори имају трајни позитиван ефекат чак и када нису директно укључени?

Водећи ученике кроз ове праксе и подстичући их да се практички позабаве стварним друштвеним проблемима, неговаћете раст будућих друштвених предузетника који се обавезују да ће унапредити афирмативну промену у својим суседствима и шире.

Project Partners



6. Ангажовање студената у пројектима социјалног предузетништва

6.1. Практични примери пројектата

Следећи практични пројекти могу омогућити студентима да створе позитиван друштвени утицај бавећи се разним локалним и глобалним питањима, од ангажовања заједнице до образовања и здравља. Дакле, кроз ове пројекте, ученици могу да уче док праве значајну разлику.

- **Школска заједничка башта**

Одабир одговарајуће локације у школском дворишту и одвајање простора за узгој разноврсног воћа, поврћа и зачинског биља је први корак у успостављању школске баште. Ученици могу да раде заједно на планирању, садњи и одржавању баште током целе године. Подучавајући праксе одрживог баштованства, компостирање и очување воде, овај пројекат промовише еколошку одговорност. Такође промовише тимски рад док ученици раде заједно на одржавању баште, праћењу раста биљака и доношењу одлука о томе шта да узгајају. Пожњевени производи се могу продати у школи или локалној фармерској пијаци, а приходи се могу користити за подршку локалним банкама хране, склоништима за бескућнике или другим иницијативама за одрживост. Поред пружања свеже, локално узгојене хране заједници, овај пројекат даје ученицима осећај поноса и постигнућа јер виде позитиван утицај својих напора на животну средину и оне којима је потребна.

- **Менторски програм младих**

Покретање програма менторства за младе оснажује ученике да се позабаве критичним питањима у вези са образовним диспаратима и недостатком смерница за младе у ризику. Ученици који узму овај пројекат сами постају ментори и осмишљавају свеобухватан наставни план и програм који се фокусира на теме као што су академска подршка, каријерно вођење и лични развој. Организују догађаје и радионице у оквиру школе или локалне заједнице и позивају млађе ученике да присуствују. Кроз ове интеракције, ментори помажу својим менторима да се суоче са изазовима школе и живота пружајући им драгоцену вођење, подршку и мотивацију. Овај пројекат не само да користи младим људима којима се менторише, већ и оспособљава студенте менторе са лидерским и међуљудским вештинама. Истиче важност позитивних узора и потенцијал

Project Partners



ученика да направе разлику у животима својих вршњака. Доприноси инклузивнијем и неговању окружења за учење неговањем културе менторства и подршке.

- **Иницијатива за техничку подршку за старије грађане**

Многи старији се суочавају са изазовима у коришћењу технологије за повезивање са вољенима и приступ основним услугама. Студенти могу понудити радионице дигиталне писмености старијим грађанима у својој заједници. Студенти могу развити иницијативу за технолошку подршку како би премостили овај генерацијски јаз. Они могу да обезбеде обуку један на један о томе како да користе паметне телефоне, друштвене медије и онлајн услуге за промовисање дигиталне инклузије и смањење друштвене изолације међу старијима. Накнаде прикупљене са ових радионица могу бити усмерене на иницијативе које побољшавају квалитет живота старијих, као што су унапређење установа за негу или пружање рекреативних програма. Овај пројекат подстиче дигиталну инклузију, међугенерациско повезивање и подршку заједнице.

- **Тржиште пољопривредника у заједници**

Ученици могу да организују живахну пијаци пољопривредника у заједници на свом школском терену, стварајући место сусрета за локалне фармере, занатлије и ширу заједницу. Локални произвођачи могу да продају свеже производе, ручно рађене занате и занатске производе, подстичући везе између потрошача и локалних предузећа. Пројекти заједнице, као што су изградња игралишта, подршка локалним склоништима или финансирање образовних иницијатива, могу добити део прихода од продаје продаваца. Овај пројекат промовише предузетништво кроз оснаживање локалних фармера и занатлија, подстичући учешће заједнице и помажући да локална предузећа буду одржива.

- **Локални погон и дистрибуција хране**

Ученици могу преузети иницијативу да организују локалну акцију прикупљања нектварљивих намирница из школске заједнице. Они могу да се позабаве несигурношћу хране у локалној заједници тако што ће сакупљене артикле поделити породицама у невољи. Радећи са локалним банкама хране и друштвеним организацијама, студенти осигуравају да донирани предмети стигну до оних којима су најпотребнији. Овај пројекат негује емпатију, укључивање заједнице и важност решавања непосредних потреба заједнице.

Project Partners



- **Изградња дечије библиотеке**

Ученици могу да идентификују недовољно покривено подручје у својој заједници, посебно ону којој недостаје библиотека, посебно за децу. Да би решили ову образовну празнину, ученици могу планирати и прикупити средства за изградњу дечије библиотеке. Библиотека ће промовисати писменост и развој образовања у заједници тако што ће деци омогућити приступ књигама и ресурсима за учење. Овај пројекат наглашава моћ образовања, укључивања заједнице и доживотног учења.

- **Креирање дечије књиге прича**

У овом пројекту, ученици ослобађају своју креативност да пишу и илуструју дечије књиге са сврхом. Свака књига се фокусира на важна друштвена питања као што су различитост, емпатија или заштита животне средине и сл. Ученици постају не само приповедачи, већ и заговорници друштвених промена. Ове лепо израђене књиге прича нису замишљене да буду затворене унутар зидова школе. Ученици могу организовати сесије читања или поклонити књиге другим школама, библиотекама или друштвеним центрима. Делећи ове приче, они имају за циљ да усаде важне вредности и инспиришу следећу генерацију креатора промена.

- **Радионице здравља и доброг здравља**

У настојању да промовишу здравије стилове живота, студенти могу осмислити и одржати низ здравствених и велнесс радионица. Теме као што су исхрана, ментално здравље и физичка спремност могу се обрађивати на овим радионицама. Ученици могу циљати различите старосне групе и нагласити важност доношења информисаних избора о личном благостању. Циљ овог пројекта је да опреми појединце са знањем и вештинама које су им потребне да дају приоритет свом здрављу и промовишу здравију и информисанију заједницу.

- **Социјално свесна изложба уметности**

Да би подigli свест о важним друштвеним питањима, студенти могу да организују и организују друштвено свесну уметничку изложбу. Изложба може представљати уметничка дела студената и локалних уметника која се фокусирају на питања која се односе на сиромаштво, ментално здравље, заштиту животне средине и друге хитне проблеме. Новац прикупљен продајом уметничког дела и пријемом на изложбу може се доирати локалним добротворним организацијама или користити за финансирање

Project Partners



школских иницијатива за решавање ових проблема. Овај пројекат наглашава моћ уметности као средства за изражавање и преношење важних порука, подизање друштвене свести и прикупљање подршке заједнице за важне циљеве.

- **Друштвено одговорна марка одеће**

Овај пројекат води ученике на пут креирања друштвено одговорног брэнда одеће директно у школи. Ова иницијатива је укорењена у одрживости, етици и друштвеној одговорности. Ученици су укључени у сваки корак процеса, од дизајнирања еколошки прихватљиве одеће до набавке материјала који се придржава принципа фер трговине. Пројекат такође укључује аспекте као што су транспарентни ланци снабдевања, етичка производња и разматрање утицаја на животну средину. Осим што промовише свесни конзумеризам и одрживу моду, пројекат има и филантропски елемент. Део зараде од продаје одеће може се искористити за подршку добротворној организацији у складу са мисијом брэнда. Алтернативно, овим профитом се могу финансирати школски пројекти који се баве хитним друштвеним питањима. Кроз ове напоре, студенти уче непроцењиве лекције о етичким пословним праксама, управљању животном средином и важности коришћења трговине као силе за позитивне промене. Како студенти виде опипљив утицај који њихов брэнд може да има на заједницу и свет, ово практично искуство улива дубок осећај друштвене одговорности.

- **Добротворна радња којом управљају млади**

Ученици могу да оснују добротворну радњу коју воде студенти директно у свом школском кампусу, стварајући центар за укључивање заједнице и враћање. Продавница служи као сабирно место за дониране предмете, од одеће и додатака до књига и предмета за домаћинство. Ученици раде све од сортирања и одређивања цена донација до визуелног мерцхандисинга и управљања радњом. Осим што развија разумевање друштвене одговорности, пројекат пружа практичне вештине у управљању малопродајом и предузетништву. Добит од продаје се не задржава за себе, већ се донира локалним добротворним организацијама или пројектима заједнице који се баве хитним питањима. Кроз овај подухват, ученици развијају дубљи осећај емпатије, уче важност укључивања заједнице и разумеју како мали, колективни напори могу имати значајан позитиван утицај. Пројекат *The Youth Charity Shop* је опипљив пример како млади људи могу активно да допринесу побољшању живота других и своје заједнице у целини.

Project Partners



- **Едукативне радионице које воде млади**

Ученици могу осмислити и одржати образовне радионице за млађе ученике или ширу заједницу о темама које их занимају, као што су заштита животне средине, дигитална писменост или ментално здравље. Средства прикупљена са ових радионица могу подржати локалне образовне програме или иницијативе везане за тему радионице. Лидерство, дељење знања и образовање заједнице се подстичу кроз овај пројекат.

- **Часопис *Social Impact***

Оспособљавајући ученике да постану истраживачки новинари, овај пројекат се врти око креирања школског часописа са посебним фокусом на социјално предузетништво и његов утицај на питања заједнице. Студенти преузимају улогу репортера и писаца, истражујући локалне друштвене предузетнике и њихове подухвате. Они интервјуишу ове предузетнике како би из прве руке сазнали о њиховим путовањима, њиховим успесима и изазовима које су превазишли. Часопис постаје тачка за приказивање ових изузетних прича и дискусија о стварним проблемима којима се ови предузетници баве. Кроз чланке, интервјуе и живописне слике, часопис информише, инспирише и истиче потенцијал социјалног предузетништва у решавању друштвених изазова.

- **Подкаст о друштвеним питањима**

Ученици урађају у свет аудио приповедања и новинарства, крећући на путовање да креирају серију подкаста посвећених различитим друштвеним темама. Они истражују, пишу сценарије, развијају вештине интервјуисања и уче како да раде са стручњацима, активистима и лидерима заједнице. Ови подкасти могу дати глас критичним питањима која се могу превидети, помажући у подизању свести и покретању промена. Поред стицања вештина мултимедијалне продукције, студенти уче моћ ефикасне комуникације и заступања кроз модеран и приступачан медиј.

- **Документарни филм са друштвеним утицајем**

Снимање филмова постаје моћно средство за студенте да истакну горућа друштвена питања или изванредан рад локалних друштвених предузетника. Студенти бирају питање или друштвеног предузетника које ће представити и почињу да креирају свој наратив. Наоружани камерама и вештинама монтаже, они снимају интервјуе, приче из стварног живота и снимке који хватају суштину теме коју су изабрали. Документарац има за циљ да образује, инспирише и подстакне гледаоце да предузму акцију, показујући како

Project Partners



филмско стваралаштво може бити катализатор друштвених промена. То је пројекат који комбинује истраживање, приповедање и снимање филмова, који кулминира у моћном визуелном медију који се залаже за бољи свет.

- **Добротворна аукција коју воде млади**

Овај динамични пројекат ставља студенте у место покретача планирања догађаја, маркетинга и прикупљања средстава за достојан циљ. Организовањем добротворне аукције, они прикупљају дониране предмете из заједнице, од уметничких дела и колекционарских предмета до услуга или искустава. Не ради се само о самом догађају, већ о развоју стратегија за привлачење учесника, стварање буке и интересовање за аукцију. Студенти стичу искуство из прве руке у преговорима, маркетингу и комуникацији. Аукцијски догађај служи као платформа за прикупљање средстава, а прикупљени новац иде за подршку локалним добротворним организацијама. То је опипљива демонстрација коришћења предузетништва за стварање позитивног друштвеног утицаја, док студенти стичу основне вештине управљања догађајима и филантропије.

6.2. Сарадња са кључним заинтересованим странама

Ангажман студената у социјалном предузетништву протеже се даље од учионице до сарадње са широким спектром заинтересованих страна. За успех и одрживост пројекта друштвеног утицаја, ова партнерства су од суштинског значаја. Ево начина да радите са кључним заинтересованим странама како бисте максимизирали позитиван утицај иницијатива које воде студенти:

- **Укључивање локалне заједнице:** Ангажирајте се са локалном заједницом тражећи од њих да допринесу, подрже и учествују. Ово се може урадити одржавањем јавних састанака, анкетањем или организовањем догађаја у заједници. Студенти могу осигурати да се њихове иницијативе баве стварним потребама и да буду добро прихваћене укључивањем чланова заједнице у планирање и имплементацију пројекта.
- **Образовне институције:** Рад са другим школама, факултетима или образовним организацијама у области. Утицај пројекта социјалног предузетништва може се повећати дељењем ресурса, знања и најбољих пракси. Ученици могу да уче и комуницирају са вршњацима из различитих институција, помажући им да прошире своје перспективе.

Project Partners



- **Непрофитне организације:** Партнерство са локалним непрофитним организацијама које су у складу са циљевима пројекта. Ове организације могу пружити вредан увид, ресурсе и подршку и често имају искуство у решавању специфичних друштвених питања. Они такође могу понудити могућности менторства студентима.
- **Локална предузећа:** Изградите односе са локалним предузећима која би могла да обезбеде финансијска средства, ресурсе или стручност. Неки су можда вољни да спонзоришу пројекте или пруже радно искуство, омогућавајући студентима да стекну практично искуство и уче од професионалаца који раде.
- **Влада и јавне агенције:** Рад са државним или јавним службеницима који се баве друштвеним питањима којима се студенти баве. Ове заинтересоване стране могу бити извор савета и смерница о регулаторним и политичким изазовима. Они такође могу бити извори грантова или могућности финансирања.
- **Лидери заједнице и утицајне личности:** Повежите се са лидерима заједнице, активистима и утицајним људима који могу помоћи у подизању свести и подршке иницијативама које воде студенти. Њихово одобрење може да промени игру за видљивост и утицај пројекта.
- **Ментори и експерти:** Потражите менторе и стручњаке за предмет који могу пружити смернице и менторство ученицима у вашем пројекту. Ови појединци могу помоћи студентима да развију ефикасне стратегије и решења тако што деле своје знање и искуство.
- **Медији и канали комуникације:** Да бисте подигли свест о пројектима и њиховом утицају, користите локалне медије, радио станице и комуникационе канале. Више заинтересованих страна и присталица може се привући овом циљу кроз медијско праћење.
- **Алумни мреже:** Рад са алумни мрежама образовних институција. Алумни могу понудити смернице, менторство и могућности финансирања ако имају искуства у социјалном предузетништву или сродним областима.
- **Локалне фондације и организације које дају грантове:** Истражите партнерства са локалним фондацијама и организацијама које дају грантове које се фокусирају на друштвени утицај и развој заједнице. Грантови и финансијска подршка за студентске пројекте могу бити доступни од ових организација.

Project Partners





WP2: Teachers Training Programme on Green and Social Entrepreneurship



Co-funded by
the European Union

Партнерство са кључним заинтересованим странама не само да повећава утицај пројеката друштвених предузећа које воде студенти, већ и побољшава образовно искуство. Ово омогућава студентима да се повежу са широм заједницом, уче од професионалаца и изграде мрежу подршке која може довести до одрживих позитивних промена.

Project Partners



The Green & Social StartUps Erasmus+ Project (Nr. 2022-1-PL01-KA220-SCH-000087194) is co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Приступи настави предузетништва

1. Преглед

У данашњем свету који се брзо развија, неговање предузетничких вештина је кључно за студенте да се снађу у сложености модерне радне снаге. Овај модул се бави педагошким стратегијама које превазилазе традиционалне наставне методе, наглашавајући потребу за искуственим учењем и применом у стварном свету. Наставници ће истражити иновативне приступе дизајну курикулума, обезбеђујући свеобухватно искуство учења које обухвата теоријско знање и практичне увиде. Модул се такође бави кључним аспектима оцењивања, подстичући наставнике да усвоје динамичке методе евалуације које одражавају предузетнички пут.

Штавише, модул истражује узбудљиву област стварања интерактивних окружења за учење, са посебним фокусом на гамификацију – моћно средство за ангажовање ученика и побољшање њихових способности решавања проблема. Испитује се улога наставника као фасилитатора, пружајући увид у вођење ученика кроз предузетничке пројекте и усвајање менторских и коучинг приступа. Пошто су изазови својствени предузетничком пејзажу, модул се завршава практичним саветима који ће помоћи наставницима да превазиђу препреке и створе живахну и подстицајну атмосферу за учење. Ово свеобухватно путовање оснажује наставнике да негују дух иновације и отпорности код својих ученика, припремајући их за изазове и могућности предузетничког света.

Циљеви учења

- ✓ Разумети различите педагошке стратегије погодне за предузетничко образовање.
- ✓ Дизајнирајте свеобухватан наставни план и програм који покрива идеје, пословно планирање и практичне вештине.
- ✓ Ускладите компоненте курикулума са јасним циљевима учења за кохезивно образовно искуство.
- ✓ Овладајте техникама оцењивања како бисте ефикасно проценили предузетничке компетенције.
- ✓ Истражите методе за стварање привлачног и интерактивног окружења за учење, укључујући гамификацију.
- ✓ Научите стратегије за олакшавање предузетничких пројеката и вођење ученика кроз процес стварања подухвата.

Project Partners



- ✓ Спроведите приступе менторства и подучавања како бисте подржали ученике на њиховом предузетничком путу.
- ✓ Добијте практичне савете за превазилажење уобичајених изазова повезаних са подучавањем предузетништва.

2. Педагошке стратегије за образовање за предузетништво

Предузетништво се може разумети на више начина. У ширем смислу, то је став особе која има креативност и способност да активно учествује у друштвено-економском животу. У ужем контексту, то је и способност и спремност за покретање и вођење сопственог бизниса, посебно заснованог на проеколошкој свести и активностима. Предузетништво је кључни фактор који утиче на друштвено-економски развој различитих географских подручја (Dorocki & Rachwał, 2011).

Савремени правци цивилизацијског развоја, који се заснивају на изградњи економије засноване на знању и формирању информационог друштва, намећу потребу сталног ажурирања образовног процеса на свим нивоима наставе (Borowiec, et al., 2009; Ziōło 2009). Ово је неопходно да би се обезбедило да циљеви, садржај, методе и очекивани резултати школског образовања одговарају изазовима припреме младе генерације за живот у данашњем свету. То значи да се студенти припремају да пронађу и обављају посао и као запослени са пуним радним временом и као самозапослени, кроз способност дизајнирања, покретања и вођења сопственог бизниса (Kurek & Rachwał 2010b; Rachwał, 2019).

Циљ свеобухватног образовања је свеобухватан развој појединца. Да би се то постигло, неопходно је користити различите образовне методе укључујући различите стратегије које имају холистички утицај на све сфере људске активности, односно на њихову интелектуалну, емоционалну и практичну активност (Łazowska, 2005). Традиционалне наставне методе (нпр. предавање, рад са текстом) треба само да допуњују методе активирања.

Стратегија асоцијације знања и њене методе храњења су корисне када се уводе нова питања и објашњавају различити феномени и односи. Знање се преноси у облику информација спремних за памћење и учење. Ову стратегију бирајте само када сте сигурни да ученици неће моћи сами да дођу до знања јер им је задатак претежак да постигну циљ.

Project Partners



Сѣрашѣија заснована на љроблему заснива се на самосталном стицању знања ученика који траже исправна решења у процесу стваралачке активности. Ова стратегија је препоручљива када желите да стимулишете своје ученике да предузму акцију и развију своје когнитивне вештине као и њихова интересовања. Ученици постављају питања, постављају хипотезе и решавају проблеме.

Емоционална сѣрашѣија заснива се на активационим методама, чији је циљ стимулисање емоционалне сфере ученика, што ће у процесу стицања знања омогућити формирање личности и сопствених вредности и помаже у ефикасном памћењу доживљеног садржаја. Учитељ у ту сврху користи музику, илустрације и слике.

Оѣерашѣивна (ѣпракѣиична) сѣрашѣија се користи у настави стручних предмета. Ученици кроз акцију стичу знања и развијају навике. Током учења користе се практичне вежбе, лабораторијска настава и сви часови који омогућавају преношење теорије у стручну праксу (Окон, 1987).

Педагошке стратегије у образовању за предузетништво треба да се заснивају на активним методама учења које наглашавају укљученост ученика кроз решавање стварних проблема и стицање искуства. Програм едукације о предузетништву треба да користи што више активних метода – занимљивих, емоционално ангажованих, подстицања ученика на самостално размишљање и деловање.

Методѣ активирања су начини деловања који ће помоћи ученицима:

- продубљују своја интересовања,
- стичу нова знања,
- стимулише креативност,
- комуницирају, дискутују и размењују мишљења.

Наставник који користи методѣ активирања напушта своју досадашњу улогу стручног наставника и постаје саветник, аниматор, партнер, посматрач и учесник у наставном процесу.

Методѣ преокренутог часа (обрнута учионица): Методѣ се заснива на претпоставци да ученици уче теоријска питања код куће – пре планираног часа. Креатори методѣ Bergmann and Sams (2012) одлучили су да теоријски део снимѣ у виду видео записа које је ученицима требало да погледају, да воде белешке и припреме питања о теми. Час је намењен практичној употреби стечених знања. Почетак часа је време за објашњење неразумљивог садржаја, затим се ученицима дају

Project Partners



практични задаци које треба да ураде да би теорију увježбали у пракси. Наставник подржава ученике током рада, даје додатна објашњења и посматра наставни процес. Bergmann and Sams (2012) сматрају да коришћењем оваквог начина рада ученици добијају наставу прилагођену њиховим индивидуалним потребама. Такође је могуће комбиновати ову методу са другим техникама подучавања као што су дискусија, дебата или браинсторминг.

Образовне игре: Наставне игре, како засноване на рачунару, тако и на мрежи, веома су цењене међу ученицима као ефикасан метод подучавања. Захваљујући њима ученици могу да уче различите области знања на њима пријатан и забаван начин. Вреди напоменути да многе од ових игара ефикасно подржавају развој предузетничког става, вештина штедње, доношења одлука и подучавања одговорности (Spławski-Murmyło & Wawryszuk, 2017).

У складу са правцем развоја образовања, који подразумева коришћење механизма игре за олакшавање процеса учења (гамификација), предлаже се и коришћење популарних веб сајтова као што је Kahoot! или Quizizz, за образовну забаву. Укључивање основа пословног образовања у наставни план и програм за децу узраста од 8 и више година може имати многе предности. Ово је период када деца развијају своје когнитивне способности и уче основне појмове. Увођење знања о управљању финансијама, штедњи, инвестирању и разумевању економских механизма може их припремити да боље разумеју и баве се финансијским аспектима у будућности.

Метода симулације: Једна од метода која се може користити у настави предузетништва је симулација вођења сопственог бизниса кроз коришћење виртуелних стратешких игара. Ове врсте игара омогућавају ученицима да тестирају различите начине деловања, повећавају своју укљученост, омогућавају анализу резултата активности и промовишу активне и креативне ставове. За ефикасно спровођење предузетничке едукације морају бити испуњени одређени критеријуми. Овај облик наставе треба да повећа ниво разумевања економске стварности и да узме у обзир различите аспекте предузетништва, што ће омогућити испоруку различитих садржаја. Вреди постулирати да би предузетничко образовање требало да се заснива на решавању проблема као дидактичком приступу и да integriше елементе учења кроз рад, што је у складу са приступом „учење кроз рад“ (San Tan & Ng, 2006). Захваљујући овој методи, ученици развијају своју осетљивост и уче да размишљају продуктивно. Овај метод се може користити приликом реализације следећих делова наставног материјала: међуљудска комуникација, преговори, рационално улагање и штедња (фиктивни пренос одређеног износа студентима за

Project Partners



берзанска улагања, доношење одлука о куповини и продаји хартија од вредности и евидентирање насталих профита или губитака) и активно тражење посла (симулирани интервју за посао) (Kwiatkowski & Musiałkiewicz, 2019).

Пројектна метода: Пројектна је метода у којој ученици самостално извршавају постављени задатак. Наставник само дефинише оквир пројекта. Циљ ове методе је развијање способности ученика да планирају и организују сопствени рад, прикупљају и бирају информације, решавају проблеме, раде у групи, доносе одлуке, процењују и комуницирају. Рад са овом методом је процес корак по корак (Brudnik, et al., 2000):

- Упознати ученике са методом и навести тему задатка.
- Израдити пројектна упутства – циљеви, задаци и рокови за њихову реализацију, одговорна лица.
- Имплементација пројекта – прикупљање и анализа информација.
- Реализација парцијалних задатака и припрема извештаја.
- Презентација пројекта.
- Евалуација пројекта.

Метода заснована на пројектима у настави основа предузетништва може се применити на различите аспекте наставног материјала, као што је управљање личним финансијама или вођење сопственог бизниса. Приликом коришћења ове методе приликом учења о покретању бизниса, у зависности од способности и интересовања ученика, једна група ученика може припремити пројекат на индивидуалном предузећу, док друге групе студената које су талентованије и заинтересоване за тему могу да раде на пројектима у компанијама са ограниченом одговорношћу, генералним партнерствима или командитним партнерствима (Kwiatkowski & Musiałkiewicz, 2019). Идеја пројекта може се заснивати, на пример, на промовисању проеколошких ставова. У ту сврху може се организовати неколико еколошких пројеката у просторијама школе, упућених ученицима, родитељима и наставницима из школе, како би се подстакле и убедиле остале школе и вртићи, становници града и организације из локалне средине да учествују у активностима, радње и догађаје. Такве активности обухватају еколошке кампање, еколошке манифестације, еколошка такмичења, производњу еколошких филмова, припрему еколошких летака и предавања за остале студенте. Још један пример образовног пројекта који се може користити може бити пројекат социјалног предузетништва, чији је циљ да

Project Partners



укључи ученике у активности за школу и локалну заједницу, створи везе са околином и подржи занимљиве студентске иницијативе (Gorzeńska & Radanowic, 2019).

Студија случаја је веома често коришћена метода у настави предузетништва. Подразумева самостално стицање нових знања на основу теренског истраживања и изворних материјала. Важан елемент ове методе је формулисање закључака након проучавања случаја. Студија случаја вам омогућава да креирате идеје, концепте, научите о односима и креирате теорије које објашњавају дати случај. У едукацију из области социјалног и еколошког предузетништва вреди укључити практичаре. То нису само представници невладиних организација, већ и институције које се баве развојем еколошког сектора и предузетници у различитим делатностима (од креативних до производних).

Бреинсторминг (енгл. brainstorming): Активирајућа наставна метода која вам омогућава да развијете и побољшате групне идеје. Његова велика предност је лакоћа припреме. Бреинсторминг се састоји од три фазе:

1. Увод: Прва фаза почиње тако што излагач износи питање или проблем. Затим наставник припрема групу за проблем који треба да реши (може да користи говор или предавање) и упознаје групу са правилима учествовања у браинстормингу. Имајте на уму следећа правила:

- Сваки ученик има право да поднесе било који број идеја.
- Важан је број, а не квалитет идеја.
- Идеје нико не може процењивати, критиковати или коментарисати.
- Можете користити претходно поднете идеје, мењати их или развијати.
- Аутор идеје није наведен.
- Идеје могу бити најсмелије и најсмешније.
- Водитељ седнице даје реч.
- Идеје записати на табли, евентуално у свеску (ми бирамо секретарицу). У другој варијанти, да би се осигурала потпуна анонимност, идеје се подносе на посебним листовима папира. Секретар (ученик) групише листове папира према концептима решења.

Project Partners



2. Прикупљање идеја: Ученици долазе са идејама за решавање овог проблема. Сесија траје 5-15 минута. Његов крај обележава значајан пад броја поднетих идеја или одлука наставника да је прикупљени материјал довољан за наставак часа и решавање проблема.

3. Анализа идеја: Решења се процењују тек након подношења свих предлога. Води се дискусија о сваком решењу и његовој оцени. Ученици заједно са наставником бирају најприкладнија решења за проблем који наставник поставља и образлажу свој став. Најбоље решење се примењује и проверава ефикасност (Gorzeńska & Radanowicz, 2019).

Дебате чији је задатак да расправљају о одређеној тези. У дебати је забрањено вређати или исмевати противничке говорнике. Дебата тече на следећи начин:

Теза дебате је изјава која чини основу за дискусију. Дефиницију ове изјаве одредиће први говорник дебате.

- Постоје два тима, од којих један подржава дату тврдњу, а други заузима супротан став.
- Тим који подржава изјаву мора је објаснити.
- Дебату води шеф дебате.
- Дебата се завршава завршним говорима обе стране који сумирају своје гледиште.

Дебате помажу у развоју вештина као што су: разумљиво говорење, вештине убеђивања и комуникације, као и способност да се говори логично и транспарентно. Способност сарадње са другима, способност сарадње унутар тима, такође постаје кључна (Горзенска & Радановиц, 2019).

СВОТ метода: Метода је алат помоћу којег можете анализирати и препознати сопствене снаге и слабости (енгл. (Strengths - Weaknesses), као и постојеће и потенцијалне прилике и претње (енгл. (Opportunities - Threats) које долазе споља.

Одговорите на следећа питања:

- Снаге - Које су ваше предности? Шта дизајнерски тим ради најбоље?
- Слабости – Шта пројектни тим може побољшати? Шта ће други видети као слабу тачку тима? Зашто људи могу бити незаинтересовани за пројекат?
- Снаге – могућности: Можете ли рачунати на подршку и промоцију у локалној заједници? Можете ли користити ИКТ за покретање подухвата?

Project Partners





- Претње – Који проблеми могу настати? Да ли је потребан финансијски допринос за почетак?

Едукативни видео записи: Едукативни метод чији је примарни задатак да пружи знање или уведе тему. Могу се користити у облику:

- кратки филмови који уводе тему, чија је сврха да постану повод за дискусију;
- филмски састанци;
- врста догађаја који је такође повод за дискусије, радионице и даље активности (Korzeńska & Radanowic, 2019).

Project Partners



3. Креирање интерактивног окружења за учење

У стварању интерактивног окружења за учење за предузетничко образовање, инструктори могу користити различите методологије. Укључивање мултимедијалних елемената, као што су видео снимци, подкасти и интерактивне презентације, повећава ангажовање и пружа услуге различитим стилима учења. Групне дискусије и активности за решавање проблема симулирају сценарије из стварног света, подстичући ученике да сарађују, размишљају и заједнички се сналазе у изазовима. Динамичке поставке учионице, у којима ученици активно учествују у дизајнирању и извођењу пројекта, појачавају аспект искуственог учења, појачавајући практичну примену предузетничких принципа.

Интеграција технологије и онлајн ресурса отвара капију за обиље информација и могућности учења. Платформе за е-учење и виртуелне учионице омогућавају флексибилне распореде учења, задовољавајући различите потребе ученика. Вебинари које организују стручњаци из индустрије излажу студенте тренутној тржишној динамици и новим трендовима. Приступ онлајн базама података и истраживачким алатима омогућава студентима да спроводе дубинске анализе, подстичући начин размишљања оријентисан на истраживање. Поред тога, коришћење друштвених медија и веб локација фокусираних на предузетништво ствара виртуелну заједницу, омогућавајући студентима да деле идеје, увиде и ресурсе са вршњацима широм света.

Оснивање клубова фокусираних на предузетништво и ваннаставних активности је од кључног значаја за неговање холистичког предузетничког екосистема. Ови клубови пружају простор студентима да активно учествују у радионицама, гостујућим предавањима и практичним пројектима, појачавајући теоријско знање практичним применама. Такмичења, хакатони и стартап изазови са темом предузетништва подстичу пријатељско такмичење и иновације. Менторски програми, где искусни предузетници воде студенте у развоју пословних идеја, нуде непроцењиве увиде и могућности умрежавања. Активним укључивањем ученика у планирање и организовање ових активности, школе могу усадити вештине лидерства и осећај власништва, доприносећи целокупном предузетничком начину размишљања.

Project Partners



3.1. Гамификација (енгл. Gamification)

Гамификација, када се користи стратешки, трансформише образовање у импресивно и динамично искуство. Не само да побољшава разумевање предмета, већ и усађује критичне животне вештине, чинећи учење пријатним путовањем. Укључујући елементе из света игара, едукатори могу да откључају пуни потенцијал својих ученика, негујући позитиван став према учењу и решавању проблема.

Гамификација је употреба стратегија и механизма познатих из игара у сврхе које нису забава (Kozłowska, 2016). То је метод који користи типичне елементе игре, као што су такмичење, сарадња и брза повратна информација, за ангажовање корисника и решавање различитих проблема. Гамификација се заснива на коришћењу техника мотивације које су повезане са анализом података (Strużyna & Kania K, 2016).

Игра је централни концепт у контексту гамификације. Игра представља симулацију економског и друштвеног окружења у коме учесници доносе одлуке које утичу на модификацију услова у окружењу и обликују будуће изборе учесника (Bombiak & Cisek, 2019). Елементи који граде механизам игре укључују бодове, значке, нивое, изазове, награде (Bombiak & Cisek, 2019).

Научне и истраживачке институције, попут компанија, прилагођавају се брзо променљивим тржишним условима коришћењем напредних маркетиншких стратегија, укључујући гејмификацију, које помажу у одржавању и ширењу њихове репутације на основу блиских интеракција са купцима. Користећи гејмификацију, преносимо механизме и решења из игара у свакодневни живот купаца на начин да више ангажујемо циљну групу и мотивишемо је на предузимање конкретних радњи, што ће на крају резултирати везивањем за рекламирани бренд (Wrona K., 2012). Три стуба могу гарантовати успех гејмификације (Starzyński, 2012):

- Забава – задовољство, задовољство,
- Пријатељи – могућност забаве у заједници, успостављања контаката, сарадње, такмичења,
- Повратне информације – добијање брзих повратних информација о радњама које је предузео играч.
- Најважнији елементи гејмификације:

Project Partners



- Награде, као што су бодови или школске оцене, треба да се додељују када се постигне циљ.
- Вреди запамтити да награда не треба да буде крај.
- Систем награђивања треба да буде праведан и да покрива све ученике, а не само оне који показују иницијативу или креативност.
- Награде треба додељивати у више фаза; вреди увести нивое или значке у систем награђивања за испуњавање наредних изазова или достигнућа које је играч постигао.
- Сви поени, значке или награде добијени за наредне фазе изазова треба да мотивишу ученика и подстакну га да уложи још веће напоре у надметању са другим корисницима.
- Вреди обезбедити да се конкуренција која се јавља између ученика одржава на здравом нивоу и да се родитељи што мање ангажују у задацима – да радове или пројекте припремају углавном деца, а не родитељи.

Механика позната из игрица може бити веома ефикасан алат за подстицање мотивације и посвећености, који су кључни у процесу постизања образовног успеха. Ово је посебно важно јер се увођењем иновативних облика преношења знања, оцењивања и креативних метода подстицања интересовања за развој и учење отварају нове могућности и перспективе (Zakowicz & Sochacka, 2017).

Гамификација у образовању се не заснива на коришћењу самих игара, већ на коришћењу механизма који регулишу игру и утичу на понашање играча. Ова идеја има за циљ да покаже унутрашњу мотивацију и спремност да се уложи значајни напори, који се често примећују међу играчима. Увођење гејмификације у школу у поједина одељења (предмете) није лако, захтева – посебно на почетку – доста додатног рада наставника. Потребно је развити заплет игре, утврдити њена правила, циљеве као и правила за оцењивање ученика. Најлакши начин за увођење гејмификације у образовање је коришћење игара на часовима.

Међутим, ако је сврха игре само опуштање без когнитивних аспеката, тешко је говорити о правој игрификацији. Гамификација почиње када користимо игру као алат за учење. Шта можемо научити? Кроз игре можемо да подучавамо тимски рад, управљање временом, специфичне садржаје из математике, географије, економије и других области. Занимљив пример је игра [EVE Online](#), која вам омогућава да креирате виртуелне корпорације које запошљавају хиљаде играча. Предавачи који се баве економијом и менаџментом и тренери у компанијама често користе ову

Project Partners



игру као практичан алат за проверу стеченог знања (Sobociński, 2012). Још једна популарна пословна симулација је игра Farmersi.pl, која учи како се економско знање користи у пракси и подучава студенте предузетништву.

Друге предложене врсте игара које се могу користити у лекцији:

- Игре претварања – имитирање стварног света.
- Игре открића – оне вам омогућавају да откријете нешто и разумете односе.
- Физичке игре – вежбање моторичких вештина, брзине, рефлекса итд.
- Оперативне игре – циљ је извођење одређеног задатка.
- Друштвене игре
- Таск станице
- Квизови
- Собе за бекство

Примери задатака:

- Студенти – након што се упознају са правилима, погодностима и могућим губицима – учествују у игри чији је циљ „улагање“ новца, на пример на берзи или у одабране инвестиционе фондове. Студенти имају исту количину „виртуелног“ новца, који виртуелно улажу у одабране изворе. Међутим, касније гледају како њихов виртуелни новац ради у стварној инвестицији коју су одабрали. Студенти могу „повући“ своје прилоге и „уложити“ их негде другде. Циљ игре је да постигнете највећи профит од вашег капитала. Они такође могу да „депонују“ новац у одабране депозите, што је сигурнији облик.
- Можете претходити инвестицији тако што ћете пронаћи потребан новац, анализирати кредитне компаније, профитабилност итд.
- На крају фазе, студенти измирују „своје“ пореске пријаве.

Друга идеја за коришћење гејмификације у социјалном предузетништву је задатак који се односи на прикупљање животињске хране и осталог прибора који је потребан животињама у склоништу. Ученици и наставник одлучују како ће изгледати награде за појединачне задатке. Задаци обухватају не само индивидуалне одговоре, већ и тимски рад, на пример прављење колажа или пројеката на задату тему. Уместо поена, деца скупљају коцкице. Наставник оцењује не само

Project Partners



знање и рад датог ученика, већ и његов приступ сарадњи у групи и поштовање правила рада са другима. На крају месеца (по договору са родитељима и саветом родитеља) свако дете мења број коцкица за храну за животиње или други прибор потребан у прихватилишту за животиње. За увођење додатног едукативног елемента, правимо посебну школску продавницу и ценовник таквих артикала, у коме број коцкица одговара цени хране или ћебе. Након куповине, деца, заједно са датим одељењем или старосном групом, одлазе да однесу производе у прихватилиште. Поред циља учења и добијања коцкица које би могле да се замене за храну, ученици и наставник су на оваквим часовима остварили и циљ развијања позитивног односа према свету, људима и животињама.

Друга примена гејмификације у образовном процесу је промена система оцењивања са традиционалних оцена на стицање бодова и нивоа. У току курса наставне методе остају непромењене, али уводимо одређене „механизме и динамику игре“ који мотивишу студенте за стицање искуства и унутрашњу потребу за постизањем виших нивоа. Лекцију вреди обогатити елементима преузетим из игара као што су: додатни задаци и поени; специјални задаци; додатне животе и могућност да их изгубимо када не извршимо одређене команде и задатке.

Главне компоненте задатака и игара које се користе у игрификацији у образовању:

- прикупљање – бодови, значке, предмети.
- рангирање – када ученик види колико су поена његови пријатељи сакупили, он или она постаје још ангажованији, важно је да се ранг-листе стално ажурирају.
- нивои – прелазак или улазак у следећи ниво је веома атрактиван за ученика и пружа већу повратну информацију од добијања појединачних поена, иако ништа не спречава оба система – бодове и нивое – да раде заједно.
- циљеви – ученици морају знати за шта се боре и шта је циљ игре.
- изазови - игра ће бити много привлачнија ако задаци постављени у њој нису превише лаки, већ прилично изазовни.
- заплет и преузимање улоге – приче су елемент који ученици веома воле у многим фазама образовања, а када постану учесници дате приче, преузимају улогу, постају креатори, а не остају само на нивоу примаоцима, то је за задатак који им је много интересантнији.

Project Partners



4. Дизајнирање наставног плана и програма за предузетништво

4.1. Структурирање свеобухватног наставног плана и програма за предузетништво

Структурирање свеобухватног наставног плана и програма за предузетништво укључује пажљиво планирање и интеграцију различитих елемената како би се обезбедило холистичко искуство учења. Испод је листа неких корисних пракси које наставници могу да размотре:

- **Процена потреба:** Започните спровођењем процене потреба да бисте разумели специфичне захтеве и интересовања ученика. Идентификујте њихове празнине у знању, вештинама и интересовањима у вези са предузетништвом.
- **Модули за секвенцијално учење:** Дизајнирајте наставни план и програм на секвенцијални начин, уводећи основне концепте пре него што пређете на напредније теме. Почните са основним принципима предузетништва и постепено улазите у области као што су пословно планирање, маркетинг, финансије и социјално предузетништво.
- **Мапирање наставног плана и програма:** Направите мапу наставног плана и програма како бисте осигурали уравнотежено покривање основних тема о предузетништву. Ово може укључивати генерисање идеја, пословно планирање, финансијску писменост, маркетинг, етику и социјално предузетништво.
- **Учење засновано на пројекту:** Укључите искуства заснована на пројекту где ученици могу применити предузетничке концепте у сценаријима из стварног света. Ово може укључивати развој пословних планова, креирање прототипова и укључивање у симулиране пословне активности.
- **Међудисциплинарна интеграција:** Интегришите концепте предузетништва у различите предмете попут математике, науке и друштвених студија. Овај интердисциплинарни приступ помаже студентима да виде међусобну повезаност предузетништва са другим областима и побољшава њихово холистичко разумевање.
- **Гостујући говорници и посете индустрији:** Позовите гостујуће говорнике из различитих предузетничких средина да поделе своја искуства. Планирајте посете индустрији локалним предузећима или организујте виртуелне туре како бисте студентима пружили практичан увид у предузетништво.

Project Partners



- **Интерактивне радионице и семинари:** Водите интерактивне радионице и семинаре који се фокусирају на специфичне аспекте предузетништва. То може укључивати маркетиншке стратегије, финансијско планирање и правна разматрања.
- **Укључите технологију:** Искористите технологију да бисте побољшали учење. Користите онлајн ресурсе, апликације које се односе на предузетништво и виртуелне алате како бисте наставни план и програм учинили динамичним и релевантним за дигитално доба.
- **Предузетнички изазови и такмичења:** Организујте предузетничке изазове или такмичења на којима ученици могу да покажу своје иновативне идеје и вештине решавања проблема. Ово негује дух здраве конкуренције и подстиче креативност.
- **Аспекти етике и друштвене одговорности:** Нагласити важност етичког понашања у предузетништву. Разговарајте о студијама случаја које истичу етичке дилеме и доношење одлука, припремајући ученике да се снађу у етичким изазовима са којима се могу сусрести.
- **Процена и повратне информације:** Развити свеобухватну стратегију оцењивања која укључује формативно и сумативно оцењивање. Обезбедите конструктивне повратне информације како бисте усмеравали ученике да унапреде своје предузетничке вештине.
- **Флексибилни путеви учења:** Препознајте да ученици имају различите стилове учења и преференције. Понудите флексибилне путеве учења, омогућавајући им да истраже области од интереса у предузетништву.
- **Стални професионални развој:** Подстакните наставнике да се ангажују у сталном професионалном развоју како би били у току са актуелним трендовима и праксама у предузетништву. Ово осигурава да наставни план и програм остане релевантан и динамичан.
- **Ангажовање у заједници:** Охрабрите ученике да примене своје предузетничке вештине за бољитак заједнице. Иницијативе као што су пројекти заједнице, прикупљање средстава или партнерства са локалним предузећима могу пружити практична искуства и усадити осећај друштвене одговорности.

У закључку, структурирање свеобухватног наставног плана и програма о предузетништву за школске наставнике укључује вишестрани приступ који превазилази традиционалну наставу у учионици. Усвајањем узастопних модула учења, интеграцијом примера из стварног света и укључивањем интерактивних активности, наставници могу да негују холистичко разумевање

Project Partners



предузетништва међу ученицима. Међудисциплинарна интеграција, гостујући говорници и посете индустрији обогаћују искуство учења, повезујући теоријско знање са практичним применама. Коришћење технологије и различитих стратегија оцењивања одржава наставни план и програм динамичним и усклађује се са растућим захтевима дигиталног доба. Етичка разматрања, стално усавршавање и ангажовање заједнице додатно повећавају утицај наставног плана и програма, негујући само предузетничке вештине већ и осећај друштвене одговорности. Док се наставници крећу кроз образовни пејзаж, овај свеобухватни приступ осигурава да студенти дипломирају са чврстом основом, спремним да се крећу кроз сложеност предузетништва уз иновације, етички интегритет и посвећеност позитивном друштвеном утицају.

4.2. Усклађивање наставног плана и програма са циљевима учења

У структурирању свеобухватног наставног плана и програма за предузетништво, едукатори крећу на динамично путовање обликовања следеће генерације иновативних мислилаца, оних који решавају проблеме и пословних лидера. Овај процес је више од само организовања часова; ради се о стварању образовног искуства које оспособљава ученике са знањем, вештинама и начином размишљања који су неопходни за сналажење у сложености предузетништва. Док се наставници упуштају у овај подухват, они постављају основу за неговање креативности, отпорности и дубоког разумевања пословних концепата међу својим ученицима. Структурирање интегрисаног наставног плана и програма за предузетништво укључује промишљено планирање, усклађивање са циљевима учења и посвећеност прилагодљивости, осигуравајући да ученици не само да схвате теоријске концепте већ и да негују практичну оштроумност потребну да напредују у предузетничком пејзажу. Следеће праксе се баве уметношћу и науком структурирања наставног плана и програма за предузетништво који превазилази уџбенике, са циљем да распламса страст за иновацијама и решавањем проблема у главама предузетника амбициозних.

- **Дефинишите јасне циљеве учења:** јасно артикулишите шта желите да ученици науче. Циљеви учења треба да буду специфични, мерљиви, оствариви, релевантни и временски ограничени (SMART). На пример, ако је циљ разумевање финансијског управљања, наведите да ли оно укључује буџетирање, финансијско извештавање или инвестициону анализу.

Project Partners



- **Пресликајте циљеве на компоненте курикулума:** Подијелите наставни план и програм на компоненте као што су лекције, модули или јединице. Мапирајте сваку компоненту са одговарајућим циљевима учења. Ово осигурава да сваки аспект наставног плана и програма доприноси постизању жељених исхода учења.
- **Активности учења у низу:** Организујте активности учења у логичном низу који је у складу са напредовањем вештина и знања. Почните са основним концептима пре него што пређете на сложеније теме. На пример, ако је циљ да се развије бизнис план, студенти прво треба да разумеју анализу тржишта, финансијско планирање и оперативна разматрања.
- **Изаберите одговарајуће наставне методе:** Одаберите наставне методе које су у складу са циљевима учења. Ако је циљ да унапредите критичко мишљење, укључите активности као што су студије случаја, дебате или вежбе решавања проблема. Прилагодите своје наставне методе како бисте задовољили различите стилове учења.
- **Укључити процене:** Развити процене које директно мере постизање циљева учења. Ове процене могу укључивати квизове, пројекте, презентације или испите. Обезбедите да критеријуми за оцењивање буду транспарентни и усклађени са специфичним циљевима наведеним у циљевима учења.
- **Обезбедите јасне смернице:** јасно пренесите ученицима циљеве учења. Објасните релевантност сваког циља и како он доприноси њиховом општем разумевању и развоју вештина. Ова транспарентност помаже ученицима да разумеју сврху сваке лекције и подстиче ангажовање.
- **Понудите стратегије диференцијације:** Препознајте разноликост ученичких способности и стилова учења. Обезбедите различите инструкције или активности да бисте задовољили различите потребе учења. Ово може укључивати нуђење додатних ресурса, обезбеђивање алтернативних задатака или подстицање заједничког учења.
- **Редовно прегледајте и ревидирајте:** Континуирано процењујте ефикасност наставног плана и програма у постизању циљева учења. Прикупите повратне информације од ученика и размислите о резултатима оцењивања. Ако су одређени циљеви константно изазовни за ученике, размислите о прилагођавању наставног плана и програма или наставних метода како бисте боље одговорили на те области.

Project Partners



- **Интегришите апликације из стварног света:** повежите циљеве учења са апликацијама из стварног света. Покажите ученицима како су знања и вештине које стичу у учионици релевантне за практичне ситуације. Гостујући говорници, посете индустрији или студије случаја могу побољшати ову везу.
- **Усклађеност са стандардима и оквирима:** Осигурајте да је наставни план и програм у складу са образовним стандардима и оквирима. Ово осигурава да ученици испуњавају шире образовне циљеве, а истовремено их припремају за стандардизовано оцењивање.

Пратећи ове кораке, наставници могу креирати наставни план и програм који не само да покрива суштински садржај већ и активно доприноси постизању смислених циљева учења.

Project Partners



5. Процена и евалуација

Оцењивање игра кључну улогу у предузетничком образовању, служећи као компас који води и наставнике и ученике на путу стицања вештина и примене знања. У динамичном пејзажу предузетништва, где су прилагодљивост, креативност и решавање проблема најважнији, ефективне методе процене превазилазе традиционалне испите. Они постају средства за процену не само теоријског схватања основних концепата, већ и практичне примене ових принципа у сценаријима из стварног света. Кроз различите технике процене, наставници могу да процене ученикове предузетничке вештине, начин размишљања и спремност да се сналазе у сложености пословног света. Штавише, процене служе као моћно оруђе за неговање самосвести, подстицање сталног побољшања и обликовање предузетничког начина размишљања наглашавајући отпорност, критичко размишљање и ефикасну комуникацију. У суштини, стратешка употреба оцењивања је у складу са холистичким циљевима предузетничког образовања, оспособљавајући ученике са компетенцијама неопходним за успех у њиховим будућим предузетничким подухватима.

Неки корисни начини и технике за процену напретка ученика су наведени у наставку:

Формативне оцене:

- **Запажања у учионици:** Редовно посматрајте ученике током заједничких активности, дискусија или рада на пројекту како бисте проценили њихов тимски рад, комуникацију и вештине решавања проблема. Обратите пажњу на примере лидерства, ефикасне комуникације и доприноса групној динамици.
- **Рецензије вршњака:** Спроведите вршњачке процене где ученици дају конструктивне повратне информације о доприносима својих вршњака. Ово не само да подстиче самосвест, већ и подстиче одговорност за индивидуалне и групне перформансе.
- **Часописи за размишљање:** Охрабрите ученике да воде часописе који одражавају њихов предузетнички пут. Процените њихову способност да критички анализирају изазове, предложе креативна решења и повежу искуства са теоријским концептима.

Сумативне оцене:

- **Пословни планови:** Проценити разумевање ученика о предузетничким концептима кроз развој и презентацију свеобухватних пословних планова. Процените њихову способност

Project Partners



да артикулишу одрживу пословну идеју, покажу разумевање тржишта и креирају стратешки план.

- **Представљање презентација:** Процените вештине комуникације и убеђивања тако што ћете ученицима понудити своје пословне идеје на панелу. Процените њихову способност да пренесу вредносну понуду, одговоре на питања и покажу самопоуздање и страст.
- **Испити:** Користите традиционалне испите са фокусом на теорију, осигуравајући да студенти схвате основне принципе предузетништва. Процијените њихово знање о кључним концептима, оквирима и теоријама.

Задаци учинка:

- **Вежбе играња улога:** Развијте сценарије у којима ученици преузимају различите предузетничке улоге (нпр. оснивач, инвеститор, купац). Процените њихову прилагодљивост, вештине преговарања и способности доношења одлука у динамичним и реалистичним ситуацијама.
- **Симулације:** Уведите пословне симулације или студије случаја које реплицирају стварне предузетничке изазове. Проценити ученике о њиховој способности да примене теоријска знања за решавање практичних проблема.

Процене засноване на пројекту:

- **Предузетнички пројекти:** Доделите пројекте који укључују стварање и управљање малим предузећем. Процените ученике на њиховој способности да спроводе предузетничке концепте, доносе стратешке одлуке и управљају изазовима.
- **Задаци за истраживање тржишта:** Процените аналитичке и истраживачке вештине тако што ћете доделити пројекте који захтевају од ученика да спроводе истраживање тржишта, анализирају податке и предлажу пословне стратегије које се могу применити на основу њихових налаза.

Рубрике и контролне листе:

- **Рубрике вештина:** Развијте рубрике које описују специфичне предузетничке вештине (нпр. креативност, критичко размишљање, преузимање ризика). Обезбедите детаљан оквир за оцењивање и за формативне и за сумативне евалуације, чинећи критеријуме транспарентним за ученике.

Project Partners



- **Контролне листе:** Креирајте контролне листе за специфичне задатке или критеријуме у оквиру пројеката. Ово обезбеђује систематски начин за процену напретка ученика, обезбеђујући да они испуњавају унапред дефинисана мерила.

Портфолио:

- **Предузетнички портфолио:** Нека ученици саставе портфолије који приказују њихов предузетнички пут. Укључите артефакте као што су пословни планови, размишљања и докази о развоју вештина. Процените дубину и ширину њихових предузетничких искустава.
- **Дигитални портфолији:** Користите онлајн платформе за ученике да покажу мултимедијалне репрезентације својих пројеката. Процените њихову способност да ефикасно комуницирају кроз различите медије и истакните кључне аспекте њихових предузетничких подухвата.

Интервјуи и презентације:

- **Излазни интервјуи:** Водите излазне интервјуе где ученици размишљају о свом укупном искуству учења. Процените њихову способност да артикулишу утицај наставног плана и програма за предузетништво на њихове вештине, начин размишљања и будуће тежње.
- **Pitch такмичења:** Организујте такмичења у *pitch* као сумативна оцена. Процените ученике на основу њихове способности да артикулишу идеје, одговоре на питања и покажу свеобухватно разумевање пословних концепата.

Континуиране повратне информације:

- **Редовне сесије повратних информација:** Закажите сесије са повратним информацијама један на један или групне да бисте обезбедили сталне смернице. Процените реакцију ученика на повратне информације, способност да се уграде сугестије и посвећеност сталном побољшању.
- **Повратне информације од 360 степени:** Прикупите повратне информације од вршњака, инструктора и самопроцену да бисте понудили холистички поглед на предузетничке вештине и атрибуте ученика. Користите ове свеобухватне повратне информације да бисте водили даљи развој и постављање циљева.

Project Partners



6. Улога наставника као фасилитатора

Одгајање предузетника је процес који данас желе сва друштва. Међутим, овај процес је прилично тежак. Из тог разлога, може се захтевати да се култура предузетништва учи у школама од детињства и настави све до уласка појединца на тржиште рада. Када посматрамо процес из ове перспективе, данашњи и будући наставници имају веома важне обавезе у стварању ове климе. Предузетничке карактеристике наставника омогућавају им да за кратко време одрже корак са променама и развију нове наставне средине и методе. Према дефиницијама Neto et al. (2018), способност наставника да делују као предузетници док обављају своје дужности назива се наставничко предузетништво.

У студији коју су спровели Yarım and Çelik (2020) уз учешће 19 средњошколаца волонтера који студирају у центру Ерзурума, испитана су мишљења ученика о квалификацијама и улози данашњих наставника. Резултати истраживања су открили да студенти углавном приступају информацијама које користе у свакодневном животу са интернета (веб сајтови, блогови, претраживачи, образовни сајтови итд.) и налога на друштвеним мрежама (Твитер, Инстаграм, Фејсбук, итд.). Резултати истог истраживања показују да данашњи наставници углавном користе методе засноване на директном објашњавању и памћењу, а ученицима само пружају знање. Наставу изводе на монотон начин, придржавајући се наставног плана и програма, ограниченог само на часове наставе, и спровode евалуацију ради класификације, а не усмеравања.

У студији коју су спровели Akyürek and Şahin (2013), према мишљењу наставника, разлог за недовољно стицање предузетничких вештина је то што је утврђено да постоје проблеми као што су равнодушност родитеља, превелик број ученика, неадекватност образовна средства, економска неадекватност школе и захтеви физичког васпитања и обуке. Додатно, закључено је да су наставници неадекватни у подучавању предузетничких вештина. У Vasanak's (2013) студији је закључено да наставници немају довољно знања о појму предузетништва, те да имају различита схватања и праксе у подучавању својих ученика предузетничким вештинама. Из ових разлога, ученици не виде наставнике као довољно квалификоване и очекују нове улоге и квалификације од наставника. Ове улоге укључују подршку, животни тренер, узор, ослободилац, терапеут и пријатељ. Квалитете су ученици навели као поштене, хармоничне, релевантне, отворене за критику, стално усавршавање и усавршавање ученика, познавање технологије и коришћење елемената информационих технологија у настави. Примећено је да коришћење

Project Partners



дигиталних технологија у образовном процесу повећава мотивацију, концентрацију ученика и омогућава им да буду самостални у својим размишљањима. На овај начин је утврђено да су ученици активнији у наставном процесу. Додатно, утврђено је да наставници са дигиталним компетенцијама олакшавају посао, лакше прате напредак ученика и лакше процењују информације (Selimi, 2018). Због тога је коришћење и развој дигиталних компетенција током образовног процеса веома важно у подршци предузетничким вештинама ученика. Наставници не само да би требало да своје академско знање пренесу на своје ученике, већ и да им пруже предузетничке вештине. Фактор образовања се види као најважнији фактор који доприноси помагању младима да схвате важност предузетништва и подстичу њихове предузетничке намере (İrmiş and Barutçu, 2012).

Личне карактеристике наставника који могу помоћи у стварању успешних предузетника могу се изразити на следећи начин (Yılmaz and Sünbül, 2009):

- Вештине креативног мишљења.
- Жеља за радом на високом нивоу.
- Храброст, страст и одлучност.
- Способност успостављања односа на високом нивоу са људима.
- Способност писменог и усменог изражавања.
- Љубав према послу и радна мотивација.
- Богата подсвест и моћ маште.
- Склоност тимском раду и тимском раду.
- Имати личну визију и мисију.
- Бити отворен и спреман за промене и трансформацију.
- Способност деловања са флексибилношћу и толеранцијом.
- Искрена, поуздана, симпатична и духовита личност.
- Висока способност убеђивања и убеђивања људи.
- Управљачке вештине и способност вођења.
- Одлучност и узбуђење да се посао заврши.

Ширење предузетништва је веома важно за технолошки развој и друштвени развој, као и у области привреде. Из тог разлога, повећање предузетничких активности, развој окружења у

Project Partners



коме појединци са предузетничким карактером могу да се изразе, и асимилација предузетништва у сваком процесу образовања јавља се као неопходност.

6.1. Стратегије за вођење ученика кроз предузетничке пројекте

Стварање динамичног и ангажованог окружења за учење за предузетничке пројекте укључује стратешко вођење наставника. Једна ефикасна стратегија је имплементација учења заснованог на пројекту (engl. project-based-learning – PBL), омогућавајући студентима да примене теоријско знање на практичне сценарије и подстичу вештине решавања проблема. На пример, на часу језичке уметности, ученици би могли да развију свеобухватан пословни план као део пројекта, интегришући принципе предузетништва у различите предмете.

Менторски програми играју кључну улогу тако што повезују студенте са локалним предузетницима, дајући вредне увиде у индустрију и нудећи смернице за снажање у изазовима у стварном свету. Интегрисање принципа предузетништва у различите предмете промовише интердисциплинарно учење, илуструјући како су предузетничке вештине применљиве у различитим доменима.

Гостујући говорници и излети су непроцењиве компоненте, нудећи из прве руке излагање предузетничком окружењу. Ова директна интеракција омогућава студентима да буду сведоци предузетничких процеса, разумеју свакодневне операције предузећа и сарађују са професионалцима у овој области.

Иновациони изазови су инструментални у подстицању ученика да креативно размишљају и осмишљавају нова решења. Ови изазови симулирају проблеме из стварног света, гурајући студенте да примене предузетнички начин размишљања како би пронашли иновативна решења. Истовремено, тимска сарадња је наглашена кроз групне пројекте, одражавајући сарадничку природу предузетништва где се различити сетови вештина окупљају како би постигли заједнички циљ.

Симулације алокације ресурса студентима пружају практично разумевање финансијских аспеката, помажући им да схвате буџетирање, финансијско планирање и доношење одлука у контексту пословања. Поред тога, вежбе критичког мишљења су дизајниране да усаврше аналитичке вештине, суштинску компоненту предузетничких подухвата.

Project Partners



Могућности умрежавања, како унутар тако и изван школске заједнице, олакшавају везе са бившим студентима и професионалцима из индустрије. Ове везе могу пружити вредне увиде, менторство и потенцијалне путеве за сарадњу. Подстицање ученика да траже и инкорпорирају повратне информације подстиче културу сталног побољшања, подучавајући их да уче из искустава и понављају своје идеје.

Вођење студената кроз свеобухватан развој пословног плана оспособљава их са основним вештинама за предузетничке подухвате. Коришћење технологије додатно побољшава искуство учења. Онлине платформе и симулационе игре се могу користити за симулацију пословних сценарија из стварног света, омогућавајући студентима да тестирају своје стратегије у окружењу без ризика пре него што уђу на стварно тржиште.

Ове стратегије колективно стварају интерактивно и подржавајуће окружење, негујући предузетнички дух ученика, подстичући холистичко разумевање предузетништва и припремајући их за вишеструке изазове пословног света.

6.2. Менторски и коучинг приступи

Ефикасни приступи менторства и подучавања прилагођени младим предузетницима су кључни у пружању смерница и подршке током њиховог предузетничког пута. Једна успешна стратегија је успостављање менторских програма који спајају студенте са искусним предузетницима или професионалцима у њиховој области. Ови ментори нуде персонализована упутства, деле увиде и помажу младим предузетницима да се снађу у изазовима специфичним за њихове подухвате. Структурирани менторски програми могу укључивати редовне састанке, састанке о постављању циљева и могућности да ментори траже савет о одређеним питањима.

Други приступ укључује укључивање вршњачког менторства у школу или заједницу. Ово омогућава младим предузетницима да размењују искуства, размењују идеје и пружају међусобну подршку. Вршњачко менторство негује сарадничко окружење у којем ученици уче једни друге из успеха и изазова, побољшавајући њихов укупни скуп предузетничких вештина. Заједнички пројекти и групне активности могу додатно ојачати ове везе, подстичући размену различитих перспектива.

Интерактивне радионице и сесије обуке које воде искусни предузетници или стручњаци из индустрије пружају драгоцену практично знање. Ове сесије могу да покрију теме као што су

Project Partners



пословно планирање, маркетиншке стратегије, финансијско управљање и вештине представљања. Радионице не само да унапређују предузетничке компетенције ученика, већ нуде и могућности за повезивање са професионалцима из различитих индустрија.

Коучинг, посебно у групном окружењу, омогућава младим предузетницима да добију сталну подршку и смернице. Тренери могу олакшати дискусије, позабавити се заједничким проблемима и пружити стратегије за превазилажење препрека. Групни коучинг ствара заједницу ученика, подстичући осећај заједничког искуства и другарства међу младим предузетницима.

Укључивање студија случаја из стварног света у наставни план и програм омогућава студентима да анализирају путовања успешних предузетника. Ове студије случаја служе као драгоцен наставна средства, нудећи увид у процесе доношења одлука, изазове са којима се суочавају и стратегије које користе искусни предузетници. Анализа таквих случајева помаже ученицима да развију вештине критичког мишљења и дубље разумевање предузетничког пејзажа.

Подстицање ученика да траже менторство изван школског окружења, као што је ангажовање са локалним пословним коморама, предузетничким мрежама или онлајн платформама, проширује њихову изложеност. Повезивање са разноликим спектром ментора нуди свеобухватнију перспективу и излаже младе предузетнике различитим увидима и искуствима из индустрије.

Интегрисање технологије може побољшати иницијативе за менторство и коучинг. Виртуелни менторски програми и платформе за онлајн коучинг пружају флексибилност и приступачност, омогућавајући младим предузетницима да се повежу са менторима изван географских ограничења. Вебинари, онлајн форуми и дигитални ресурси доприносе богатом окружењу за учење.

Све у свему, комбиновање ових приступа менторству и подучавању ствара снажан систем подршке за младе предузетнике. Користећи стручност ментора, подстичући вршњачку сарадњу, обезбеђујући практичне радионице и користећи технологију, едукатори могу оснажити ученике да се крећу кроз предузетнички пут са самопоуздањем и отпорношћу.

Project Partners



7. Превазилажење препрека

7.1. Изазови и потешкоће

Предузетништво, које се последњих година појавило као област компетенција, укључено је у само мали део школских програма. Старе методе, у којима је наставник био ауторитет, а знање се учило класичним путем, постепено су замењене методама у којима је ученик активан и учествује у процесу учења користећи своје способности. Иако ове методе подржавају предузетничке вештине, неке потешкоће су се такође појавиле у процесу стицања предузетничких вештина, а најзначајнији изазови и потешкоће су следећи (Yurtseven and Ergün, 2018):

У погледу основних елемената програма:

- Недостатак постигнућа и пракси које омогућавају активно учешће ученика.
- Недовољно конкретних примера (искуства) из стварног живота где ученици могу да развију своје предузетничке вештине.
- Недовољно времена издвојено за постигнућа.
- Апстрактна постигнућа, предмети и активности (посебно за нивое основне школе).
- Густина предмета не дозвољава наставнику велику флексибилност.
- Добици и активности нису интересантни.
- Предмети као што су развој пројекта који се односи на предузетништво, дизајнирање и развој новог и оригиналног производа, предузеће, предузетник, предузетништво, карактеристике предузетника, иновације и разлике нису укључени у програме обуке или остају веома ограничени.
- Нема довољно времена за подучавање појмова као што су „самопоуздање, искориштавање прилика, истрајност, истрајност, преузимање ризика, рјешавање проблема, лидерство и креативност“.

За студенте:

- Ученици нерадо активно учествују на часу.
- Ученици имају неадекватне вештине самоизражавања и комуникације.
- Низак ниво спремности ученика
- Чак и ако ученици сањају, не могу то да изразе, страх од исмевања.

Project Partners



За наставнике:

- Активности за студенте у вези са предузетништвом се не реализују због бриге о обуци предмета или нема времена за ове активности.
- Недостатак адекватних смерница за наставнике у вези са развојем предузетничких вештина у програмима.
- Недовољне предузетничке способности наставника.

Што се тиче школа:

- Физичка/еколошка и опремљеност школе.
- Потешкоће у прибављању материјала за догађаје.
- Индиферентност школске администрације/недостатак ставова и понашања који подржавају активности.
- Препуни часови.
- Давање приоритета „академском успеху“ у школама и недостатак пракси које подстичу предузетништво у пословном животу.

У погледу друштва-породице:

- Недостатак свести и подршке породице.
- Друштвени и еколошки притисак, друштво не подржава.
- Недостатак сарадње породице и школе.
- Ученици одрастају интровертирани под утицајем породице и друштва и не могу слободно да се изразе из страха да неће бити прихваћени или критиковани. Ови ставови такође негативно утичу на способност ученика да постану предузетници.

7.2. Савети за превазилажење изазова

Позитиван приступ може значајно помоћи да вас мотивишете и превазиђете нове изазове. Ево неколико кључних аспеката које треба узети у обзир:

- Дефинисање ваших циљева: Први корак ка превазилажењу изазова је да јасно дефинишете своје циљеве. Ово вам помаже да разумете зашто би требало да тежите да их постигнете и какве користи доноси успех.

Project Partners



- Позитиван став: Ваш начин размишљања је веома важан. Уместо да се фокусирасте на препреке, фокусирајте се на могућности и решења. Уместо да кажете „не могу“, реците себи „покушаћу“ или „наћи ћу начин“.
- Акциони план: Уместо да на изазов гледате као на нешто огромно и недостижно, поделите га на мање, лакше кораке. Ово ће задатак учинити остварљивијим и разумљивијим.
- Искуствено учење: сваки изазов може бити прилика за учење. Чак и ако не постигнете потпуни успех, стећи ћете ново искуство и вештине које ће вам користити у будућности.
- Стрпљење и истрајност: Превазилажење изазова није увек ни брзо ни лако. Важно је бити стрпљив и упоран. Чак и ако наиђете на потешкоће, немојте одустати.
- Унутрашњи успех: Запамтите да успех не мора увек да се мери спољним достигнућима. Често је најважније задовољство и самопоуздање које произилази из превазилажења тешкоћа. Покушајте да разбијете сваки изазов на мање делове које можете да завршите, уместо да покушавате да урадите све одједном. Ово вам може помоћи да пратите напредак и идентификујете препреке вашем пројекту.

Осећај неуспеха ученика – неуспех није супротност успеху, он је део њега. Учи нас отпорности, храбрости, расту и подршци. Неуспех је одскачна даска за постизање свих наших циљева. Сваки пут када не успете, постоји 100% шанса да ћете нешто научити. Важно је да користите неуспех као наставно средство да побољшате себе и своје вештине.

Будите сигурни у своје вештине и третирајте изазове на послу као прилику! Ако сте неко ко себи поставља високе стандарде, изазови и неуспех вас могу демотивисати. Иако нема ништа лоше у томе што имате ова велика очекивања, проблем настаје када очекујете да ће све бити савршено први пут. Много је боље радити на сталном усавршавању него на нереалном савршенству које сте сами себи поставили. Једноставно не можете све да урадите како треба из првог пута. Када погрешите, немојте бити строги према себи. Ако имате природну склоност ка перфекционизму, највероватније сте неко ко вредно ради. Покушајте да ситуацију претворите у позитивну. И даље дајете све од себе, тако да ћете ускоро остварити своје циљеве (Rachwał, 2019).

Употреба технологије и интернета укључује питање безбедности ученика на мрежи. Без сумње, ово је један од најважнијих и уједно најтежих образовних изазова последњих година. Да бисте

Project Partners



их заштитили од претњи, морате пажљиво разговарати са њима о томе. Вриједи се превише досљедно бавити овим питањем у контактима са родитељима (Фазлагих, 2022).

Рад предузимљивог наставника је пријатан, разбија рутину, спречава досаду, фасцинира, омогућава да све откријете изнова. Понекад осећате умор и несигурност. Као препоруке које произилазе из горе наведених разматрања, може се предложити „декалог предузимљивог наставника“ (Śliwińska, 2021):

- Будите позитивни.
- Створите прилике за победу.
- Будите креативни.
- Објасни зашто ученици треба да ураде додељени задатак.
- Нека ученици раде у групама.
- Нека користе дигиталне алате.
- Не губите прилике да похвалите.
- Обезбедити услове за експериментисање.
- Модел жељеног понашања.
- Реци истину.

На крају, али не и најмање важно, превазилажење изазова у настави захтева вишеструки приступ. Ево додатних савета за наставнике за ефикасно кретање и савладавање препрека:

- **Прихватите флексибилност:** Настава је динамична професија и могу се појавити неочекивани изазови. Будите флексибилни и отворени за прилагођавање планова када је то потребно. Флексибилност вам омогућава да се прилагодите променљивим околностима и пронађете алтернативне приступе за ефикасно ангажовање ученика.
- **Континуирани професионални развој:** Уложите време у свој професионални развој. Похађајте радионице, конференције или онлајн курсеве да бисте били у току са најновијим наставним методологијама и технологијама. Непрекидно учење вам даје нове стратегије за решавање изазова и побољшава вашу укупну ефикасност као едукатора.
- **Заједничко решавање проблема:** Негујте окружење за сарадњу међу наставницима, ученицима и родитељима. Подстакните отворену комуникацију и сарадњу како бисте се

Project Partners



колективно суочили са изазовима. Заједничко решавање проблема не само да дели терет, већ и доноси различите перспективе за проналажење иновативних решења.

- **Користите системе подршке:** Искористите системе подршке који су вам доступни, као што су менторски програми, групе за подршку колега или професионалне мреже. Тражење савета и дељење искустава са колегама може пружити вредне увиде и стратегије за опревазилажење заједничких изазова у образовању.
- **Размишљајте и прилагођавајте се:** Редовно размишљајте о својим наставним праксама и будите спремни да се прилагодите. Процените ефикасност својих метода и будите отворени да их прилагодите на основу повратних информација и учинка ученика. Рефлексивна настава омогућава континуирано усавршавање и боље реаговање на изазове.
- **Промовишите начин размишљања о расту:** усадите начин размишљања о расту и себи и својим ученицима. Нагласите да су изазови прилике за раст и учење. Негујте отпорност и истрајност славећи напоре и уоквирујући неуспехе као део пута учења.
- **Активно укључите родитеље:** Успоставите снажно партнерство са родитељима тако што ћете их информисати о процесу учења и изазовима. Укључите родитеље у проналажење решења за сарадњу и тражите њихов допринос о стратегијама за побољшање ангажовања и успеха ученика.
- **Нагласите добробит:** Дајте приоритет добробити и себе и својих ученика. Решавање изазова може бити емоционално исцрпљујуће, тако да неговање позитивног и подржавајућег окружења у учионици доприноси општем менталном здрављу и мотивацији свих укључених.
- **Надгледање употребе технологије:** Препознајте важност технологије у образовању, али будите опрезни у погледу безбедности ученика на мрежи. Редовно комуницирајте са ученицима о одговорном коришћењу интернета и ангажујте родитеље у дискусијама о безбедности на мрежи. Будите информисани о дигиталним алатима и платформама како бисте осигурали безбедно окружење за учење на мрежи.
- **Славите мале победе:** Признајте и славите мале победе на том путу. Препознајте напоре и себе и својих ученика у превазилажењу изазова. Прослављање достигнућа, ма колико мала, доприноси позитивној и мотивирајућој атмосфери у учионици.

Project Partners





Укључујући ове додатне стратегије, наставници могу да изграде отпорност, подстакну сарадњу и створе позитивно окружење за учење које ефикасно решава и превазилази изазове на образовном путу.

Project Partners



Литература

- Abirami, M., Sofia, R., Anand, B., Varalaxmi, P., & Mamoria, P. (2023). The role of Social Entrepreneurship in stimulating innovation and economic growth. *European Chemical Bulletin*, 12(8), 3490-3502.
- Akar, H. & Üstüner, M. (2017). Mediation Role of Self-Efficacy Perceptions in the Relationship Between Emotional Intelligence Levels and Social Entrepreneurship Traits of Pre-service Teachers. *Journal of Education and Future*, 12, 95-115.
- Akyürek, Ç. & Şahin, Ç. (2013). Evaluation of Elementary Teachers' Entrepreneurship Skills. *Ekev Akademi Journal*, 17(57), 51-68.
- Anderson A. (1998), Cultivating the Garden of Eden: Environmental entrepreneurs.
- Bacanak, A. (2013). Teacher Opinions on the Effect of Science and Technology Course on the Development of Entrepreneurial Skills in Students. *Educational Sciences in Theory and Practice*. 13(1), 609-629.
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The Multiple Faces of Social Entrepreneurship: A Review of Definitional Issues Based on Geographical and Thematic Criteria. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(5-6), 373–403.
- Bartlett, A., & Preston, D. (2000). Can ethical behaviour really exist in business. *Journal of Business Ethics*, 23(2), 199-209.
- Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business and Management*, 7(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>
- BBC. (2023). *Who is Elon Musk and what is his net worth?* News.
<https://www.bbc.com/news/business-61234231>
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip your classroom: Reaching every student in every class every day. *International Society for Technology in Education*, 120-190.
- Bergmann, J., & Sams, A. (2012). Flip your classroom: Reaching every student in every class every day. *International Society for Technology in Education*, 120-190.
- Bloom, B. (1956). *Taxonomy of Educational Objectives. Book I: Cognitive Domain*. New York: David McKay.
- Bombiak, E., & Cisek, M. (2019). Gamification as an innovation in the area of the personnel function. *Contemporary Challenges*, 29.
- Borowiec, M., Dorocki, S., & Jenner, B. (2009). The impact of human capital resources on shaping the information society and innovativeness of industrial structures. In Z. Ziolo & T. Rachwał (Eds.), *Industry functions in shaping the information society. "Works of the Industrial Geography Commission of the PTG"*, No. 13 (pp. 95–109). Wydawnictwo Naukowe UP.

Project Partners



Brøndum & Fliess (2009), Vocational and continuing education in a cleantech perspective.

Britannica. (n.d.). *Grameen Bank*. Retrieved October 25, 2023, from
<https://www.britannica.com/topic/Grameen-Bank>

Brudnik, E., Moszyńska, A., & Owczarska, B. (2000). My student and I work actively: A guide to activating methods. Zakład Wydawniczy SFE. Kielce.

Bull, M., Ridley-Duff, R., Foster, D., & Seanor, P. (2008). Seeing social enterprise through the theoretical conceptualisation of ethical capital. *International Small Business Conference*. Belfast.

Carsrud, A. L., & Brannback, M. (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind. In *International Studies of Entrepreneurship*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_1

CEDEFOP (2014). Terminology of European education and training policy

Çelik, H., Gürpınar, C., Başer, N. & Erdoğan, S., (2015). Opinions of Science Teachers on Students' Creative Thinking and Entrepreneurship Skills. *International Journal of Educational Sciences*, 2(4), 277-307.

Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F., & Harris, J. D. (2016). Social Entrepreneurship and Business Ethics: Does Social Equal Ethical? *Journal of Business Ethics*, 133, 619-625.

Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124–134.
<https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0028>

Clifford, J. (2014). *Impact Evaluation by Social Enterprises: Measuring the un-measurable?* Stockholm: 10th annual meeting of the OECD LEED forum on partnerships and local development.

CNBC. (2020). *How a 32-year-old turned a high school yearbook idea into a \$3.2 billion business*. Make It. <https://www.cnn.com/2020/01/09/cnva-how-melanie-perkins-built-a-3point2-billion-dollar-design-start-up.html>

Cornelius, N., Todres, M., Janjuha-Jivra, S., Woods, A., & Wallace, J. (2008). Corporate social responsibility and the social enterprise. *Journal of Business Ethics*, 81, 355–370.

Cremer, D., & Vandekerckhove, W. (2017). Managing unethical behaviour in organizations: The need for a behavioural business ethics approach. *Journal of Management and Organization*, 23(3), 437-455.

Deveci, İ., (2018). Comparison of 2013 and 2018 Science Course Curriculums in Turkey in Terms of Basic Elements. *Mersin University Faculty of Education Journal*, 14(2), 799-825.

Dorocki, S., Kilar, W., & Rachwał, T. (2011). Assumptions and goals of the "Step into entrepreneurship" project for secondary school teachers. *Entrepreneurship-Education*, 7, 308-320.

Drayton, W. (2002). The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. *California Management Review*, 44(3), 120–132.

Project Partners



Emerson, J., Wachowicz, J., & Chun, S. (San Francisco). *Social return on investment: Exploring aspects of value creation in the non-profit sector*. 2000: The Roberts Foundation.

en.wikipedia.org. (n.d.). Retrieved October 26, 2023, from
https://en.wikipedia.org/wiki/Patagonia,_Inc.

European Commission (2007). *Key Competences for Lifelong Learning – A 73 European Framework*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Eurostat (2022). *Environmental economy – statistics on employment and growth*.

Eurydice (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe*. Publications Office of the European Union.

EWOR Team. (2022). *5 Famous Female Entrepreneurs and How They Reached Success*.
<https://ewor.io/blog/5-famous-female-entrepreneurs-and-their-success/>

Fazlagić, J. (2022). *Good practices in supporting creativity, innovation and independence of students in secondary schools*. Education Development Center, Warsaw.

Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2015). *Business ethics: Ethical decision making & cases*. Toronto: elson Education.

Forbes. (2023). *Profile - Jeff Bezos*. <https://www.forbes.com/profile/jeff-bezos/?sh=192c6b3d1b23>

GEM. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/18*. In *Global Entrepreneurship Monitor*.
<http://www.gemconsortium.org/report/50012>

GEM. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a “New Normal.”* <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>

Gibb, A. (1988). The Enterprise Culture: Threat or Opportunity? *Management Decision*, 26(4), 5–12.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/eb001500>

González, Y. M. (2019). The Social and Solidary Economy and the Objectives of Sustainable Development. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(3), 286-289.

Gorzeńska, O., & Radanowicz, E. (2019). Changes, innovations, experiments. In search of inspiration: A guide for school principals and teachers. Education Development Center, Warsaw.

Gibb, A. (1988). The Enterprise Culture: Threat or Opportunity? *Management Decision*, 26(4), 5–12.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/eb001500>

Greenhaus, J. H., Callanan, G. A., & Godshalk, V. M. (2019). *Career Management for Life* (5th ed.). Routledge, Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781315205991>

Gundlach, M. J., & Zivnuska, S. (2010). An Experiential Learning Approach To Teaching Social Entrepreneurship, Triple Bottom Line, And Sustainability: Modifying And Extending Practical Organizational Behavior Education (PROBE). *American Journal of Business Education*, 3(1), 19-28.

Project Partners



- Hadad, S., & Găucă, O. (2014). Social impact measurement in social entrepreneurial organizations. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 9(2), 119-136.
- Haugh, H. (2005). A research agenda for social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 1(1), 1-12.
- Hirsch, D. R., Peters, P. M., & Shepherd, A. D. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- IFC (2016). "Climate investment opportunities in emerging markets", International Finance Committee.
- International Cooperative Alliance. (1995). *Statement on the Cooperative Identity*.
- IPCC (2018). Global warming of 1.5°C.
- İrmiş, A. & Barutçu, E., (2012). Factors Affecting Students' Perception of Themselves as Entrepreneurial Personalities and Their Intentions to Start a Business: A Field Research, Atatürk University. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 2, 1-24.
- Isaak, R. (2002). "The making of the ecopreneur", Greener Management International.
- Koh, H.C., (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics a Study of Hong Kong MBA Students. *Journal of Managerial Psychology*, 11, 12-25.
- Kolodinsky, J., Stewart, C., & Bullard, A. (2006). Measuring economic and social impacts of membership in a community development financial institution. *Journal of Family and Economic Issues*, 27(1), 27-47.
- Kozłowska, I. (2016). Gamification - specificity of using the tool in Poland. *Studia Ekonomiczne. Scientific Journals of the University of Economics in Katowice*, 255, 37-45.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 577–597.
- Kurek, S., & Rachwał, T. (2010a). Assumptions and preliminary results of the European research project FIFOB in the field of developing the competences of junior high school students to run a business. In Z. Ziolo & T. Rachwał (Eds.), *The role of entrepreneurship in the conditions of European integration. "Entrepreneurship - Education"*, No. 6 (pp. 472–485). Nowa Era.
- Kurek, S., & Rachwał, T. (2010b). The Role of Business Education in the Development of Entrepreneurship in the Member States of the European Union. *Europa XXI*. Warsaw, 127–142.
- Kwiatkowski, G., & Musiałkiewicz, J. (2019). Teaching program for the basics of entrepreneurship for secondary schools. High quality of the education system. ORE.
- Labrador Machín, O., Alfonso Alemán, J. L., & Rivera Rodríguez, C. A. (2017). pproaches about the social and solidarity economy. *Cooperativismo Y Desarrollo*, 5(2), 137–146.
- łazowska, E. (2005). Methodology of teaching the basics of entrepreneurship and the basics of economics. In "Entrepreneurship - Education No. 1. Kraków: Wydawnictwo" MiWa.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument

Project Partners



- to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Mazzarol, T., & Reboud, S. (2020). *Entrepreneurship as a Social and Economic Process* (4th ed.). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-13-9412-6_1
- Morris, M. H., Schindehutte, M., Walton, J., & Allen, J. (2002). The ethical context of entrepreneurship: Proposing and testing a developmental framework. *Journal of Business Ethics*, 40(4), 331–361.
- Naeini, A., Dutt, A., Angus, J., Mardirossian, S., & Bonfanti, S. (2015, June 07). *Case Study: How TOMS Shoes made a cause the centre of its activities*. Retrieved October 25, 2023, from Business Todat: <https://www.businesstoday.in/magazine/lbs-case-study/story/toms-shoes-shoes-for-free-cause-marketing-strategy-case-study-49364-2015-05-22>
- Neto, R. D. C. A., Rodrigues, V. P., Stewart, D., Xiao, A., & Snyder, J. (2018). The influence of Self-Efficacy on Entrepreneurial Behavior Among K-12 Teachers. *Teaching and Teacher Education*, 72(1), 44-53.
- Nicholls, A. (2007). *What is the Future of Social Enterprise in Ethical Markets*. London: Office of The Third Sector.
- Nirenberg, J. (1994). An introduction to probe: Practical organizational behavior education. *Journal of Management Education*, 18, 324-331.
- Nikolaou, I., K. Tasopoulou and K. Tsagarakis (2018). “A Typology of Green Entrepreneurs Based on Institutional and Resource-based Views”, *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 27/1, pp. 111-132.
- Noya, A., & Clarence, E. (. (2007). *The Social Economy. Building Inclusive Economies*. (A. Noya, & E. Clarence, Eds.) Paris: OECD Publishing.
- OECD. (1999). *Social enterprises*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2003). *The Non-profit Sector in a Changing Economy*. Paris: OECD Publications Service.
- OECD. (2018). *Job Creation and Local Economic Development 2018: Preparing for the Future of Work*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022). Legal frameworks for the social and solidarity economy: OECD Global Action “Promoting Social and Solidarity Economy Ecosystems. *OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers*, No. 2022/04.
- Okoń, W. (1987). Introduction to general didactics. PWN, 347-348.
- Paswan, R. K. (2018). *Ethics in Social Entrepreneurship*. Porto: University of Porto.
- Portales, L. (2019). *Social Innovation and Social Entrepreneurship*. Switzerland: Springer Nature Switzerland.

Project Partners



- Rachwał, T., Zajac, M., & Ratajski, P. (2012). Innovative Education Strategy "Step into entrepreneurship", January. Nowa Era Publishing House.
- Rawhouser, H., Cummings, M., & Newbert, S. L. (2019). Social Impact Measurement: Current Approaches and Future Directions for Social Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 82-115.
- San Tan, S., & Ng, C. K. F. (2006). A problem-based learning approach to entrepreneurship education. *Education and Training*, 48(6), 416-428.
- Selimi, A., Saracevic, M., & Rushiti, A., (2018). The Importance of Multimedia Devices in Interactive Mathematics Education – Macedonia Example, Balkan Educational Research. *Trakya University Journal*, 195, 31-41.
- Selimi, A., & Üseini, A., (2019). Developing Digital Competence and Entrepreneurial Skills through Innovative Education – The Case of North Macedonia. - International Congress of Economics and Business.
- Shaw, J. B. (2004). A Fair Go for All? The Impact Of Intragroup Diversity and Diversity-Management Skills on Student Experiences and Outcomes in Team-Based Class Projects. *Journal of Management Education*, 28(2), 139–169.
- Shaw, J. B., Fisher, C. D., & Southey, G. N. (1999). Evaluating Organizational Behavior Teaching Innovations: More Rigorous Designs, More Relevant Criteria, and an Example. *Journal of Management Education*, 23(5), 509–536.
- Śliwińska, A. (2021, June 7). *Enterprising teacher*. FRSE Publishing House.
- Sobociński, M. (2012). Gamification in education. Rules, applications, problems and examples. [2012] "Group Report" after the study visit "Academic Writing Skills, Necessity for Education & Work." Text prepared during the study visit STUDY VISIT No. 179.
- Spence, L. J. (1999). Does size matter? The state of the art in small business ethics. *Business Ethics: A European Review*, 8(3), 163–174.
- Splawska-Murmyło, M., & Wawryszuk, A. (2017). Developing an entrepreneurial attitude and rational decision-making as part of IT education. Education Development Center, Warsaw.
- Starzyński, S. (2012). Gamification, a fashionable trend used by marketers. *Game Industry Trends 2012 Report*, Nowy Marketing, 46-47.
- Strużyna, J., & Kania, K. (2016). Strategic challenges of gamification. *Science Notebooks. Organization and Management / Silesian University of Technology*, 88.
- Svensson, G., & Wood, G. (2008). A model of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 77(3), 303–322.
- Teachforall.org. (n.d.). Retrieved October 26, 2023, from <https://teachforall.org/our-purpose>.
- Toffler, B. L. (1986). *Tough Choices: Managers Talk Ethics*. New York: Wiley and Sons. Inc.

Project Partners



- Tracz, M., & Rachwał, T. (2008). Teaching methods and resources used by teachers of the basics of entrepreneurship - research results. In Z. Ziolo & T. Rachwał (Eds.), *The role of entrepreneurship in the knowledge-based economy. "Entrepreneurship - Education"*, No. 4 (pp. 325–330). Nowa Era.
- Wainwright, S. (2002). *Measuring impact: A guide to resources*. London: NCVO Publications.
- Wrona, K. (2012). Gamevalization and games and their potential use in marketing. i, 4(225), 233-245.
- www.bigissue.com. (n.d.). Retrieved October 25, 2023, from <https://www.bigissue.com/about-the-big-issue-group/>.
- www.fairtradeamerica.org. (n.d.). Retrieved October 25, 2023, from <https://www.fairtradeamerica.org/>.
- www.thecasesolutions.com. (n.d.). Retrieved October 25, 2023, from <https://www.thecasesolutions.com/fair-trade-usa-159488>.
- Yarım, M. A., & Çelik, S., (2020). The Necessity and Role of Teacher from the Perspective of the Student in the Age of Industry 4.0. *Mehmet Akif Ersoy University Social Sciences Institute Journal*, 31, 76-92.
- Yılmaz, E. & Sünbül, A., (2009). Development of the Entrepreneurship Scale for University Students, *Selçuk University Social Sciences Institute Journal*, 21, 195-203.
- Yurtseven, R., & Ergün, M., (2018). Teacher's Opinions about Development of Entrepreneurship Skills of Primary School Students. *International Journal of Social Science Research*, 7(1), 118-140.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532.
- Zakowicz, I., & Sochacka, J. (2017). Gamification – a way to support students' motivation to achieve educational success?

Project Partners

