

STRUČNI ČASOPIS ZAVODA ZA ZAPOŠLJAVANJE CRNE GORE

TRŽIŠTE RADA

BROJ 7 - FEBRUAR 2011 - PODGORICA



Izdavač:

Zavod za zapošljavanje Crne Gore

Za izdavača:

Zoran Jelić

Glavni i odgovorni urednik:

Nada Radovanić

Urednički odbor:

mr Irena Perić
mr Goran Šćepanović
mr Sonja Ivanović

Članovi redakcije:

Katarina Komatina
mr Darko Peković
Jasmina Đukić
Vesna Radulović

Adresa:

Ivana Vujoševića 16, Podgorica,
Telefon/Fax: +382 20 405 243, +382 20 405 222
e-mail: nada.bojanic@zzzcg.me

Štampa:

Grafo Crna Gora

Tiraž:

500

SADRŽAJ:

I AKTUELNOSTI	3
II TRŽIŠTE RADA I SOCIJALNA SIGURNOST	7
UTICAJ PRIVATIZACIJE NA POLOŽAJ ZAPOSLENIH U PRIVATIZOVANIM PREDUZEĆIMA U CRNOJ GORI	7
UVOD	7
INFORMISANOST ZAPOSLENIH O PROCESU PRIVATIZACIJE	9
SOCIJALNI PROGRAM	10
RADNI STATUS ZAPOSLENIH	11
ZAPOSLENOST	12
ZARADE	14
MATERIJANI POLOŽAJ ZAPOSLENIH	16
ZAKLJUČCI O EFEKTIMA PRIVATIZACIJE NA POLOŽAJ ZAPOSLENIH U PRIVATIZOVANIM PREDUZEĆIMA	18
EFEKTI REFORME VISOKOG OBRAZOVANJA U CRNOJ GORI NA TRŽIŠTE RADA SA POSEBNIM OSVRTOM NA PROBLEM HIPERPRODUKCIJE VISOKOŠKOLACA.....	21
UVOD	21
BROJ UPISANIH STUDENATA NA FAKULTETE CRNE GORE OD KAKO JE POČELA REFORMA VISOKOG OBRAZOVANJA.....	22
ODNOS SVRŠENIH SREDNJOŠKOLACA I UPISANIH STUDENATA U PRETHODNIM GODINAMA.....	26
NEZAPOSLENI VISOKOŠKOLCI	27
TRAŽNJA ZA VISOKOŠKOLCIMA NA TRŽIŠTU RADA CRNE GORE U POSLEDNJIH NEKOLIKO GODINA	28
BROJ ZAPOSLENIH MLADIH VISOKOŠKOLACA U PERIODU OD KADA SU NA TRŽIŠTE RADA PRISTIGLI VISOKOŠKOLCI SA REFORMISANIH PROGRAMA OBRAZOVANJA.....	29
UČEŠĆE U IPA PREKOGRANIČNOM PROGRAMU I PRIPREMA ZA KORIŠĆENJE IPA FONDOVA U BUDUĆEM PERIODU.....	31
UVOD	31
UČEŠĆE U IPA PREKOGRANIČNIM PROJEKTIMA U PROTEKLIM PERIODU	31
UČEŠĆE ZZZCG U IPA PROJEKTIMA.....	33
PREKOGRANIČNA SARADNJA CRNE GORE SA SRBIJOM.....	34
OČEKIVANJA U BUDUĆEM PERIODU	34
IZBOR PRAVIH LJUDI U KOMPANIJI JE KLJUČ USPJEHA.....	39
UVOD	39
KADA SE VRŠI SELEKCIJA KANDIDATA?	39
KO MOŽE DA RADI SELEKCIJU?	40
KOJIM INSTRUMENTIMA SE VRŠI SELEKCIJA?	40
ŠTA SE PROCJENJUJE U PROCESU SELEKCIJE?.....	41
ŠTA NAKON SELEKCIJE?.....	41
NAŠA ISKUSTVA U PROCESU SELEKCIJE U CRNOJ GORI.....	42
UNIFEM-ov PROJEKAT	45
ŠTA JE DO SADA URAĐENO NA PROJEKTU?.....	45
AKTIVNOSTI OD 2011. SA AKCENTOM NA RAD SA ZZZG	46
RAZGOVOR SA g-dinom DEJAN JOVANOVIĆ, DIREKTOROM NACIONALNE SLUŽBE ZA ZAPOŠLJAVANJE SRBIJE	49
III EKONOMIJA.....	53
UNIJA POSLODAVACA CRNE GORE – REPREZENTATIVAN PARTNER U PODRŠCI RAZVOJU PREDUZETNIŠTVA, ZAPOŠLJAVANJU I IZGRADNJI KONKURENTNE PRIVREDE	53
UVOD	53
POLOŽAJ, AKTIVNOSTI I OSTVARENI REZULTATI UPCG	54
ZAKLJUČAK.....	59

VIRTUELNA PREDUZEĆA KAO INSTRUMENT PODRŠKE MALOM I SREDNJEM BIZNISU	61
UVOD	61
ZNAČAJ MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA I NJIHOVA POVEZANOST SA VIRTUELNIM PREDUZEĆIMA	62
PREDUZETNIŠTVO I TRENING PREDUZEĆA U OBRAZOVNOM SISTEMU CRNE GORE	63
OBUKA U VIRTUELNIM PREDUZEĆIMA, ZNAČAJ I ULOGA	64
ZAKLJUČAK	66
KREDITI ZA SAMOZAPOŠLJAVANJE - PRIMJERI DOBRE PRAKSE IZ BIROA RADA HERCEG NOVI I BERANE	67
ZNAČAJ I PRIMJENA MARKETINGA U NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA	73
UVOD	73
PROCES DRUŠTVENOG MARKETINGA	74
ANALIZA OKRUŽENJA	75
SEGMENTACIJA TRŽIŠTA	76
ISTRAŽIVANJE MARKETINGA	76
KREIRANJE MARKETING STRATEGIJE	77
PLANIRANJE PROGRAMA DRUŠTVENOG MARKETINGA (MARKETING MIX)	77
MARKETING KONTROLA	80
ZAKLJUČAK	80
IV OBRAZOVANJE	83
MEĐUNARODNI STANDARDI ZA OBUKU I OBRAZOVANJE ZAVARIVAČKOG OSOBLJA	83
UVOD	83
MEĐUNARODNI STANDARDI IZ OBLASTI ZAVARIVANJA I SRODNIH POSTUPAKA	84
STANDARDI ZA OBUČAVANJE I OBRAZOVANJE	84
EFW PRAVILA ZA OBUČAVANJE I OBRAZOVANJE	85
ZAKLJUČAK	89
“INFORMATIČKA PISMENOST U OBRAZOVNOM SISTEMU, KAO SREDSTVO PODIZANJA NIVOA KONKURENTNOSTI BUDUĆE RADNE SNAGE U CRNOJ GORI”	91
UVOD	91
INFORMATIČKA PISMENOST I DRUŠTVO ZNANJA	91
ZNAČAJ ADEKVATNE EDUKACIJE IZ OBLASTI IT ZA BOLJU KONKURENTNOST POJEDINCA NA TRŽIŠTU RADA	94
VAŽNOST ADEKVATNOG POIMANJA INFORMATIČKE EKONOMIJE, ODNOSNO INFORMACIONOG DRUŠTVA DANAS U CRNOJ GORI	95
ZAKLJUČAK	97
OBRAZOVANJE I RAZVOJ RADNE SNAGE U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU	99
UVOD	99
PRENOS FOKUSA SA TURIZMA NA UGOSTITELJSTVO U OBRAZOVANJU I OBUCI	100
SPECIFIČNI KURSEVI/MODULI KOJI SE MOGU ORGANIZOVATI	101
AKTIVNOSTI NA RAZVOJU VJEŠTINA TREBA INTEGRISATI U NASTAVNE PLANOVE I PROGRAME	102
DODATNA ZNANJA I VJEŠTINE	102
POBOLJŠANJE PRAKTIČNOG RADA I PRAKTIČNIH ISKUSTAVA	104
OSTALE MOGUĆNOSTI ZA POVEĆANJE PRAKTIČNOG ISKUSTVA I VJEŠTINA	106
V MARGINALNE GRUPE	109
PROFESIONALNA REHABILITACIJA I ZAPOŠLJAVANJE OSOBA SA INVALIDITETOM	109
UVOD	109
PRAVNI OSNOV	109
PROFESIONALNA REHABILITACIJA	113
OBUKA STRUČNJAKA ZA OBLAST PROFESIONALNE REHABILITACIJE	116
CENTAR ZA RADNU REHABILITACIJU U PODGORICI	117
ZAPOŠLJAVANJE OSOBA SA INVALIDITETOM	117
ZAKLJUČAK	119

I AKTUELNOSTI

STUDIJA O DUGOROČNOJ NEZAPOSLENOSTI U CRNOJ GORI

"Borba protiv dugotrajne nezaposlenosti u Crnoj Gori" novi je projekat koji će realizovati Zavod za zapošljavanje Crne Gore, Ministarstvo rada i socijalnog staranja i Evropska trening fondacija (The European Training Foundation – ETF).

Projekat je kreiran na osnovu zahtjeva Ministarstva rada i socijalnog staranja i realizovaće se u opštinama Rožaje, Plav i Kolašin.

Cilj ovog projekta je da pruži podršku crnogorskim vlastima da izradi usmjerene intervencije programske politike za borbu protiv dugotrajne nezaposlenosti sa posebnim fokusom na rodnu dimenziju i angažovanje lokalnih resursa.



OTVARANJE CIPS-OVA U BIJELOM POLJU, PLJEVLJIMA, MOJKOVCU, BERANAMA I NIKŠIĆU

Obezbeđivanje adekvatnih ljudskih resursa, nužno podrazumjeva obezbeđivanje efikasnog funkcionisanja sistema obrazovanja, adekvatno zadovoljenje zahtjeva tržišta rada, kao i obezbeđivanje preduslova da svaki pojedinac u potpunosti razvije i iskoristi svoje potencijale.

S tim u vezi je planirano otvaranje CIPS-ova u Bijelom Polju i Pljevljima, kao i otvaranje istih u Beranama i Nikšiću.



REFORMA SISTEMA SOCIJALNE ZAŠTITE POLJOPRIVREDNOG STANOVNIŠTVA

Zavod za zapošljavanje Crne Gore je posjetila delegacija iz Francuske u cilju realizacije Projekta »Reforma sistema socijalne zaštite poljoprivrednog stanovništva«.

Ova saradnja je omogućila, između ostalog, da na godišnjoj skupštini Mreže za socijalno osiguranje u poljoprivredi (ENASP, koju čini šest zemalja članica EU – Njemačka, Francuska, Austrija, Finska, Grčka, Poljska, Luksemburg i koje osiguravaju 12 miliona osiguranika u poljoprivredi EU), održanoj 15.11.2007.godine u Briselu, Crna Gora dobije status stalnog posmatrača, kao prva i za sada jedina zemlja regiona.

Na održanom sastanku pružene su informacije o stanju i trendovima na tržištu rada s posebnim osvrtom na ta kretanja iz oblasti poljoprivrede koja bi mogla biti od značaja za uspješniju realizaciju Projekta.

PROGRAM OSPOSOBLJAVANJA LICA SA OŠTEĆENJIMA SLUHA I GOVORA

U organizaciji Zavoda za zapošljavanje održan je seminar za nezaposlena lica koja imaju oštećenja sluha i govora. Program u koji je uključeno 13 lica sa evidencije Biroa rada Podgorica trajao je 4 nedjelje uz dalje intenzivno praćenje narednih 6 mjeseci.

Kroz ovaj psihosocijalni program planirano je da nezaposlena lica steknu socijalne vještine,

vještine komuniciranja sa poslodavcem, pismeno obraćanje putem CV-ja i ponuda za rad.

Uvježbavanjem tehnika pisane komunikacije ukazivaće se na važnosti pravila pisanja, upotrebe odgovarajućih riječi u cilju prezentovanja sopstvenih potencijala.

Kroz profesionalni rad, savjetovanja i usmjeravanja, lica sa oštećenjima sluha i govora naučiće da samostalno upravljaju svojom karijerom, da prepoznaju svoje vještine i sposobnosti kao i svoje nedostatke. Analizom sopstvenih potencijala radiće se na podizanju motivacije, uz pronalaženje radnih mjesta koja bi najefikasnije obavljali, uz dodatna usavršavanja vještina i znanja.



SAJAM ZAPOŠLJAVANJA » PRONAĐI POSAO-PRONAĐI SEBE« u DELTA CITY-u

Održan je Sajam zapošljavanja »Pronađi posao-pronađi sebe«, u organizaciji Dekra Zapošljavanja, a pod pokroviteljstvom Zavoda za zapošljavanje.

Cilj organizacije Sajma je uspostavljanje neposredne veze između onih koji nude slobodna radna mjesta i zapošljavaju tj. poslodavca i onih koji posao traže. Sajam je poslodavcima na ovaj način, omogućio da jednostavno dođu do kvalitetnijih kadrova, mnoštva korisnih informacija o postupku i načinima zapošljavanja, ostvarivanju prava na subvencije i sl. Ukratko, Sajam je pomogao da se zajednički kreira što povoljniji ambijent na tržištu rada, uprkos negativnim efektima globalne ekonomske krize.



SEMINAR ZA MEĐUNARODNE PROJEKTE

U Sarajevu je održan seminar za međunarodne projekte.

Cilj seminara je upoznavanje polaznika sa metodologijom izrade uspješnog projektnog prijedloga, izrade pojedinačnih dijelova projektnog prijave, kao i prezentacije mogućnosti za dobijanje grantova.

Nakon ovog seminara učesnici su saznali kroz koje programe Evropska unija dodjeljuje nepovratna sredstva zemljama na Balkanu i što se može finansirati nepovratnim sredstvima, te kroz vježbe i zajednički rad su saznali koji su neophodni koraci za pripremu dobrog projektnog prijedloga. Predstavnici su na kraju seminara dobili Sertifikat, koji im omogućava da učestvuju u pisanju i implementaciji Projekata za koje EU dodjeljuje grantove.



PROGRAM PREKOGRANIČNE SARADNJE CRNA GORA - SRBIJA

Na Zlatiboru se 20. novembra 2010. održala **Ceremonija povodom potpisivanja ugovora i Finansijskih sporazuma i Forum za traženje partnera za program prekogranične saradnje Srbija - Bosna i Hercegovina i Program prekogranične saradnje Crna Gora - Srbija.**

Na svečanoj ceremoniji se potpisalo 13 ugovora o dodjeli grantova među kojima se našao i projekat „**Škola za farmere**“ koji su u saradnji sa lokalnim NVO-om pisale kolegice iz biroa rada Bijelo Polje: Milka Bošković i Rada

Raičević. Zavod za zapošljavanje Crne Gore se u ovom projektu nalazi kao partner Aplikanta 1, ali u cijelom projektu ima najveću ulogu.

Prekogranična saradnja predstavlja okvir za ubrzane ekonomske integracije u cilju smanjivanja postojećih razlika u nivou razvijenosti prekograničnih regiona, kao i za unapređenje sveobuhvatne kulturne, socijalne i naučne saradnje između lokalnih i regionalnih zajednica. Obuhvatajući predstavnike sa obje strane granice, koji zajednički prolaze kroz različite korake u procesu sprovođenja Programa, razvijaju se dobrosusjedski odnosi.

Krajnji rezultati bi trebalo da se ogledaju kroz ekonomski prosperitet pograničnih regiona, političku sigurnost i bezbjednost u regionu kao i lakši i brži proces evropskih integracija.

ZAVOD ZA ZAPOŠLJAVANJE CRNE GORE (CIPS) I GIMNAZIJA "SLOBODAN ŠKEROVIĆ" POKREĆU SESIJE TRIBINA POD NAZIVOM "JA U SVIJETU ZANIMANJA"

Imajući u vidu činjenicu da priprema mladih ljudi za prihvatanje odgovornosti za svoju budućnost, ujedno znači i njihovu pripremu za izbor budućeg zanimanja i zapošljavanja biblioteka Gimnazije "Slobodan Škerović" i Zavod za zapošljavanje Crne Gore- CIPS pokreću sesije tribina pod nazivom "Ja u svijetu zanimanja".

Teme koje će se obrađivati u okviru tribina su: mladi na tržištu rada danas i sutra, svijet rada i svijet zanimanja, prohodnost pojedinih zanimanja, profil zanimanja, promjenljivost rada i zanimanja, zvanje, zanimanje i karijera, itd....

U okviru svake tribine gostima, učenicima i učenicima uspješni "ljudi iz struke" će se predstavljati svoje zanimanje.

Prvi gost u okviru tribine, koji će učenicima predstaviti svoje zanimanje, biće poznati crnogorski filmski režiser Branko Baletić.



ODRŽAN X CEI FORUM MLADIH «OBRAZOVANJE I ZAPOŠLJAVANJE MLADIH LJUDI - IZAZOVI I PERSPEKTIVE 2010»

Cilj Foruma je bio da učesnici razmotre izazove i mogućnosti za uspješnu tranziciju mladih iz obrazovnog sistema na tržište rada i primjere najboljih praksi, kako bi zajednički donijeli zaključke i preporuke za donosiocima odluka i mlade u zemljama učesnicama Foruma radi unapređenja položaja mladih u ovim, po mnogima najznačajnijih oblasti u životu mladih.

USPJEŠNA REALIZACIJA PROJEKTA "PRIPREMA STUDENATA ZA TRŽIŠTE RADA"

Projekat "Priprema studenata za tržište rada" realizovan je u periodu maj-novembar 2010. godine, kroz partnerstvo Zavoda za zapošljavanje, Uprave za mlade i sport, Unije

poslodavaca, Univerziteta Crne Gore i Univerziteta Mediteran.

Projekat je imao za cilj da putem seminara i realizacije razvojne prakse, studentima diplomcima pruži podršku u sticanju znanja i vještina koje im mogu biti od značaja u daljem profesionalnom razvoju. Takođe, jedan od ciljeva projekta bio je i osposobljavanje studenata za savremene i kreativne tržišne tokove poslovanja.





II TRŽIŠTE RADA I SOCIJALNA SIGURNOST

UTICAJ PRIVATIZACIJE NA POLOŽAJ ZAPOSLENIH U PRIVATIZOVANIM PREDUZEĆIMA U CRNOJ GORI

Autori: Prof. Dr Milivoje Radović¹,
mr Jovan Đurašković¹,
mr Radoje Žugić²

UVOD

Rad se bavi analizom položaja zaposlenih u privatizovanim preduzećima. Položaj zaposlenih analiziran je na osnovu sprovedenog anketnog istraživanja u privatizovanim preduzećima. Istraživanje je obuhvatilo oblasti: informisanost zaposlenih o procesu privatizacije, socijalni program, radni status zaposlenih, zaposlenost, zarade i materijalni položaj zaposlenih u privatizovanim preduzećima. Svaka od ovih oblasti posebno je analizirana i na osnovu segmentne analize daju se zaključci o uticaj privatizacije na zaposlene i njihovu poziciju u privatizovanim preduzećima.

Sprovođenje istraživanja "Analiza položaja zaposlenih u privatizovanim preduzećima" je proisteklo iz potrebe da se prikupe pouzdani podaci na osnovu kojih bi se dobila jasna slika o efektima privatizacije na položaj zaposlenih.

U ovom istraživanju podaci koji su prikupljeni na osnovu upitnika obuhvatili su sljedeće oblasti:

- informisanost zaposlenih o procesu privatizacije,
- socijalni program,
- radni status zaposlenih,
- zaposlenost,
- zarade i
- materijalni položaj zaposlenih.

Anketno istraživanje koje se odnosi na privatizovana preduzeća zasnovano je na uzorku od 67 poslovno aktivnih preduzeća. Anketa je sprovedena u periodu od 20.06. do 15.07.2008. godine. Osnovni instrumenti istraživanja su dva, posebno konstruisana, upitnika od kojih jedan za poslodavce, a drugi za predstavnike zaposlnih-sindikalne

¹ Ekonomski fakultet u Podgorici-funkcija

² Centralna banka Crne Gore

povjerenike. Upitnici nisu potpuno nezavisni, njihov sadržaj se podudara i to u dijelu zajedničkog interesa i služili su kao podloga za komparativnu analizu. Ukupan broj zaposlenih u anketiranim preduzećima je 15.680. Ukupan broj anketiranih poslodavaca i radnika je 134 anketirana

Ostatak pitanja obuhvatio je neke specifičnosti od značaja za zaposlene i poslodavce. Ovakvim pristupom težili smo da postignemo bolji uvid i ukažemo na neke pojedinačne probleme sa kojima se susrijeću ove dvije grupacije.

Istraživanje je pokazalo da se u većini slučajeva odgovori poslodavaca i radnika poklapaju, tj. da se radi o veoma dobroj informisanosti anketiranih zaposlenih o dešavanjima u preduzeću. Zbog poklapanja u odgovorima anketiranih grupa, predstojeću analizu daćemo po prosječnim vrijednostima, izuzev u slučajevima kada postoje značajnija odstupanja u odgovorima poslodavaca i zaposlenih na postavljena pitanja.

Struktura uzorka data je na sljedeći način:

Tabela 1. Broj anketiranih privatizovanih preduzeća po regijama.

REGIJA	BROJ ANKETIRANIH PREUZEĆA	UČEŠĆE(%)
CENTAR	34	50.75
JUG	19	28.36
SJEVER	14	20.90
UKUPNO	67	100,00

Tabela 2. Broj anketiranih privatizovanih preduzeća po djelatnostima.

VRSTA DJELATNOSTI	BROJ ANKETIRANIH PREUZEĆA	UČEŠĆE (%)
GRAĐEVINARSTVO	4	5.97
PREHRANBENA INDUSTRIJA	6	8.96
TRGOVINA	7	10.45
TURIZAM I UGOSTITELJSTVO	13	19.40
DRVNA I METALNA INDUSTRIJA ³	14	20.90
OSTALO	23	34.33
UKUPNO	67	100.00

³ Obuhvaćena su preduzeća iz sektora: vađenja rude i kamena, proizvodnje osnovnih metala, proizvodnje metalnih proizvoda, drvne industrije i proizvodnje eksploziva.

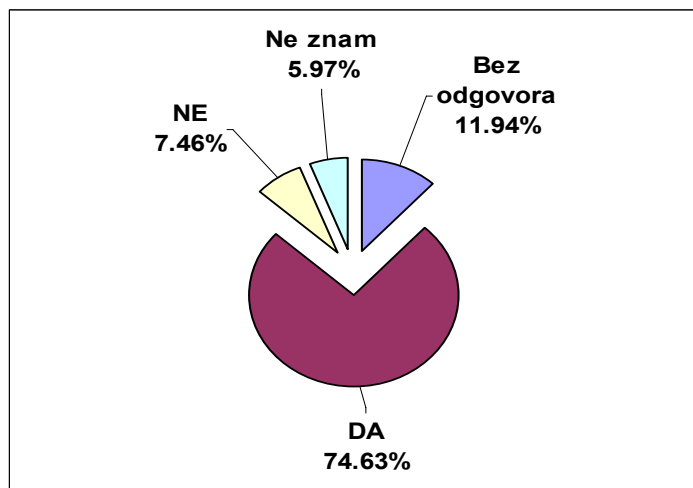
Tabela 3. Broj anketiranih privatizovanih preduzeća u zavisnosti od metoda privatizacije.

METOD PRIVATIZACIJE	BROJ ANKETIRANIH PREUZEĆA	UČEŠĆE (%)
MVP	26	38.81
JAVNI TENDER	19	28.36
BERZANSKA PRODAJA	6	8.96
PRIVATIZACIJA KROZ STEČAJ	5	7.46
KUPOVINA KONTROLNOG PAKETA OD STRANE MENADŽMENTA	2	2.99
PRENOS AKCIJA NA DRŽAVNE FONDOVE I ZAPOSLENE	2	2.99
AUKCIJSKA PRODAJA	7	10.45
UKUPNO	67	100

INFORMISANOST ZAPOSLENIH O PROCESU PRIVATIZACIJE

Informisanost radnika o sprovođenju procesa privatizacije bila je veoma dobra o čemu svjedoči distribucija odgovora na postavljeno pitanje: „Da li su zaposleni u Vašem preduzeću bili informisani o procesu privatizacije”. Njih 74,63% je odgovorilo sa DA, dok je 7,46% dalo negativan odgovor.

Grafikon 1. Odgovori zaposlenih na pitanje: „Da li su zaposleni u Vašem preduzeću bili informisani o procesu privatizacije?”

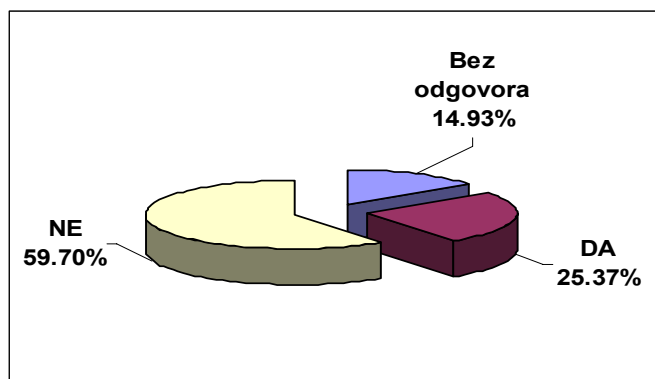


Dominantan vid informisanja zaposlenih o procesu privatizacije bio je putem sindikata. Čak 58,21% anketiranih radnika je informacije o privatizaciji dobijalo putem sindikata, njih 14,93% informisalo se o privatizaciji putem individualnog razgovora, a 10,45% dobijalo je informacije putem oglasne table.

SOCIJALNI PROGRAM

Na pitanje: „Da li je u Vašem preduzeću donešen socijalni program prije privatizacije“, poslodavci i zaposleni su dali identične odgovore. Od ukupno anketiranih njih 17 (25,37%) je odgovorilo sa DA. Negativan odgovor na isto pitanje dalo je 40 (59,70%) anketiranih. Bez odgovora je bilo njih 10 (14,93%).

Grafikon 2. Odgovori poslodavaca i zaposlenih na pitanje: „Da li je u Vašem preduzeću donešen socijalni program prije privatizacije?“



Na osnovu odgovora obje grupe ispitanika, može se zaključiti da u najvećem broju anketiranih preduzeća prije privatizacije nije donešen program zbrinjavanja zaposlenih za čijim je radom prestala potreba.

Socijalni program je donešen kod 31% anketiranih preduzeća u centralnoj i u južnoj regiji, dok je u sjevernoj regiji svega 25% preduzeća donijelo socijalni program prije privatizacije preduzeća.

Posmatrano po djelatnostima, socijalni program je bio najzastupljeniji u sektoru metalne i drvne industrije (45%), zatim u sektoru trgovine (41%) i u sektoru turizma (28%). Prema odgovorima anketiranih, socijalni program u sektoru građevinarstva nije uopšte donošen prilikom privatizacije preduzeća .

Najbolji metod privatizacije, sa aspekta donošenja socijalnog programa, bio je javni tender. Preduzeća u kojima je donešen socijalni program u najvećem broju slučajeva privatizovana su putem javnog tendera, njih 56,25%, zatim putem MVP (31,25%), berzanske prodaje (6,25%) i putem aukcijske prodaje (6,25%).

U preduzećima u kojima je donešen socijalni program, radnici su u 60,87% slučajeva bili uključeni u njegovoj izradi, dok u 26,09% anketiranih preduzeća, to nije bio slučaj. Socijalnim programom je bilo obuhvaćeno preko polovine zaposlenih u najvećem broju anketiranih preduzeća (52,94%).

Dominantan vid socijalnog programa u preduzećima je bila otpremnina. Ona je primijenjena u 75% anketiranih preduzeća, a zatim slijede: dokup radnog staža (12,50%), prekvalifikacija (8,33%) i ustupanje zaposlenih drugom preduzeću (4,17%).

Sredstva isplaćena zaposlenim po osnovu socijalnog programa su kod 72,73% anketiranih, završila u tekućoj potrošnji, dok je svega 4,55% investirano, a 9,09% uloženo u stručno usavršavanje.

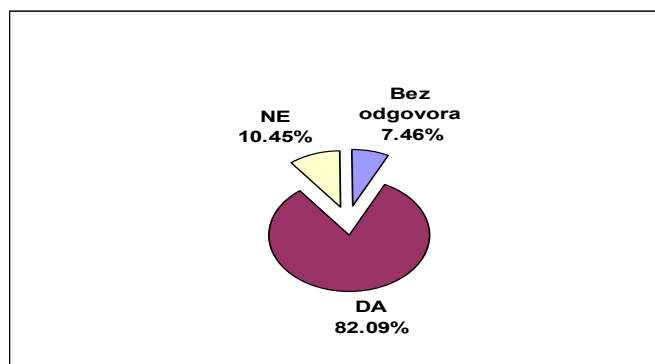
Najčešći metod otpuštanja radnika u privatizovanim preduzećima bio je sporazumni raskid radnog odnosa uz isplaćenu otpremninu (56,25%), zatim slijedi penzionisanje (15,63%), raskid radnog odnosa zbog nepoštovanja zakona o radu od strane zaposlenih (4%) i ustupanje radnika drugom preduzeću (1,56%).

RADNI STATUS ZAPOSLENIH

Pitanja u okviru ovog dijela odnose se na sindikalnu organizaciju u preduzeću, kolektivne ugovore između zaposlenih i poslodavaca, kao i dominantne metode otpuštanja radnika u preduzeću.

Zaposleni i poslodavci su dali identičan odgovor na pitanje: «Da li su zaposleni u Vašem preduzeću sindikalno organizovani»? U čak 82,09% anketiranih preduzeća postoji sindikalna organizacija, dok u 10,45% slučajeva ne postoji sindikat, kao organizacija zaposlenih radnika. Od ukupnog broja anketiranih, njih 7,46% nije dalo odgovor na postavljeno pitanje.

Grafikon 3. Odgovori poslodavaca i zaposlenih na pitanje: "Da li su zaposleni u Vašem preduzeću sindikalno organizovani?"⁴



Kolektivni ugovor između poslodavaca i zaposlenih sklopljen je u 91,32% anketiranih preduzeća.

Stavovi poslodavaca i radnika po pitanju: "Da li se važeći kolektivni ugovor poštuje u cjelosti u Vašem preduzeću", su različiti. Zaposleni su u 64,18% anketiranih preduzeća

⁴ Frekvencija odgovora na postavljeno pitanje koje se odnosilo na stanje u preduzeću prije i poslije privatizacije bila je gotovo identična.

dali pozitivan odgovor, a poslodavci u 73,13%. Po mišljenju poslodavaca kolektivni ugovor se ne poštuje (u 5,97% preduzeća), dok se po mišljenju radnika on ne poštuje u 11,94% slučajeva. Zaključujemo da se u većini privatizovanih preduzeća poštuju prava zaposlenih koja proističu iz kolektivnog ugovora.

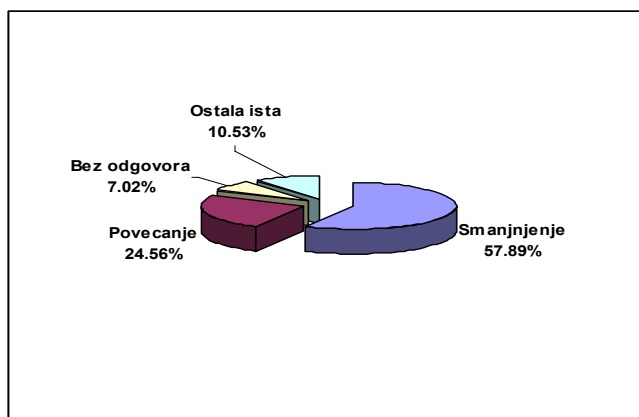
Novi kolektivni ugovor je sklopljen u 49,25% anketiranih preduzeća. Negativan odgovor na postavljeno pitanje: "Da li je zaključen kolektivni ugovor sa sindikatom preduzeća?" dalo je 34,33% anketiranih. Zaključujemo da je privatizacija sa sobom donijela i nužnost novog načina regulisanja odnosa između zaposlenih i poslodavaca unutar preduzeća.

Privatizovana preuzeća u većini slučajeva ispunjavaju obaveze po osnovu zarada i prema državi i prema radnicima. Na pitanje: «Da li Vaše preduzeće redovno uplaćuje doprinose za fondove PIO i zdravstveno osiguranje za zaposlene», 70,15% anketiranih je odgovorilo potvrdno, dok je njih 15% odgovorilo odrično.

ZAPOSLENOST

Na pitanje: "Da li je nakon privatizacije došlo do smanjenja ili povećanja broja zaposlenih", 57,89% anketiranih je odgovorilo da je došlo do smanjenja, a 24,56% da je došlo do povećanja broja zaposlenih u preduzeću. Frekvencija odgovora na predhodno postavljeno pitanje govori da je **privatizaciju preduzeća, u većini anketiranih slučajeva, pratilo smanjenje broja zaposlenih.**

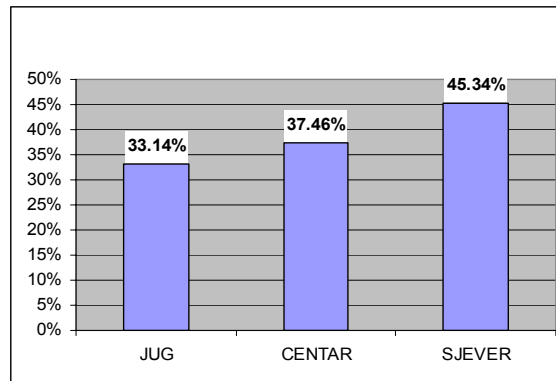
Grafikon 4. Odgovori poslodavaca na pitanje: "Da li je nakon privatizacije došlo do smanjenja/povećanja broja zaposlenih u Vašem preduzeću"?



U preduzećima u kojima je došlo do smanjenja zaposlenosti, zaposlenost se smanjila u prosjeku za 37,54%, u odnosu na broj zaposlenih prije privatizacije.

Effekti smanjenja zaposlenosti u privatizovanim preduzećima bili su najnepovoljniji u sjevernom regionu. Zaposlenost se u sjevernom regionu smanjila prosječno za 45% u odnosu na stanje prije privatizacije.

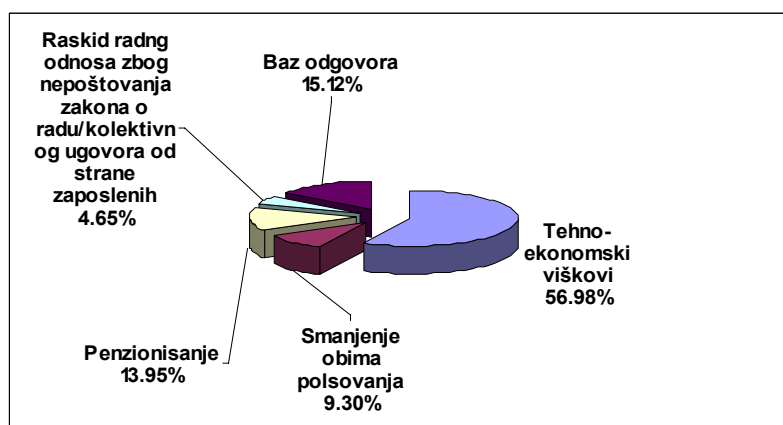
Grafikon 5. Prosječno smanjenje broja zaposlenih u privatizovanim preduzećima po regionima.



Prosječno smanjenje zaposlenosti posmatrano po djelatnostima bilo je sljedeće: građevinarstvo (63,17%), drvna i metalna industrija (44,48%), prehrambena industrija (32,54%), turizam i ugostiteljstvo (27,27%) i trgovina (28,32%). Privatizacija je u pogledu smanjenja zaposlenosti najviše pogodila sektor građevinarstva i drvne i metalne industrije, a najmanje sektore trgovine, turizma i ugostiteljstva.

Privatizacija preduzeća bez predhodno sprovedenog restrukturiranja imala je za posledicu otpuštanje viška zaposlenih koji je bio prisutan u većini anketiranih preduzeća. Glavni razlog smanjenja zaposlenosti u privatizovanim preduzećima su tehno-ekonomski viškovi (56,98%), zatim slijede: penzionisanje (13,95%), smanjenje obima poslovanja (9,30%) i raskid radnog odnosa zbog nepoštovanja zakona o radu od strane zaposlenih (4,65%).

Grafikon 6. Odgovori poslodavaca i zaposlenih na pitanje: "Koji su glavni razlozi smanjenja zaposlenosti u Vašem preduzeću?"



U preduzećima u kojima je došlo do rasta zaposlenosti nakon privatizacije, zaposlenost je porasla u prosjeku 13,70%.

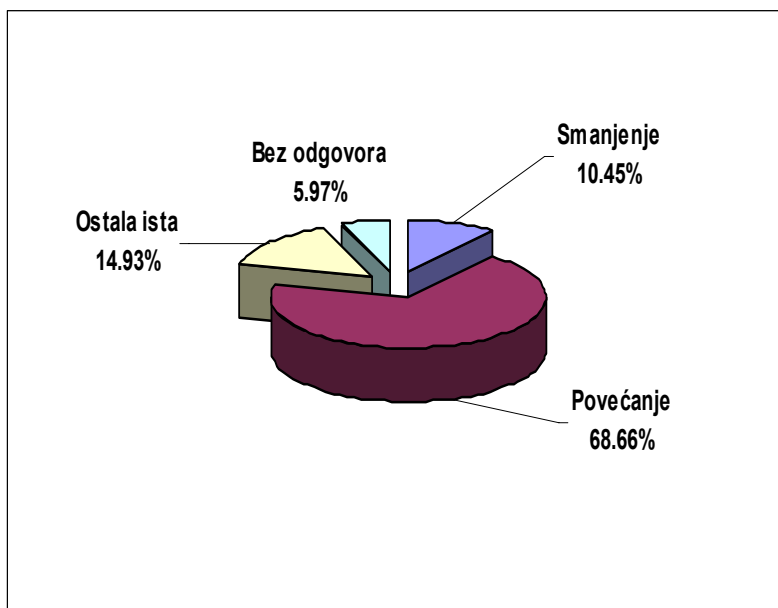
Regionalno posmatrano, najveće efekte u pogledu povećanja zaposlenosti je imao južni region (16,54%), a najmanje sjeverni region, gdje je zabilježen prosječni rast zaposlenosti od 9,67%.

Posmatrano po djelatnostima najveće prosječno povećanje zaposlenosti zabilježeno je u sektoru turizma i ugostiteljstva (23,43%) i trgovine (20,66%), a najmanje u sektoru građevinarstva (2,17%). Povećanje u sektoru prehrambene industrije bilo je 12,42%, a u sektoru drvne i metalne industrije 9,48%. Da se konstatovati da su efekti privatizacije u pogledu povećanja broja zaposlenih bili najveći u sektoru turizma i trgovine, a najmanji u sektoru građevinarstva i drvne i metalne industrije.

ZARADE

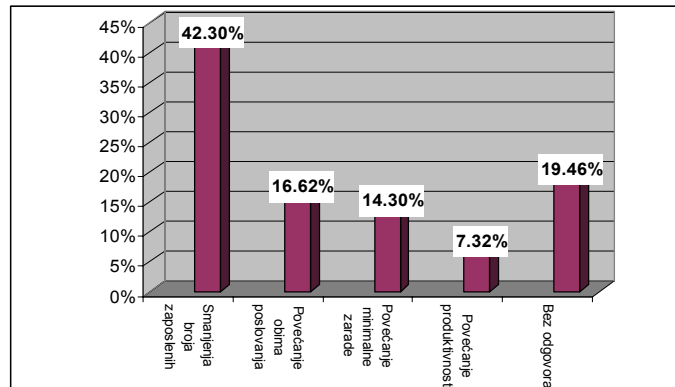
Prema istraživanju, rast zarada je zabilježen u 68,66% anketiranih preduzeća, dok je smanjenje zarada zabilježeno u 10,45% preduzeća. Da se zaključiti da je većinu anketiranih **preduzeća pratilo povećanje zarada**.

Grafikon 7. Odgovori poslodavaca i zaposlenih na pitanje: „Da li je u Vašem preduzeću nakon privatizacije došlo do povećanja/smanjenja zarada?“



Kao glavni uzrok povećanja zarada anketirani poslodavci identifikuju smanjenje zaposlenosti (42,3%). Pored smanjenja zaposlenosti, kao uzroka povećanja zarada, anketirani poslodavci su identifikovali: povećanje obima poslovanja (16,62%), povećanje minimalne zarade (14,3%) i povećanje produktivnosti (7,32%).

Grafikon 8. Odgovori poslodavaca na pitanje: „Koji su osnovni razlozi promjene nivoa zarada nakon privatizacije u Vašem preduzeću?”



Prosječno povećanje zarada u odnosu na zarade u preduzećima prije privatizacije bilo je 30,36%.

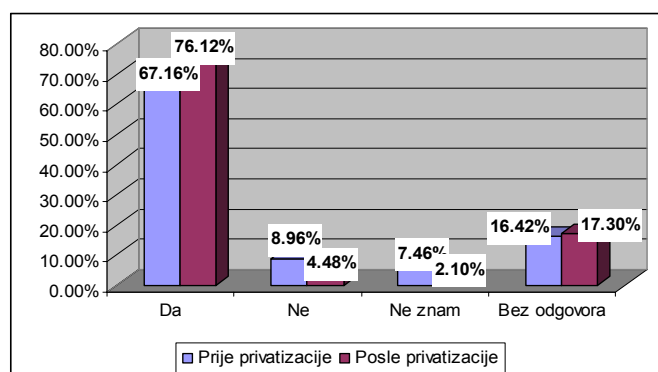
Prosječno povećanje zarada, regionalno posmatrano, bilo je najveće u sjevernom regionu (32%).

Najveće prosječno povećanje zarada zabilježeno je u sektoru turizma i ugostiteljstva (34,33%) i trgovine (33,45%). Najmanji prosječan rast zarada zabilježen je u sektoru građevinarstva (20,50%) i prehrambene industrije (26,13%).

Zarade zaposlenih u privatizovanim preduzećima se u većini slučajeva redovno isplaćuju. Odgovore na postavljeno pitanje: „Da li se u Vašem preduzeću, nakon privatizacije, redovno isplaćuju zarade“ 71,64% je dalo pozitivan odgovor, a 9% negativan.

Isplaćivanje naknada po osnovu zarada se poboljšalo privatizacijom preduzeća, o čemu svjedoči frekvencija odgovora datih u narednom grafiku. Evidentno je da se broj pozitivnih odgovora povećao za 9% nakon privatizacije preduzeća.

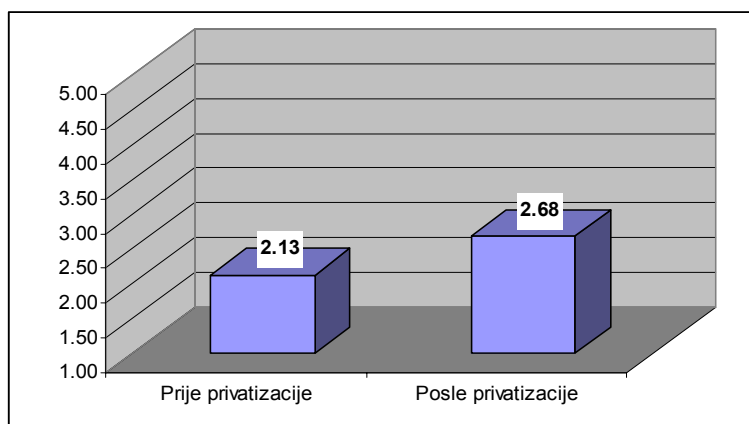
Grafikon 9. Odgovori poslodavaca i zaposlenih na pitanje: “Da li se u Vašem preduzeću redovno isplaćuju nadoknade za topli obrok, prevoz, regres i sl. ?“



MATERIJANI POLOŽAJ ZAPOSLENIH

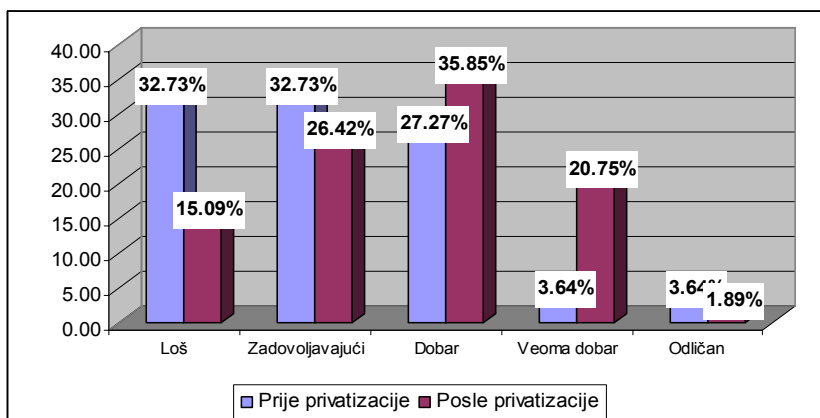
Materijalni položaj zaposlenih u privatizovanim preduzećima ocijenjen je kao dobar od strane anketiranih. Prosječna ocjena položaja zaposlenih prije privatizacije bila je 2,13 (zadovoljavajuće), a nakon privatizacije 2,68 (dobro). Privatizacija je dovela do poboljšanja materijalnog položaja zaposlenih (rast od 0,55 bodova) u privatizovanim preduzećima.

Grafikon 10. Odgovori zaposlenih na pitanje: "Kako ocjenjujete materijalni položaj zaposlenih prije i poslije privatizacije (na skali od 1 do 5)?"⁵



Od ukupno anketiranih, njih 35,85% smatra da je materijalni položaj zaposlenih dobar, 26,42% je materijalni položaj ocijenilo zadovoljavajućim, dok je samo 1,89% anketiranih materijalni položaj ocijenilo odličnom ocjenom nakon privatizacije. Lošim, materijalni položaj zaposlenih nakon privatizacije, ocijenilo je 15,09% anketiranih.

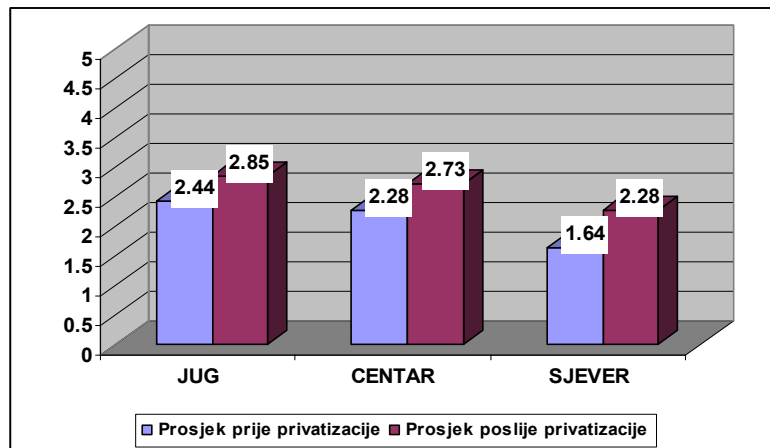
Grafikon 11. Odgovori zaposlenih na pitanje: "Kako ocjenjujete materijalni položaj zaposlenih prije i poslije privatizacije?"



⁵ 1- loš, 2-zadovoljavajući, 3-dobar, 4-veoma dobar, 5-odličan.

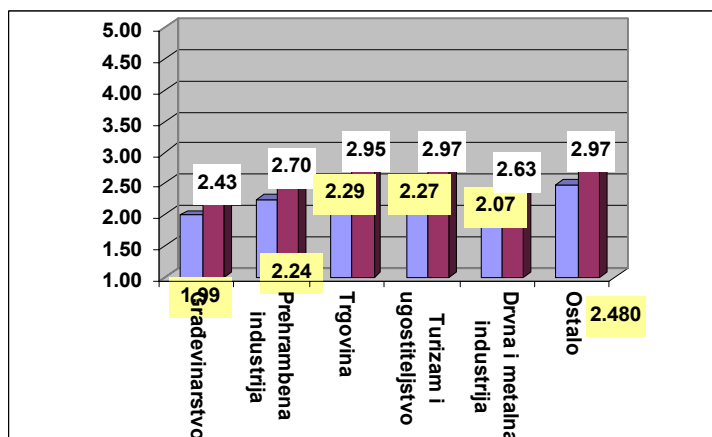
Materijalni položaj zaposlenih posmatran po regionima pokazuje trend rasta nakon privatizacije u svakoj od navedenih regija. Prije i nakon privatizacije materijalni položaj zaposlenih bio je najbolji u južnom regionu, a najgori u sjevernom regionu. Najveće efekte od privatizacije u pogledu poboljšanja materijalnog položaja zaposlenih imao je sjeverni region, rast od 0,64 boda, ali je isti ostao ispod republičkog prosjeka.

Grafikon 12. Ocjena materijalnog položaja zaposlenih, prije i poslije privatizacije, po regionima.



Najbolje efekte, na materijalni položaj zaposlenih, imala je privatizacija u sektoru turizma i ugostiteljstva (porast od 0,70 bodova), a najslabiji efekat imala je u sektoru građevinarstva (porast od 0,44 boda). Poboljšanje materijalnog položaja zaposlenih nakon sprovedene privatizacije u ostalim analiziranim sektorima bilo je: sektor trgovine (0,66), sektor drvne i metalne industrije (0,56) i sektor prehrambene industrije (0,52).

Grafikon 13. Ocjena materijalnog položaja zaposlenih, prije i poslije privatizacije, po djelatnostima.



ZAKLJUČCI O EFEKTIMA PRIVATIZACIJE NA POLOŽAJ ZAPOSLENIH U PRIVATIZOVANIM PREDUZEĆIMA.

Sumirajući rezultate predhodno sprovedenog istraživanja o položaju zaposlenih u anketiranim privatizovanim preduzećima, možemo zaključiti sljedeće :

- Informisanost zaposlenih o procesu privatizacije je bila veoma dobra.
- Glavni izvor informacija zaposlenih o toku procesa privatizacije u preduzeću bio je sindikat.
- U najvećem broju privatizovanih preduzeća prije privatizacije nije donešen program zbrinjavanja zaposlenih za čijim je radom prestala potreba.
- U preduzećima u kojim je donešen socijalni program, zaposleni su učestvovali u njegovoj izradi.
- U većini privatizovanih preduzeća u kojim je donešen socijalni program najčešće primjenjivani vid zbrinjavanja zaposlenih za čijim je radom prestala potreba, bio je isplata otpremnine.
- U preduzećima u kojima je proces privatizacije brže sproveden (MVP, berzanska prodaja) položaj zaposlenih u pogledu njihovog budućeg satusa bio je neizvjesniji u odnosu na zaposlene u preduzećima u koji je proces privatizacije tekao sporije (prodaja putem javnog tendera).
- Sindikalno organizovanje u privatizovanim preduzećima je prisutno kod velike većine ovih preduzeća.
- Važeći kolektivni ugovor, prava zaposlenih koja imaju iz rada i po osnovu rada, se poštuju u većini privatizovanih preduzeća.
- Zarade zaposlenih i naknade po osnovu zarada, kao i fiskalne obaveze na njih se redovno plaćaju u većini privatizovanih preduzeća.
- Broj zaposlenih se smanjio u većini privatizovanih preduzeća, u odnosu na stanje prije privatizacije, u prosjeku za 37,54%. Najveće smanjenje zabilježeno je u sektoru građevinarstava (68%) i sektoru drvne i metalne industrije (44%), a najmanje u sektoru trgovine (28%) i turizma i ugostiteljstva (27%).
- Privatizacija preduzeća bez predhodno sprovedenog restrukturiranja imala je za posledicu otpuštanje viška zaposlenih koji je bio prisutan u većini anketiranih preduzeća.
- Većina anketiranih zaposlenih, za čijim je radom prestala potreba, bez obzira da li je u preduzeću bio donešen socijalni program ili ne, napustila je preduzeće uz isplaćenu otpremninu.
- Zarade zaposlenih u većini privatizovanih preduzeća porasle su u prosjeku oko 30,36%. Najveći rast zarada zabilježen je u sektoru turizma (34%) i trgovine (33%), drvne i metalne industrije (28%) i prehrambene industrije (26%).
- Kao glavni uzrok rasta zarada u privatizovanim preduzećima, identifikovano je smanjenje broja zaposlenih nakon privatizacije.
- Povećan je dodatni radni angažman (prekovremeni rad, rad za vrijeme vikenda i praznika) zaposlenih poslije privatizacije.
- Materijalni položaj zaposlenih se poboljšao u većini privatizovanih preduzeća prosječno 0,55 bodova. Prije privatizacije položaj zaposlenih je ocijenjen kao

zadovoljavjući (2,13 bodova), a nakon privatizacije on je ocijenjen kao dobar (2,68 bodova).

- Materijalni položaj zaposlenih je najbolji u južnoj regiji (2,85), zatim u centralnoj (2,73), a najlošiji u sjevernoj regiji (2,28). Iako je prema ocjeni anketiranih sjeverni region imao najveće poboljšanje materijalnog položaja zaposlenih isti je ostao (zadovoljavajući) ispod republičkog prosjeka (dobar).
- Najbolje efekte na materijalni položaj zaposlenih imala je privatizacija u sektoru turizma i ugostiteljstva (0,70) i u sektoru trgovine (0,66), a najslabiji efekat je imala u sektoru građevinarstva (0,11 bodova).

Generalni zaključak koji se može donijeti kod većine anketiranih preduzeća je taj, da je privatizacija sa sobom donijela nužnost kadrovskog restrukturiranja, oličenog u smanjenju broja zaposlenih. Smanjenje zaposlenosti u većini privatizovanih preduzeća su pratili programi obezbjeđenja zaposlenih, definisani važećom zakonskom regulativom (Zakono o radu, Kolektivni ugovor). Posljedica smanjenja zaposlenosti manifestovala se na povećanje radnog angažmana onih koji su nastavili sa radom u privatizovanim preduzećima i poboljšanju njihovog materijalnog položaja, naročito zaposlenih u sektoru turizma i ugostiteljstva i trgovine, posmatrano po djelatnostima. Regionalno posmatrano, smanjenje zaposlenosti imalo je za posljedicu poboljšanje materijalnog položaja zaposlenih u sve tri regije, s tim što je materijalni položaj zaposlenih u sjevernoj regiji ostao ispod republičkog prosjeka.



EFEKTI REFORME VISOKOG OBRAZOVANJA U CRNOJ GORI NA TRŽIŠTE RADA SA POSEBNIM OSVRTOM NA PROBLEM HIPERPRODUKCIJE VISOKOŠKOLACA

Autor: mr Darko Peković



UVOD

U posljednjih deset godina, od kako je počela reforma visokog obrazovanja u Crnoj Gori i primjena Bolonjske deklaracije, broj upisanih studenata na univerzitetima Crne Gore je povećan za 2,5 puta, sa 8.333 na 21.199 studenata. Reforma je skratila prosjek godina studiranja i povećala broj studijskih programa. Ukidanje prijemnog ispita za upis na fakultet dovelo je do značajnog porasta broja studenata, međutim problem je što Crna Gora još nema Strategiju visokog obrazovanja, koja bi trebala da ukaže koji su to profili koji su potrebni Crnoj Gori tj. koje kadrove treba Crna Gora. Napore, u ovom dijelu, čini Zavod za zapošljavanje Crne Gore koji u svom redovnom godišnjem istraživanju Anketa poslodavaca već desetak godina osluškuje potrebe crnogorskih poslodavaca i ukazuje na potrebe tržišta rada Crne Gore. Međutim, ovo nije dovoljno a nadležne institucije i dalje nemaju dugoročni plan za projektovanje kadrova u Crnoj Gori. Zbog toga je i primjetna pojava strukturne nezaposlenosti i rast visokoobrazovanih na listi nezaposlenih.

Svrha i cilj reforme visokog obrazovanja bio je da u obrazovnom, naučno-istraživačkom, kadrovskom i profesionalnom smislu, objedini visokoškolski sistem u cijeloj Evropi i da obezbijedi upotrebljivost stečenih diploma (sertifikata), mobilnost studenata i nastavnog kadra, i da pokrije teritoriju visoko-kvalifikovanim stručnjacima iz različitih oblasti.

Nedavno, tačnije 2007. godine na konferenciji u Londonu, prilikom ocjenjivanja stanja obrazovanja u 46 zemalja potpisnica Bolonje, za period od 2005 do 2007. godine, Crna Gora je na osnovu sopstvenog izvještaja našla na posljednjem mjestu iza Andore i Albanije i imala ocjenu 2,9 (tadašnji evropski prosjek je bio 4). Međutim, u posljednjoj godini se situacija znatno popravila i prosječna ocjena reforme visokog obrazovanja je premašila prosjek u Evropi koji u državama potpisnicama Bolonjske deklaracije iznosi 3,6, a u Crnoj Gori je 3,8.

Ovi, gore navedeni, podaci jasno ukazuju na činjenicu da je Bolonjaska deklaracija znatno reformisala visoko obrazovanje u Crnoj Gori i da je zaživjela kroz studijske

programe na univerzitetima. Međutim, postavlja se pitanje koliko je ova reforma zaista uticala na povećanje kvaliteta studija i krajnjeg efekta – bržeg i boljeg ulaska na tržište rada, tj. zapošljavanja visokoškolaca. Podijeljena su i mišljenja eksperata i institucija iz ove oblasti oko ovog problema.

Da bi se što bolje sagledali i razumjeli efekti ove reforme na tržište rada Crne Gore, potrebno je statistički prikazati i analizirati, na osnovu realnih podataka, sljedeće kategorije:

- broj upisanih studenata na fakultete Crne Gore od kako je počela reforma visokog obrazovanja i broj nezaposlenih mladih (do 25 godina starosti),
- odnos svršenih srednjoškolaca i upisanih studenata u prethodnim godinama
- odnos upisanih studenata i onih koji su diplomirali na istim u poslednjih nekoliko godina,
- broj nezaposlenih visokoškolaca,
- tražnja za visokoškolcima na tržištu rada Crne Gore u poslednjih nekoliko godina,
- broj zaposlenih visokoškolaca u periodu od kada su na tržište rada pristigli visokoškolci sa reformisanih programa obrazovanja,

BROJ UPISANIH STUDENATA NA FAKULTETE CRNE GORE OD KAKO JE POČELA REFORMA VISOKOG OBRAZOVANJA

U zimskom semestru, akademske 2009/10. godine, na osnovne studije u Crnoj Gori upisano je 21.199 studenata, najveći broj upisanih je na Univerzitetu Crne Gore i to 16.916 studenata što čini 79.8% od ukupnog broja upisanih, na privatnim univerzitetima i ostalim visokoškolskim ustanovama studira 4283 studenta ili 20.2%. Broj upisanih studenata na osnovne studije je u stalnom porastu, povećanje broja upisanih u odnosu na 2008/09. godinu iznosi 3.5%. Podaci o upisanim studentima odnose se na studente upisane u zimskom semestru, obuhvaćeni su svi studenti bez obzira na način finansiranja, izuzev studenata koji su stekli status apsolvanta.

U Crnoj Gori 2009. godine, osnovne studije završilo je 3247 studenata, najveći broj završio je studije na Univerzitetu Crne Gore 2825 studenata, što predstavlja 87% od ukupnog broja dok su ostalih 13% završili na privatnim univerzitetima i ostalim visokoškolskim ustanovama.

Povećanje broja diplomiranih studenata u odnosu na prethodnu godinu iznosi **15.9%**, kada je taj broj iznosio 2812 studenata.

Tabela 1. Upisani studenti, osnovne studije, prema polu i godinama studija⁶

Školska godina	Upisani studenti	Studenti po godinama studija						Diplomirani studenti
		I	II	III	IV	V	VI	
2003/2004	9,759	3,866	2,790	1,938	1,064	79	22	1,271
2004/2005	11,011	4,564	3,059	2,092	1,159	103	34	1,456
2005/2006	12,903	5,478	3,395	2,445	1,481	70	34	1,656
2006/2007	16,173	6,690	4,796	2,606	2,005	40	36	1,867
2007/2008	18,009	7,483	5,628	4,234	532	93	39	2,389
2008/2009	20,490	7,934	6,318	5,331	791	24	92	2,812
2009/2010	21,199	7,790	6,632	5,898	814	45	20	3,247

U Tabeli 1. se jasno vide efekti reforme, u ovom slučaju akcenat je dat na trajanje studija. Naime, uvođenjem Bolonjske deklaracije studentima su omogućene trogodišnje studije i sticanje *bachelor* diplome. Ovaj vid studijskog programa je očigledno prepoznat kao način bržeg sticanja diplome i samim tim bržeg izlaska na tržište rada. Tako je u 2007/2008 godini došlo do značajnijih promjena u broju studenata na trećoj i četvrtoj godini studiranja. Pošto je Crna Gora članica Bolonjskog procesa od 2003. godine. i kako je za implementiranje reformi bilo potrebno godinu/dvije, ne čudi da je baš 2007/2008 školska godina, bila ona koja je pokazala efekte reformisanog obrazovnog sistema. Upravo te školske godine se za 73,5% smanjio broj upisanih studenata na IV godinu studija u odnosu na prethodnu godinu (Tabela 1), što govori da je znatno uvećan broj studenata koji su se odlučili za trogodišnji program studija. Kada se posmatra treća godina studija u 2007/2008 školskoj godini, evidentno je povećanje u odnosu na prethodnu godinu i to za 62,5%.

Rezultat ovakvog obrazovnog procesa je veliki broj bachelor diploma koje imaju vrlo malu upotrebnu vrijednost na tržištu rada, tako da bi praktično svi studenti trebali da nastave studije, najmanje još jednu godinu, i da steknu diplomu specijaliste u svom zanimanju koja će im omogućiti brže i kvalitetnije zaposlenje. Primjera radi, trogodišnje studije na tehničkoj osposobljavaju studenta za rad na najjednostavnijim projektima, što znači da ne mogu dobiti licence ni za projektovanje ni izvođenje, niti imaju prohodnost za rad u inostranstvu. Tako, Bolonjski proces povećava produkciju "nedovršenih profila", što dovodi do nespremnosti svršenih studenata za tržište rada a samim tim i do povećanja nezaposlenosti. Studenti očigledno uviđaju ovaj problem pa je primjetno povećanje broja studenata koji upisuju specijalističke studije u posljednje dvije godine. U Crnoj Gori specijalističke studije u 2009. godini završilo je 1098 studenata što predstavlja povećanje u odnosu na 2008. godinu od 80.9%, kada je taj broj iznosio 607. studenata.

⁶ Izvor: Monstat, Odsjek statistike obrazovanja, istraživanja i razvoja, kulture, pravosuđa i uprave

Primjetno je i veliko interesovanje za postdiplomske studije na univerzitetima u Crnoj Gori. U 2009. godini magistarske studije završilo je 217 studenata uz procentulno povećanje broja magistara u odnosu na 2008. godinu za 55%. U prilog ovome ide i činjenica da su uslovi za upis postdiplomskih studija, uvođenjem Bolonjske deklaracije, znatno promijenjeni i da gotovo svaki svršeni student može upisati ove studije. U 2010. je na evidenciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore bilo 80 registrovanih magistara a na postdiplomske studije se upisalo njih 931. Ovdje treba imati u vidu da je određeni procenat⁷ upisanih postdiplomaca u radnom odnosu, tj. zaposleni su.

Podatak da je u posljednje tri godine magistarske studije upisalo 3.000 studenata na univerzitetima Crne Gore od čega njih 87% na Univerzitetu Crne Gore, alarmantno ukazuje na mogućnost preobrazovanosti ove grupe visokoškolaca i mogućih problema prilikom uključivanja na tržište rada. Tražnja za ovim profilom nezaposlenih je, po evidenciji Zavoda za zapošljavanje, u 2010. godini bila 132 magistra ili 14% upisanih te godine. Postavlja se pitanje, da li studenti upisuju postdiplomske studije dok "čekaju na zaposlenje" i zbog većih šansi prilikom zaposlenja ili zaista žele sticati znanja koja im univerziteti nude na ovim studijama. Podatak da 30% visokoškolaca na evidenciji Zavoda u 2010. godini čeka na zaposlenje između 1-3 godine ukazuje da postoji opravdanost ovih pretpostavki.

Takođe se nameće i jedno paradoksalno ponašanje mladih nezaposlenih u smislu "odlaganja nezaposlenosti" kroz produžetak školovanja. Strah od uključivanja na tržište rada, nemotivisanost u traženju zaposlenja i znatno olakšano upisivanje osnovnih i postdiplomskih studija uzrokuje da sve veći broj mladih odlazi na univerzitete. Ovo ponašanje je vrlo opasno i ukazuje na prolongiranje nezaposlenosti ovih lica za budući period.

NEZAPOSLENOST MLADIH U CRNOJ GORI

U 2010. godini je na evidenciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore bilo 32.112 nezaposlenih lica **od čega su 20% mladi starosti do 25 godina života**, tj njih 6.453. Većina mladih na posao ne čeka dugo pa se u prvoj godini traženja posla zaposli njih 80%. Od ukupnog broja zaposlenih posredstvom Zavoda (18.000 lica) u 2010 god., zaposleno je 27% mladih od 15 do 25 godina starosti.

Od 38.106 prijavljenih nezaposlenih lica na evidenciju Zavoda u 2010 godini, 31,7% (12.069 lica) su činili mladi.

Posmatrajući kvalifikacionu strukturu nezaposlenih, najveći broj mladih je IV (41,2%), VII (23,3%) i III (22,5%) stepen stručne spreme (Tabela 2.).

⁷ Ne postoji evidencija o broju lica koja su iz radnog odnosa upisala postdiplomske studije

Tabela2. Struktura mladih po stepenima stručne spreme

Stepen stručne spreme	Broj nezaposlenih mladih od 15 do 25 god. starosti	%
I	611	9,5
II	123	1,9
III	1451	22,5
IV	2656	41,2
V	15	0,2
VI	92	1,4
VII	1505	23,3
VIII	0	0
Ukupno	6453	100

Prema podacima Zavoda za zapošljavanje **23,3% nezaposlenih mladih čine visokoškolci**, što predstavlja veliki procenat. Mlade ,koji su inovativni, kreativni, nosioci razvoja, pogleda su na svijet koji nije opterećen ustaljenim društvenim obrascima, treba što više uključivati na tržište rada. Mladi sve više žele da putuju i borave u inostranstvu. Na ovaj način, mladi su izloženi uticaju različitih okruženja, čime rastu njihove mogućnosti da prepoznaju i riješe mnoge problema sa kojima se susrijeću poslodavci u Crnoj Gori. Upošljavanje mladih visokoškolaca je od ključnog značaja za prosperitet Crne Gore i Zavod za zapošljavanje zajedno sa nadležnim institucijama treba da se ozbiljno pozabavi rješavanjem ovog problema kroz sprovođenje svojih aktivnih mjera zapošljavanja. Ne nosi se samo Crna Gora sa problemom povećavanja nezaposlenih mladih, u poslednjoj godini se i Evropska unija suočila sa istim problemom. Ovo je prije svega, pored globalne ekonomske krize, glavni uzrok rasta stope nezaposlenosti u Evropskoj uniji koja je prešla 10%⁸.

Najučestalije težnje mladih su u pogledu stručnog usavršavanja, što boljeg i bržeg zapošljavanja, profesionalnog napredovanja, kao i životnog standarda. Ove aspiracije mnogi mladi ljudi ne mogu da ostvare u svom rodnom gradu i mnogi su u dilemi između traženja rešenja u svom gradu ili odlaska u drugi grad, kod znatnog broja mladih visokoškolaca prevagnulo je ovo drugo rešenje. Jedan od razloga odlaska u druge, razvijenije, gradove je i veći izbor fakulteta u tim gradovima. Slab razvoj nekih sjevernih opština iz kojih mladi masovno odlaze uzrokovao je da danas, na sjeveru Crne Gore, ima sve više slobodnih radnih mjesta za visokoškolce koja nijesu popunjena dok sa druge strane, ta zanimanja su suficit u centralnom i južnom dijelu zemlje. Razvojem sjevera i motivisanjem mladih da se zapošljavaju u tim opštinama osjetno bi se izbalansirala ponuda i tražnja na tržištu rada Crne Gore.

⁸ Prema podacima EUROSTAT-a, u oktobru 2010. godine stopa nezaposlenosti u EU (EA 16) iznosila je 10.1%

ODNOS SVRŠENIH SREDNJOŠKOLACA I UPISANIH STUDENATA U PRETHODNIM GODINAMA

Upisna politika na crnogorskim univerzitetima omogućila je upis na fakultete većini srednjoškola. U prilog ovoj konstataciji idu podaci Monstata (Tabela 3.) o svršenim srednjoškolicima u prošloj godini kojih je bilo 8.480 i onih koji su se te godine upisali na visokoškolske ustanove u Crnoj Gori (broj upisanih studenata na prvoj godini je iznosio 7,790). Analizirajući ove brojke lako se može doći do zaključka da su se "gotovo" svi srednjoškolci odlučili na visoko obrazovanje. Međutim, treba imati na umu da broj upisanih studenata na prvu godinu fakulteta čine i studenti koji se nijesu odmah poslije srednje škole odlučili na visoko obrazovanje već su napravili pauzu poslije redovnog srednjeg obrazovanja. Pored ove grupe studenata postoje i oni koji su zbog nekog razloga promijenili polje interesovanja i promijenili fakultet kao i oni koji su obnovili godinu zbog nezadovoljavajućih rezultata na prvoj godini.

Tabela 3. Redovni učenici koji su završili srednje obrazovanje i studenti koji su upisali I godinu studija po školskim godinama⁹

Školska godina	Svršeni srednjoškolci	Upisani studenti (I godina)
2003/2004	7,461	3,866
2004/2005	7,466	4,564
2005/2006	7,711	5,478
2006/2007	7,370	6,690
2007/2008	7,256	7,483
2008/2009	7,264	7,934
2009/2010	7,286	7,790

Ako se sagleda broj upisanih studenata, na prvu godinu fakulteta, u posljednjih sedam godina, vidi se da je broj upisanih bruća u 2009/2010 godini dva puta veći nego što je to bio slučaj u 2003/2004 godini. Mali broj učenika se odlučuje da traži posao sa srednjom stručnom spremom i majstorskim zanimanjima pa je evidentno da će, ukoliko se nastavi sa ovakvim trendom, ova zanimanja ubrzo postati deficitarna i biće potrebno "uvoziti kadrove". Crna Gora već ima deficite sa zanimanjima iz turizma i poljoprivrede u sezoni, i ova upražnjena radna mjesta većinom popunjavaju strani državljani. U 2010. godini je u Crnoj Gori izdato oko 14.000 radnih dozvola stranim državljanima.

U protekloj deceniji u Crnoj Gori je došlo i do ekspanzije broja visokoškolskih ustanova, što u mnogome promovira visoko obrazovanje i animira sve više mladih da upisuju fakultete. Tako, u 2010. godini Crna Gora ima 3 univerziteta i 10 samostalnih privatnih

⁹ Izvor: Monstat, Odsjek statistike obrazovanja, istraživanja i razvoja, kulture, pravosuđa i uprave

fakulteta. Pored ovoga postoji i povećanje broja studijskih programa pa u 11 opština u 2009. realizovalo se 102 programa na osnovnim, 149 na postdiplomskim i 27 na doktorskim studijama. Upisnu politiku na ovim univerzitetima, posebno na privatnim, treba usaglasiti sa potrebama tržišta rada.

Iz svega gore navedenog, jasno se nameće stav da je interesovanje srednjoškolaca za upis na fakultete ogromno, da je ukidanje prijamnog ispita i ne postojanje eksterne mature dovelo do značajnog porasta broja studenata, međutim, možda najveći problem je što Crna Gora još uvijek nema Strategiju visokog obrazovanja koja bi regulisala upisnu politiku na crnogorske univerzitete.

Sa druge strane, ovo intezivno i konstantno povećanje broja studenata, jasno se odražava na tržište rada i nezaposlenost. Prema podacima Zavoda za zapošljavanje, u poslednjih nekoliko godina se broj lica sa visokom stručnom spremom konstantno povećava (Tabela 4.)

NEZAPOSLENI VISOKOŠKOLCI

U poslednjih nekoliko godina došlo je do značajnog povećanja broja nezaposlenih visokoškolaca na tržištu rada Crne Gore. Porast udjela visokoškolaca u ukupnom broju nezaposlenih se kretao od 5,1% u 2005. godini do 12,6%, koliko iznosi na kraju 2010. godine.

Tabela 4. Udio visokoškolaca u ukupnom broju nezaposlenih u periodu od 2005 do 2010. godine.¹⁰

Godina	Udio visokoškolaca u ukupnom broju nezaposlenih (%)
2005	5,1
2006	5,5
2007	7,5
2008	7,9
2009	11,3
2010	12,6

Razlog za ovakvu promjenu u strukturi nezaposlenih, pored broja studenata koji se iz godine u godinu povećava, je i zasićenost tržišta rada sa visokoškolcima u djelatnostima koje, realno, ne mogu da apsorbuju toliki broj novog kadra.

Po podacima Zavoda za zapošljavanje evidentno je da je najviše nezaposlenog visokoobrazovanog kadra iz neproizvodnih zanimanja - ekonomista i pravnika. Slijede

¹⁰ Izvor: Evidencija nezaposlenih, Zavod za zapošljavanje Crne Gore

bachelor-i menadžmenta i primijenjenog računarstva, specijalisti predškolskog vaspitanja...

Međutim, studenti se ipak najčešće odlučuju na ove "popularne fakultete" pa je najviše studenata upisano na Ekonomskom fakultetu, njih 20,64 % od ukupne populacije na državnom univerzitetu. Zatim, slijedi Pravni fakultet sa 15,35 %, potom Filozofski fakultet 13,41%, pa Elektrotehnički fakultet na kojem je 8,36 odsto studentske populacije.

Najmanje studenata je na Geodeziji, 0,38% studentske populacije na državnom univerzitetu, potom Akademiji dramskih umjetnosti (0,46%), pa Farmaciji – 105 (0,51%), Likovnoj i Muzičkoj akademiji - 128, odnosno 145 studenata.

TRAŽNJA ZA VISOKOŠKOLCIMA NA TRŽIŠTU RADA CRNE GORE U POSLEDNJIH NEKOLIKO GODINA

Kada su u pitanju slobodna radna mjesta za visokoškolce u Crnoj Gori, postoji trend rasta tražnje od 2009. godine (Tabela 5). Podatak da tražnja za visokoškolcima raste a istovremeno raste i broj nezaposlenih visokoškolaca na evidenciji Zavoda za zapošljavanje ukazuje na problem neusklađenosti ponude i tražnje. Sa druge strane, postoji problem sa deficitarnim zanimanjima koji je aktuelan godinama unazad i to za zanimanja: inženjeri elektronike, energetike, arhitekti, doktori medicine, diplomirani inženjeri građevinarstva, profesori matematike, fizike i hemije, farmaceuti.

Tabela 5. Slobodna radna mjesta u Crnoj Gori u periodu 2005-2010. godine ¹¹

Godina	Slobodna radna mjesta (tražnja)	Slobodna radna mjesta za visokoškolce	Učešće SRM visokoškolaca u ukupnoj tražnji
2005	35,122	5,968	17 %
2006	48,909	7,189	14.7 %
2007	63,978	8,767	13.7 %
2008	64,866	9,924	15.3 %
2009	47,566	6,486	13.6 %
2010	38,962	6,794	17.4 %

Problem popunjavanja slobodnih radnih mjesta je vrlo složen po svojoj prirodi. Ona zanimanja koja su deficitarna danas ne moraju biti deficit za koju godinu, jer je moguće da neće biti tražnje za njima u budućnosti. Crna Gora ima malo tržište rada koje čini oko 264.000 domaćeg aktivnog stanovništva. Za mala tržišta je karakteristično da su

¹¹ Izvor: Evidencija nezaposlenih, Zavod za zapošljavanje Crne Gore

dinamična i sklonija promjenama od velikih, pa je tako i sa crnogorskim. U posljednjih nekoliko godina se tražnja za pojedinim zanimanjima visoke stručne spreme žestoko mijenjala. Naime, razvojem berzanskog tržišta u Crnoj Gori, u poslednjih 5 godina, se po prvi put javila potreba za brokerima i raznim "novim" berzanskim zanimanjima, međutim danas to nije slučaj jer se obim berzanskog poslovanja u Crnoj Gori u mnogome smanjio. Slična dešavanja su pratila i neka zanimanja iz djelatnosti u vezi sa nekretninama, iznajmljivanja i poslovne aktivnosti, kao i građevinarstva.

Bez opšteg plana, kvotnog sistema prilikom upisa studenata i Strategije visokog školstva je nemoguće očekivati da će tržište rada "samo od sebe" regulisati ponudu i tražnju. Ministarstvo prosvjete, univerziteti i druge nadležne institucije treba da ulože dodatne napore i da kroz reforme usklade upisnu politiku sa potrebama tržišta rada Crne Gore.

BROJ ZAPOSLENIH MLADIH VISOKOŠKOLACA U PERIODU OD KADA SU NA TRŽIŠTE RADA PRISTIGLI VISOKOŠKOLCI SA REFORMISANIH PROGRAMA OBRAZOVANJA

Kao što je gore navedeno:

- od ukupnog broja zaposlenih posredstvom Zavoda za zapošljavanje (18.000 lica) u **2010 god., zaposleno je 27% mladih** od 15 do 25 godina starosti,
- od ukupnog broja zaposlenih, 21 odsto su bili visokoškolci, njih 3,745,
- dok 31% od ukupnog broja zaposlenih visokoškolaca čine mladi visokoškolci.

U poređenju sa prethodnim godinama, u periodu od kada su na tržište rada pristigli visokoškolci sa reformisanih programa obrazovanja, situacija sa brojem zaposlenih visokoškolaca se znatno promijenila. S obzirom da svake godine, u sve većem broju, na tržište rada pristižu "novi" svršeni visokoškolci, procenat njihovog zapošljavanja se iz godine u godinu povećava. Iako se broj ukupno zaposlenih od 2009. godini osjetno smanjio, tendencija procentualnog rasta zapošljavanja visokoškolaca, u odnosu na ukupan broj zaposlenih, nije narušena (Tabela 6).

Tabela 6. Udio zaposlenih visokoškolaca u ukupnom broju zaposlenih posredstvom Zavoda za zapošljavanje Crne Gore u periodu od 2007. do 2010. godine¹²

Godina	Broj zaposlenih	Udio visokoškolaca (%)
2007	33,259	10.8
2008	27,079	12.4
2009	14,733	17.3
2010	18,000	21.1

¹² Izvor: Evidencija nezaposlenih, Zavod za zapošljavanje Crne Gore

Sagledavajući trenutno stanje, kada je u pitanju zapošljavanje visokoškolaca, a imajući u vidu da će kroz par godina doći do velikog priliva novih visokoškolaca sa univerziteta na tržište rada, država će morati, kroz svoje nadležne institucije, a najviše Zavod za zapošljavanje, da obezbijedi znatna sredstva za njihovo zapošljavanja. Sve više mladih visokoškolaca se susrijeće sa problemom ulaska u svoj prvi radni odnos ili pripravnički staž. Broj slobodnih radnih mjesta se ne povećava proporcionalno povećanju broja visokoškolaca pa je stimulisanje otvaranja novih radnih mjesta neminovno. Nemogućnost brzog zaposlenja utiče na pad motivacije kod nezaposlenih lica i na opšte nezadovoljstvo pa bi krajnji efekti mogli biti migracija visokoškolaca u inostranstvo ili prekvalifikacija visokoškolaca u neka zanimanja nižeg stepena obrazovanja. Da do ovoga nebi došlo, Zavod za zapošljavanje i nadležna ministarstva bi trebali da ulože veliki napor i da kroz kvalitetnu Strategiju visokog obrazovanja sa jedne strane i stimulisanje otvaranja novih radnih mjesta za visokoškolce, sa druge, naprave balans u ponudi i tražnji na tržištu rada Crne Gore.-preformulisati ili izbaciti

LITERATURA:

1. WEB Site: <http://www.ilo.org/publns>
2. WEB: www.monstat.org
3. WEB: www.zzzcg.me
4. WEB: www.ceap-montenegro.com

UČEŠĆE U IPA PREKOGRANIČNOM PROGRAMU I PRIPREMA ZA KORIŠĆENJE IPA FONDOVA U BUDUĆEM PERIODU

Autor: mr Irena Perić
Viši savjetnik za istraživanje
Zavod za zapošljavanje Crne Gore



UVOD

IPA prekogranični programi prate pravila EU strukturnih fondova i tako obezbjeđuju mogućnost učenja za zemlje Zapadnog Balkana i svih učesnika (struktura, potencijalnih/krajnjih korisnika), pripremajući ih za EU kohezionu politiku.

Pomoć pod komponentama III, IV, i V ima za cilj da pripremi zemlje kandidate za učešće u koheziji Zajednice kao i politikama ruralnog razvoja i razvoja poljoprivrede.

Imajući u vidu da je do sredine decembra 2010. godine Crna Gora imala status potencijalnog kandidata, institucije u Crnoj Gori su do ovog perioda mogle učestvovati jedino u projektima koji su se odnosili na prve dvije komponente IPA Programa. Sticanjem statusa kandidata, otvaraju se veće mogućnosti korišćenja sredstava iz IPA fondova.

UČEŠĆE U IPA PREKOGRANIČNIM PROJEKTIMA U PROTEKLIM PERIODU

IPA program za Crnu Goru je usmjeren ka nastavku reformi u pravosuđu i javnoj administraciji, kao i borbi protiv korupcije i organizovanog kriminala. Podržavaju i borbu protiv terorizma, droge i trgovine ljudima. Pored toga, iz IPA fondova se mogu obezbijediti pomoć iz oblasti unutrašnjeg tržišta, zaštite čovjekove okoline, energije, poljoprivrede i sl. Cjelokupni plan je usmjeren na jačanje konkurentnosti crnogorske privrede i poboljšanje poslovnog okruženja sa težnjom ka konsolidovanju makroekonomske situacije, prestrukturiranju preduzeća, unapređenju tehnologije,

obrazovanja i stručne obuke i poboljšanju infrastrukture u transportu, energetici i zaštiti čovjekove okoline.

IPA komponenta II: IPA prekogranična saradnja

Ova komponenta IPA programa podržava aktivnosti vezane za prekograničnu saradnju sa zemljama članicama i zemljama korisnicama programa IPA, a temelji se na višegodišnjem programu prekogranične saradnje. Pravo na korištenje ove komponente su, takođe, zemlje kandidati i zemlje potencijalni kandidati.

Komponenta II se sastoji od dvije vrste prekogranične saradnje:

- a) na granicama između država kandidata/potencijalnih kandidata Zapadnog Balkana i
- b) između kandidata/potencijalnih kandidata i zemalja članica EU.

Takođe, iz ove komponente može se finansirati učešće zemalja korisnica u programima transnacionalne saradnje i u prekomorskim programima pod evropskim instrumentom za susjedsku i partnersku politiku.

Partnerska saradnja u projektima

Problemi u prekograničnom području prevazilaze granice pojedinih država te je zajedničko rješavanje jedina garancija identifikovanja i rješavanja problema.

Kamen temeljac prekogranične saradnje u okviru IPA-e je princip „obostrane koristi“. Prekogranična saradnja će funkcionisati na obje strane granice sa jedinstvenim skupom pravila, na taj način pružajući priliku za jednako i uravnoteženo programiranje i donošenje odluka u zemljama članicama i zemljama kandidatima/potencijalnim kandidatima.

Objee strane moraju da imaju korist od mjera koje se finansiraju iz prekogranične saradnje u okviru IPA-e, što znači da moraju da postoje zajednički programi, zajedničko upravljanje i zajedničko finansiranje projekata.

Stoga, prekogranična saradnja u okviru IPA-e ima namjeru da promoviše unaprijeđenu saradnju i ekonomsku integraciju između zemalja članica i kandidata/potencijalnih kandidata za članstvo.

Prekogranična saradnja u okviru IPA-e će kombinovati ciljeve kohezije i spoljnih odnosa uzimajući u obzir specifične pojedinačne potrebe pograničnih regiona:

- razvoj prekograničnih ekonomskih, društvenih i aktivnosti zaštite životne sredine u pograničnim područjima;
- suočavanje sa zajedničkim izazovima na polju zaštite životne sredine, javnog zdravlja, sprječavanja i borbe protiv organizovanog kriminala, itd.;
- obezbjeđivanje efikasnih i sigurnih granica;

- promovisanje pravne i administrativne saradnje;
- promovisanje lokalnih aktivnosti „ljudi ljudima“.

Prekogranični program je zajednički pripremljen od strane tima za nacрте država korisnica. Finalni prijedlog programa mora da bude odobren od strane nacionalnih vlasti zemalja učesnica i zajednički predat na evaluaciju i usvajanje od strane evropske komisije.

Prekogranični program definiše okvir za saradnju, prioritete pograničnih regija i neophodne mjere kako bi se zadovoljile postojeće potrebe. Takođe ustanovljava pravila podobnosti za selekciju operacija koje sprječavaju preklapanje napora među različitim programima, pod IPA ili drugim instrumentima i inicijativama Zajednice.

Zajedničke operacije, zajednički odabrane od strane zemalja učesnica kroz jedan javni poziv koji pokriva svu podobnu regiju će biti finansiran od strane prekograničnog programa. Prekogranični projekti razvoja koji se prijave za finansiranje moraju biti direktno vezani za prioritete definisane od strane relevantnog prekograničnog programa.

UČEŠĆE ZZZCG U IPA PROJEKTIMA

Od momenta omogućavanja učestvovanja u prekograničnim projektima, Zavod se aktivno uključio u izradi projekata prekogranične saradnje. Rezultati se mogu vidjeti iz sljedećih tabela.

PREKOGRANIČNA SARADNJA CRNE GORE SA BIH

Prekogranični program MNE-BIH			
Naziv projekta	UKUPNO PROJEKATA	Projekti gdje je ZZZCG Aplikant 1	Projekti gdje je ZZZCG Partner ili Aplikant 2
Osobe sa invaliditetom u središtu društvene kohezije - Sunčana radionica	3		1
Razmjena prakse radi boljeg upravljanja politikom zapošljavanja u prekograničnom području		1	
Bolja šansa za zaposlenje mladih			1
Σ		1	3

Projekat „**Osobe sa invaliditetom u središtu društvene kohezije - Sunčana radionica**“ je odobren u cjelokupnom traženom iznosu od 139.066,94 €. Nosilac projekta je Centar za socijalni rad iz Trebinja, partneri su Udruženje za podršku ljudima sa smetnjama u mentalnom i psihičkom razvoju iz Nikšića; ZZZCG – Biro rada Nikšić i Udruženje roditelja djece i mladih sa posebnim potrebama “Svi mi dijelimo isto sunce” iz Trebinja. Ugovor o realizaciji projekta je potpisan u decembru 2010. godine.

Projekat „**Razmjena prakse radi boljeg upravljanja politikom zapošljavanja u prekograničnom području**“, u kome je nosilac projekta ZZZCG, je takođe odobren u traženoj vrijednosti i iznosi ukupno 111.237,45 €. Pored ZZZCG, kao nosioca projekta, partneri su Zavod za zapošljavanje BIH – Istočno Sarajevo. Očekuje se poziv za potpisivanje Ugovora o realizaciji projekta u januaru 2011. godine.

Projekat „**Bolja šansa za zaposlenje mladih**“, u kome ZZZCG učestvuje kao partner je načelno odobren u cjelokupnom iznosu, s tim što će Evropska Komisija detaljno sa Aplikantom 2 – CEMI iz Podgorice prije potpisivanja Ugovora detaljno razmotriti stavke u predloženom budžetu projekta. Pored pomenutih, partneri u projektu su još i Informativna agencija za mlade iz BIH i NVO „Tvrdava“ iz Podgorice. Očekuje se poziv za potpisivanje Ugovora o realizaciji projekta u januaru 2011. godine.

PREKOGRANIČNA SARADNJA CRNE GORE SA SRBIJOM

Projekti »**Žene u biznisu kroz izradu tradicionalnih suvenira**“, „**Internet portal**“ i „**Rastuća mreža privrede**“ nijesu prošli evaluaciju Evropske Komisije, a tehničku provjeru su prošli svi aplicirani projekti.

U vezi sa projektom »**Škola za farmere**« odobrenim za finansiranje u Prvom pozivu za Program prekogranična saradnja Srbija – Crna Gora održan je sastanak u prostorijama Zajedničkog tehničkog sekretarijata u Prijepolju 05.10.2010.god. u vezi budžetskih konsultacija i dodatnih obrazloženja, između budućih korisnika sredstava iz donacije i donatora - Delegacije Evropske Unije u Srbiji i Delegacije Evropske Unije u Crnoj Gori.

Dogovoreno je da realizacija projekta počne **01.11.2010.god.**

Ukupan budžet projekta je **54.060 €**.

OČEKIVANJA U BUDUĆEM PERIODU

Od 17 decembra, 2010. godine, dobijanjem statusa kandidata za pristup Evropskoj Uniji, institucijama u Crnoj Gori je omogućeno da učestvuju i u projektima koji se odnose na preostale tri komponente IPA programa i to:

- Regionalni razvoj;
- Razvoj ljudskih resursa i
- Ruralni razvoj.

Za Zavod za zapošljavanje, poseban značaj ima komponenta IV, »Razvoj ljudskih resursa«.

Ova komponenta podupire mjere usmjerene na podsticanje zapošljavanja, obrazovanja i usavršavanja kao i na socijalno uključivanje, a kao preteča Evropskog socijalnog fonda (engl. **European Social Fund**) finansira projekte na području socijalne kohezije u svrhu ostvarivanja ciljeva Evropske strategije za zapošljavanje.

Nadležnost u Crnoj Gori za ovu komponentu će imati Ministarstvo rada i socijalnog staranja. Ključni okvir za korišćenje sredstava Evropske Unije u području zapošljavanja, obrazovanja, stručnog osposobljavanja i socijalnog uključivanja je Operativni program Razvoj ljudskih potencijala, u čijoj izradi Zavod za zapošljavanje aktivno učestvuje. Cilj izrade Operativnog programa je usklađivanje Evropskoj strategiji zapošljavanja koja ima 4 prioriteta:

Sposobnost stvaranja zapošljivosti, što se postiže rješavanjem dugoročne nezaposlenosti i nezaposlenosti mladih ljudi, olakšavajući prelaz iz škole na posao i razvijanje saradnje između preduzeća i socijalnih partnera. Pokretanje borbe protiv visoke nezaposlenosti pokreće aktivnosti na prevazilaženju deficita kvalifikacija na strani ponude, usklađivanje stručnosti i mogućnosti koje se nude za radnike na tržištu rada sa strane potražnje od poslodavaca. Konkretan program mjera usvojen i implementiran od strane država članica, odnose se na sledeće programe: subvencije za zapošljavanje plate, doživotnog učenja, borbe protiv diskriminacije na tržištu rada i socijalne integracije kroz zapošljavanje.

Razvoj preduzetništva i preduzetničkog duha, sa ciljem podsticanja tražnje na tržištu rada za određena, specifična znanja. To podrazumijeva razvoj više aktivnih poslovnog okruženja i stvaranju novih i boljih radnih mesta, što se postiže pružanjem pomoći pri zapošljavanju, kako za poslodavce, tako i za regionalne i lokalne institucije za zapošljavanje.

Prilagodljivost, omogućava prilagođavanje kompanije na novonastale prilike na tržištu rada uslovljene različitim faktorima, odnosno sprovođenje mjera čiji je cilj modernizacija društva i prihvatanje novih tehnologija, kroz unapređenje prilagodljivosti organizacije rada preduzeća.

Jednake mogućnosti za sve, se fokusira na eliminisanje dispariteta na tržištu rada na osnovu pola, odnosno razvoj društva u kome muškarci i žene rade pod istim uslovima, imaju iste odgovornosti i podjednake nadoknade za rad. Ovi ciljevi se ostvaruju eliminisanjem rodne diskriminacije i obezbeđivanjem postizanja ravnoteže između porodičnog i poslovnog života. Neke od mjera su nova pravila za praznike za roditelje, sve više i bolji uslovi za brigu o djeci i porodijsko odsustvo.

Razvoj ljudskih resursa, kao složen i dinamičan proces, zahtijeva čitav niz istovremenih aktivnosti koje će smanjiti nivo nezaposlenost, smanjiti rad na crno i spriječiti dalji porast prikrivene zaposlenosti usled privrednog restrukturiranja. Zadatak ZZZCG je da osnaži aktivne mjere i obezbijedi postepeno napuštanje pasivnih mjera na tržištu rada, koje će biti usmjerene na prilagođavanje ciljeva definisanih Evropskom strategijom zapošljavanja.

Aktivne mjere će se fokusirati na: Promociju zaposlenosti lica koja traže posao, jačanje obrazovanja odraslih i cjeloživotno učenje, povećanje ulaganja u ljudski kapital, promovisanje istraživanja i inovacija, pružanje podrške djeci, starijima i osobama sa invaliditetom, kao i na poboljšanje kvaliteta radne snage. Uspješna realizacija ove strategije će zavisiti od zajedničkih i koordiniranih aktivnosti niza subjekata, prije svega Vlade i državnih institucija, međunarodnih finansijskih institucija, nevladinih organizacija za poslovni konsalting, kao i malih i srednjih preduzeća.

Osim pravnog i institucionalnog okvira koji se mora uspostaviti, treći, podjednako važan segment koji je neophodan za uspješno korišćenje ovih EU fondova odnosi se na ljudske resurse, njihove kapacitete i sposobnosti da obavljaju složene poslove u oblastima upravljanja, programiranja i implementacije sredstava iz EU fondova, kako bi se pomenuta sredstva mogla što efikasnije iskoristiti.

S obzirom da je riječ o novoj oblasti i novim izazovima sa kojima se suočavaju u radu, državnim službenicima i namještenicima potrebno je obezbijediti kontinuirane obuke iz oblasti upravljanja EU fondovima i na taj način pospiješiti njihova znanja, vještine i sposobnosti kako bi posao obavljali kvalitetnije i efikasnije. Samo na taj način, zaposleni će prepoznati nacionalni značaj i shodno tome poboljšati svoj doprinos radu.

Kako bi se ostvario navedeni cilj, preduzimaće se sljedeće vrste operacija:

- Razvoj novih međuinstitucionalnih modela i međusektorskih poslovnih rješenja za rad sa teže zapošljivim licima;
- Osposobljavanje zaposlenih (osnovno i napredno) u Biroima za zapošljavanje vezano za odnose sa nezaposlenima;
- Prekvalifikacija grupa nezaposlenih koje su u nepovoljnom položaju;
- kreiranju i implementaciji projekata,
- razmjeni informacija potrebnih za kvalitetnu implementaciju projekata,
- analizi usluga koje se pružaju,
- konsultacijama, seminarima i treninzima,
- drugim aktivnostima koje će biti organizovane u sklopu projekata.

Poseban naglasak staviće se na sljedeće ciljne grupe teže zapošljivih:

- osobe s invaliditetom,
- osobe s niskim stepenom obrazovanja,
- nezaposlene mlade osobe,
- starije osobe i dugotrajno nezaposlene,
- žene,
- osobe koje žive u manje razvijenim regijama i
- manjinske grupe.

U narednom periodu obzirom da je Crna Gora dobila status kandidata, imaće obavezu da uspostavi decentralizovan sistem upravljanja fondovima EU, što je uslov za efikasno korišćenje i preostale tri komponente IPA Programa.

Da bi se iskoristila bespovratna finansijska sredstva, ključ je u kvalitetnoj pripremi projekata, odnosno načina na koji se Evropskoj komisiji predstavljaju projekti u okviru odabranih programa.

Najveći prepoznati problem su kadrovi koji treba da pripreme programe i projekte i realizuju ih. Kapaciteti na svim nivoima su takvi da ne postoji dovoljan broj stručnjaka. Zbog takve situacije mnoga sredstva ostaju neiskorišćena, ili nestručno upotrijebljena. Neophodno bi bilo u okviru institucija organizovati što više informativnih sesija na kojima bi se razjasnio IPA program svim zaposlenima, njegove prednosti i metode pripreme projekata.

Sredstva iz IPA fondova treba posmatrati kao dodatna sredstva za pro-evropski razvoj Crne Gore i dodatni motiv za sprovođenje prioritetnih politika razvoja, koje bi je približile EU.

LITERATURA

1. Uredba Evropskog savjeta br. 1085/2006 od 17. jula 2006.godine,
2. http://ec.europa.eu/enlargement/index_en.htm,
3. Instrument for Pre-Accession Assistance (IPA), Multi-Annual Indicative Financial Framework for 2010-2012;
http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2007/nov/miff_en.pdf,
4. COUNCIL REGULATION (EC) No 1084/2006 of 11 July 2006 establishing a Cohesion Fund and repealing Regulation (EC) No 1164/94,
5. Internet stranica <http://ec.europa.eu>



IZBOR PRAVIH LJUDI U KOMPANIJI JE KLJUČ USPJEHA

Autor: mr sci. Nevenka Pavličić,
specijalista kliničke psihologije



UVOD

Ekonomska situacija u Crnoj Gori kao i u zemljama u okruženju je usloвила promjenu ne samo pravila poslovanja i korporativne kulture u preduzećima, već i u shvatanju značaja ljudskih potencijala za uspjeh u poslovanju. Oblast upravljanja ljudskim resursima postaje značajan segment organizacije rada u firmi, od početnog, uspješnog izbora kadrova, do kasnijih aktivnosti: osmišljenog formiranja timova, izbora na liderske pozicije, kontinuiranog usavršavanja.

Složenost i sofisticiranost poslova u novim uslovima privređivanja, zahtijeva stručnu selekciju kadrova, kako bi se izabrali stručnjaci kompetentni za određene poslove, ali isto tako i s osobinama ličnosti koje će omogućiti skladnu radnu komunikaciju, sposobnost za timski rad i saradnju sa rukovodećim kadrom.

Dobra selekcija predstavlja prevenciju mogućih kasnijih problema i nezadovoljstva kako zaposlenih, tako i poslodavaca, uvećava efikasnost i kvalitet rada. Inicijalni troškovi za selekciju u jednom preduzeću jesu izdatak, ali i investicija u zaposlenog, koji će tokom svog radnog vijeka uvećati profit i spriječiti gubitke firme koji mogu da nastanu kroz česta bolovanja, lošu radnu atmosferu ili neefikasan rad zaposlenog. Zapravo, efikasnost selekcije se mjeri rezultatima izabranih kandidata na poslu i dužinom njihovog staža u organizaciji. Selekcija koju obavlja profesionalac je nezavisna od uticaja i u skladu je sa zakonodavstvom koje promovise jednake mogućnosti za sve i sprovođenje pravednog odabira među prijavljenim kandidatima.

KADA SE VRŠI SELEKCIJA KANDIDATA?

Svaka organizacija koja drži do korporativne kulture i želi da bude konkurentna na tržištu, treba da iskaže buduće potrebe za ljudskim potencijalom kroz strateška

dokumenta i planove. Opisi poslova predviđenih za svako radno mjesto, potrebne kvalifikacije i vještine definišu zahtjeve radne organizacije koja raspisuje konkurs.

KO MOŽE DA RADI SELEKCIJU?

U velikim sistemima selekciju mogu obavljati službe za ljudske resurse same radne organizacije, a ovakav izbor ima i pozitivne i negativne strane. Unutrašnje službe dobro poznaju potrebe firme i radnu sredinu u koju treba da se asimiluje pojedinac. S druge strane, i sami su dio interakcija, često izloženi različitim uticajima iz same firme koji ih ometaju u objektivnim procjenama i konačnom izboru. U drugim slučajevima poslove selekcije mogu obavljati profesionalci koji nisu dio organizacionog sistema jedne firme. Oni dolaze iz agencija za zapošljavanje koje mogu biti državne ili privatne. Privatne agencije mogu i same nuditi kandidate koje već imaju u svojim bankama podataka ili ih ciljano tražiti prema osobenim i specifikovanim potrebama svake firme. To su tzv. »head hunters« - »lovci na talente«, koji ne samo da procjenjuju prijavljene kandidate, već aktivno za njima i tragaju, uspostavljaju kontakt i vrše pregovore u poslovno osjetljivim transferima rukovodećih kadrova. Putevi dolaska do kvalitetnih kandidata mogu biti kroz različite oblike komunikacije: javna glasila, elektronska pošta – Internet, sms mobilnom komunikacijom, internim ili eksternim oglašavanjem. Poslove selekcije mogu obavljati samo specijalizovano obučeni profesionalci, sa iskustvom u procjeni ličnosti i sposobnosti, kao i posebnim vještinama intervjuisanja i testiranja koje se stiču kroz edukaciju i koje su potkrijepljene neposrednim radom u oblasti selekcije.

KOJIM INSTRUMENTIMA SE VRŠI SELEKCIJA?

Sama procedura testiranja se odvija u ambijentu koji je prilagođen kandidatima, omogućava im da se prijatno osjećaju i da se optimalno prezentuju. Naše dosadašnje iskustvo je ukazalo da je moguće prilagoditi predloženu proceduru aktivnostima institucija sa kojima smo saradivali a da se ne remeti njena primarna i utvrđena aktivnost, kao i da se zaposleni što manje dislociraju iz mjesta rada (testiranje se obavlja u pojedinim ekspoziturama, prilagođeno radnom vremenu i redovnom poslovanju firme).

Testovi, tehnike i skale koje poznaje savremena psihologija su raznovrsni i mnogobrojni. Odnose se na ispitivanje intelektualnih sposobnosti, ličnosti i specifičnih ponašanja. Za svaki pojedinačni posao i konkurs formira se različita grupa testova, kako bi se što bolje procijenile specifične sposobnosti koje određeni posao zahtijeva. Dužina testiranja zavisi od prirode izabranih testova. Testiranje kandidata može biti grupno i individualno. Obavezno uključuje intervju tokom koga se daje prilika kandidatu

da u spontanom govoru prezentuje informacije koje su od značaja za njegovo profesionalno angažovanje, a da takođe i postavi pitanja vezana za proceduru testiranja ili prirodu posla za koji konkuriše.

ŠTA SE PROCJENJUJE U PROCESU SELEKCIJE?

Proces selekcije je zapravo poređenje i usklađivanje zahtjeva poslodavca i posla, s potrebama i sposobnostima kandidata. Sa svakim kandidatom se obavlja individualni intervju, a zatim se zadaju testovi čiji je zadatak da se procijeni :

- Opšta intelektualna sposobnost – inteligencija;
- Pojedinačne intelektualne sposobnosti značajne za obavljanje konkretnog posla koji je ponuđen: pamćenje, pažnja i koncentracija, verbalno rezonovanje, radna memorija, perceptivno rezonovanje, brzina procesiranja informacija;
- Crte ličnosti poželjne za obavljanje određenog posla: sposobnost za timski rad, tolerancija na neizvjesnost, radoznalost, nezavisnost, fleksibilnost i istrajnost, liderske sposobnosti, tolerancija stresa na radnom mjestu, procjena socijalne i emocionalne inteligencije zaposlenih (odnosno u kojim oblastima se nalaze prednosti ili u kojima je rezultat ispod prosjeka u odnosu na standarde);
- Motivacija za posao: motivi samoaktualizacije, postignuća, radoznalosti, raznolikosti i eksploracije, materijalni motivi i organizacijski motivi;
- Eventualna psihopatologija koja bi mogla da dovede do teškoća da se prevladaju stresne okolnosti posla, grešaka u radu, disharmoničnih međuljudskih odnosa, čestih bolovanja ili čestih napuštanja poslova.

Dobijeni podaci se integrišu, navode se prednosti i slabosti svakoga od kandidata i predlaže se poslodavcu uži, širi izbor i kandidati koji se ne preporučuju za apliciranu poziciju. Podaci o svakom ispitaniku se prezentuju upravljачkom tijelu firme, koje zatim donosi finalne odluke o zapošljavanju kandidata, tako što procjenjuje koliko su karakteristike kandidata kompatibilne potrebama firme i posla.

ŠTA NAKON SELEKCIJE?

Za svakog zaposlenog formira se radni karton u kome se pored ovih podataka, kasnije ubilježavaju podaci o promenama posla ili stručnom usavršavanju. Postojanje baze podataka omogućava jasniju sliku potencijala i kvaliteta u ljudskim resursima:

- brže pretraživanje postojećih informacija o kandidatima, zaposlenima i pružanje usluga rukovodećem timu, u kreiranju aktivnosti a time i povećava efikasnost rada samog preduzeća;
- mogućnost praćenja kvaliteta i karakteristika zaposlenog;
- planiranje programa specijalizacija (obima, vrste, trajanja) u skladu sa iskazanim potrebama firme i realnim mogućnostima zaposlenog;

- učešće na osnovu registrovanih podataka u planiranju i promjeni sistematizacije radnih mjesta ili proširivanja obima posla u smislu otvaranja novih ekspozitura, radnih mjesta, ili njihovog smanjenja.

Postojeća baza podataka koju formiraju psiholozi, može da bude kasnije dopunjena informacijama kojima raspolažu personalne službe preduzeća i povratnim informacijama koje se dobijaju od klijenata. Dizajn baze podataka o ljudskim resursima sadržaće sljedeće informacije:

- Socio-demografski podaci: identifikacija kandidata, godine starosti, pol,
- obrazovanje, porodični status, materijalno stanje;
- Radno iskustvo kandidata, kako aktivno i registrovano, u svojoj formalno stečenoj struci, tako i u drugim vrstama mogućih i prefernih zanimanja;
- Utisak i izgled kandidata, sa priključenom fotografijom;
- Procjena intelektualnih potencijala kandidata, aktuelne sposobnosti i potencijal kandidata za dalje stručno usavršavanje (sposobnost shvatanja, pamćenja, motivacija za napredovanje u poslu, intelektualna interesovanja);
- Procjena ličnosti kandidata: sposobnost za liderske pozicije, timski rad, saradljivost, kreativnost u poslu, reakcije u stresnim radnim okolnostima, opasnosti »sagorjevanja« na poslu ili sklonost zdravstvenim problemima;
- Procjena zainteresovanosti i motivisanosti za posao koji obavlja ili za promjenu posla, za dodatnu edukaciju, specijalizaciju ili bilo koji drugi oblik usavršavanja koji je koristan i u funkciji radne aktivnosti preduzeća;
- Zaključak i preporuka psihologa o tome kako firma može poboljšati aktivizam, efikasnost zaposlenog i stepen njegovog zadovoljstva na radnom mestu.

NAŠA ISKUSTVA U PROCESU SELEKCIJE U CRNOJ GORI

Psiholozi specijalisti koji rade u agenciji DOO Human Resource Development – Montenegro imaju bogato iskustvo selekcije tokom decenije rada na lokalnom tržištu. Za razliku od inostranih agencija, dobro poznaju lokalni mentalitet i modele poslovne komunikacije, načine poslovanja u zemlji, stepen razvijenosti korporativne atmosfere u našim firmama, ponudu kadrova u lokalnoj zajednici, procjenu vrijednosti stečenih edukacija i kompetencija.

Zahtjevi za selekcijom bili su u ekspanziji tokom poslednje decenije, a dijelom su stagnirali u periodu ekonomske krize. Smatramo da su posebno značajni u našoj sredini koja je, kao i druga društva u tranziciji, opterećena korupcijom i nepotizmom, a malom ponudom posla. Angažovanje neutralnog profesionalca tako omogućava da primljeni kandidat zbilja bude selektovan na osnovu ličnih kvaliteta, a ne zbog pritiska i uticaja van sfere profesionalnog. Inicijativu za angažovanje neutralnih procjenjivača obično daju rukovodioci koji su ambiciozni, otvoreni prema novinama, koji žele efektivno obavljanje posla, dinamične promjene u radnoj atmosferi i promjenu uspostavljenih grupa ili alijansi koje ometaju radnu aktivnost. Za pomoć u selekciji obično se javljaju

državne i privatne firme koje su inovativne i dinamične, često s iskustvom rada na inostranom tržištu: bankarske institucije, obrazovne (akademije i fakulteti koji biraju i studente i predavački kadar), privredne organizacije (proizvodne, distributivne i turističko-ugostiteljske), zatim institucije koje se bave zaštitom i bezbjednošću ili koje razvijaju nove programe i zanimanja u oblasti pružanja pomoći drugim licima (npr. ZZZ CG). Smatramo da je proces objektivne selekcije kadrova važan za menadžerske i liderske pozicije, društveno osjetljive poslove javne bezbjednosti (policija i vojska) ili rada sa nezaštićenim kategorijama stanovništva (stari, deca, bolesni). Zato je neophodno prezentirati ideju o selekciji i principe našeg rada na lokalnom tržištu, kako bi se radne organizacije upoznale s mogućnostima da unaprijede svoj rad i korporativnu atmosferu, tako što će njihov prioritet biti rad sa ljudima, na njihovoj selekciji i podsticanju profesionalnog razvoja.

LITERATURA:

1. *Menadžment ljudskih resursa, Derek Rorrington, L. Hall, S. Taylor, 2004, Dara Status Beograd*
2. *Menadžment ljudskih resursa, Dr. Biljana Bogičević Milikić, 2006, CZID Beograd*
3. *Testing people at work, Mike Smit, P. Smit, A BPS, 2007*
4. *Ličnost- determinante, dinamika, potencijali, Dan Vitorio Kaprara, D. Cervone, 2003 Dereta*





Aleksandra Redžić,

Koordinatorica UNIFEM-ovog projekta za Crnu Goru

UNIFEM-ov PROJEKAT

UNIFEM (dio UN WOMEN) je nerezidentna organizacija Ujedinjenih Nacija i nema sjedište u Crnoj Gori. Od aprila 2010. UNIFEM sprovodi trogodišnji regionalni projekat **“Unaprjeđenje ekonomskih i socijalnih prava žena u Srbiji i u Crnoj Gori”**, koji finansira Ministarstvo spoljnih poslova Norveške. Na projektu trenutno radi nacionalna koordinatorica projekta za Crnu Goru Aleksandra Redžić. Cilj projekta je da doprinese eliminaciji rodno zasnovane diskriminacije na tržištu rada u Srbiji i u Crnoj Gori, time što će se ojačati kapaciteti nadležnih institucija, odnosno onih koji treba da poštuju i štite radna prava žena da sprovedu nacionalne i međunarodne obaveze vezane za ekonomska prava žena. Kako bi se ostvario ovaj cilj, projekat stavlja fokus na postizanje tri glavna rezultata:

I: Donošenje ili izmjenu važnih zakona i podzakonskih akata, nacionalne i lokalne legislative, budžeta vezanih za ekonomska prava, a pogotovo za zapošljavanje, kako bi bili usklađeni sa međunarodnim i nacionalnim obavezama koje se odnose na rodnu ravnopravnost i poštovanje ženskih prava;

II: Jačanje kapaciteta ključnih institucija zaduženih za izradu i izmjenu legislative, institucija koje pružaju usluge, te onih zaduženih za žalbene procese, kako bi njihove procedure bile efikasnije i kako bi se uvele podsticajne mjere za implementaciju postojećih zakona koji se tiču ekonomskih i radnih prava žena i

III: Jačanje kapaciteta i uticaja mehanizama rodne ravnopravnosti, eksperata/kinja za rodnu ravnopravnost, organizacija i mreža kako bi se osigurala snažna dimenzija rodne ravnopravnosti u zakonima, nacionalnim i lokalnim politikama, strategijama i budžetima koji se odnose na ženska ekonomska prava.

ŠTA JE DO SADA URAĐENO NA PROJEKTU?

Tokom 2010. partneri na projektu su bili Odjeljenje za rodnu ravnopravnost pri Ministarstvu za ljudska i manjinska prava Crne Gore, SOS telefon za žene i djecu žrtve nasilja i ANIMA, Centar za mirovno obrazovanje.

Aktivnosti Odjeljenja za rodnu ravnopravnost bile su usmjerene na: Inspekciju rada, sudije, tužioce, ministarstva, opštine, kao i na sindikate. Odjeljenje je radilo na poboljšanju statističkih podataka u novom izdanju publikacije „Žene i muškarci u Crnoj Gori 2010.“ i povećanju nivoa javne svijesti o zaštiti ekonomskih i radnih prava žena, putem emitovanja niza programa na nacionalnoj televiziji, kao i posredstvom publikacije „Kako da ostvarim svoja prava“, koja sadrži konkretna pitanja i odgovore vezane za radna prava, diskriminaciju i mobing. Od 2010. u Crnoj Gori je počeo da se razvija koncept rodno odgovornog budžetiranja.

ANIMIN projekat pod nazivom „*Zahtijevaj svoja radna prava!*“ ima za cilj da podigne nivo svijesti među ženama koje rade u privatnom sektoru u vezi sa svojim radnim pravima i kako da zatraže pravni lijek u slučaju njihovog kršenja. Ovo se ostvaruje posredstvom kampanje za podizanje nivoa svijesti, prepoznavanja slučajeva kršenja prava i pružanja besplatne pravne pomoći, kao i saradnje sa Ombudsmanom.

SOS Podgorica implemetira projekat nazvan „*Rodna ravnopravnost u radu i zapošljavanju*“ koji je usmjeren na kategoriju žena koja je posebno ugrožena na tržištu rada – žene koje su iskusile nasilje u porodici. Projekat će ispitati do kojeg stepena su ove žene izložene diskriminaciji posmatrano iz njihove perspektive. Takođe, odabrani predstavnici sudova, tužilaštva i Ombudsmana će sprovesti istraživanja u okviru sopstvenih institucija u vezi sa:

- 1) oblicima i stepenom primljenih pritužbi i sudskih tužbi povodom kršenja radnih prava žena,
- 2) institucionalnih kapaciteta za zaštitu prava,
- 3) percepcije problema i vizije rešenja. Nalazi će biti uključeni u izvještaj koji treba da posluži kao osnova za razvoj programa za eliminaciju diskriminacije nad ženama na tržištu rada.

AKTIVNOSTI OD 2011. SA AKCENTOM NA RAD SA ZZZG

Od 2011. ključni partneri u Crnoj Gori na implementaciji projekta osim već navedenih, biće: Zaštitnik ljudskih prava i sloboda, Zavod za zapošljavanje Crne Gore, Unija poslodavaca Crne Gore i Parlamentarni odbor za rodnu ravnopravnost. Uz to, projekat će uključiti preko malih grantova i druge nevladine organizacije kao partnere.

ZZZCG je najvažniji akter u implementaciji Nacionalne strategije zapošljavanja i razvoja ljudskih resursa. Procjena potreba prema Strategiji ukazala je na neophodnost brzog razvoja specifičnih programa namijenjenih različitim kategorijama žena, kao i antidiskriminacionih standarda pri zapošljavanju. Do sada je ZZZCG razvijao razne programe za diskriminisane ciljne grupe, ali nikada za žene. Stoga i intencija ove institucije da poboljša svoje kapacitete na ovom planu i uključi rodnu perspektivu u svoje operativne politike. Kao ključna institucija koja pruža usluge u oblasti zapošljavanja, ZZZCG je osmislio projekat “Razvoj kapaciteta Zavoda za zapošljavanje u oblasti rodne ravnopravnosti na tržištu rada” koji je komplementaran sa UNIFEM-ovim projektom.

Projekat predviđa podršku Zavodu kako bi povećao svoje interne kapacitete da zaposleni koji rade direktno sa strankama prepoznaju rodno zasnovanu diskriminaciju prilikom zapošljavanja, kao i da politike i procedure ove institucije budu „orodnjene“. Ovo će biti odskočna daska za stvaranje pristupa i modeliranje programa koji će dovesti do većeg zapošljavanja teže zapošljivih žena i uključivanje nediskriminatorskih standarda pri zapošljavanju. Podrška će obuhvatiti: ustanovljavanje polazne osnove, pripremu trening programa zasnovanih na realnim potrebama, razvoj unutrašnje komunikacione strategije koja se tiče bolje detekcije slučajeva diskriminacije pri zapošljavanju i dopunu unutrašnjih operativnih procedura i politika, kakav je Etički kodeks.



Namjera uredničkog tima je da od ovog broja časopisa »Tržište rada« uvede novu rubriku, koja će davati osvrt na tržišta rada zemalja okruženja. Za početak globalan, kroz intervjue za čelnicima službi koji se bave nezaposlenima a kasnije po aktuelnim temama, koje će, nadamo se, kroz ulazak u EU, postati zajedničke.

U ovom broju razgovarali smo sa direktirom Nacionalne agencije za zapošljavanje Srbije, g-dinom Dejanom Jovanovićem.



RAZGOVOR SA g-dinom DEJANOM JOVANOVIĆEM, DIREKTOROM NACIONALNE SLUŽBE ZA ZAPOŠLJAVANJE SRBIJE

- 1. Da li nam mozete napraviti generalan osvrt na tržište rad u godinama ekonomske krize? Koje su to promjene okarakterisale ovu ekonomsku pojavu, na tržištu rada Republike Srbije?**

Direktor Nacionalne službe za zapošljavanje, Dejan Jovanović: I u Srbiji je, baš kao i svuda u Evropi i svetu, došlo do porasta broja nezaposlenih od početka krize. Tokom predhodne i ove godine bilo je oscilacija u broju nezaposlenih lica, tako da je na primer u martu ove godine dostigao najviši broj od 778.505 nezaposlenih lica, što je za 61.907 lica bilo više u odnosu na početak krize, oktobar 2008. godine (717.408 lica, početak uticaja Svetske ekonomske krize). Međutim, veliki porast broja nezaposlenih u Srbiji izbegnut je zahvaljujući merama Vlade Srbije koja je finansirala različite programe zapošljavanja Nacionalne službe. Tokom godine beležimo pozitivan trend zapošljavanja. Primenom aktivnih mera politike zapošljavanja, posredovanjem NSZ ali i na druge načine od januara do danas sa evidencije je zaposleno 163.800 lica. Ovaj podatak pokazuje da smo u boljoj situaciji nego što smo bili u jednom trenutku u samom jeku ekonomske krize, kao i o činjenici da se smanjenje broja lica na evidenciji poklapa sa primenom aktivnih mera koje smo realizovali.

2. Koje su to mjere i aktivnosti koje su, pored redovnih, odigrale najznačajniju ulogu u održanju stabilnosti na tržištu rada u tom periodu? (očekujem i neki pregled redovnih, kao uvertiru »dodatnim naporima« za prevazilaženje krize)

Direktor Nacionalne službe za zapošljavanje, Dejan Jovanović: Za mere aktivne politike zapošljavanja iz budžeta je za ovu godinu izdvojeno 3,7 milijardi dinara. Ovom prilikom zbog njihovog značaja želim posebno da pomenem programe stručnog osposobljavanja pripravnika „**Prva šansa**“ u koji su uključeni mladi ljudi do 30 godina starosti koji su završili srednju, višu školu ili fakultet, a koji nemaju radno iskustvo. Od početka godine njime je obuhvaćeno oko 10.500 lica. Za program zapošljavanja mladih „Prva šansa“ u 2010. godini izdvojeno je 1,8 milijardi dinara.

Nacionalna služba sprovodi i **programe za aktivno traženje posla** (sajmovi zapošljavanje, klubovi za traženje posla, obuke za aktivno traženje posla, profesionalno savetovanje i selekcija) za koje je ove godine bilo izdvojeno 5 miliona dinara. Ukupan broj lica uključenih u ove mere je 571.964 (od ovog broja 163.246 lica su teže zapošljiva, a 240.339 su mlađi od 30 godina). Nakon uključivanja u ove mere zaposlilo se 62.322 lica.

Nacionalna služba podržava i lica koja žele da pokrenu sopstveni posao, **subvencijama za samozapošljavanje**, u 2010. godini NSZ je podržala samozapošljavanje oko 2.000 lica sa evidencije, a utrošeno je 300 miliona dinara.

Programi kojima se pruža podrška licima na evidenciji koja nemaju dovoljna ili adekvatna znanja koja zahtevaju poslodavci u savremenom poslovanju jesu **programi obuka, prekvalifikacija i dokvalifikacija**, za sva lica koja žele da promene zanimanje ili steknu nova znanja, potrebna kako bi pronašli posao u okviru traženih zanimanja. Katalogom obuka za 2010. godinu predviđena je realizacija 117 različitih obuka i to obuke za prekvalifikaciju i dokvalifikaciju, osnovna informatička obuka, specijalističke informatičke obuke, strani jezici i obuke u okviru programa funkcionalnog osnovnog obrazovanja odraslih. Za potrebe tržišta rada organizovane su 154 obuke kojima je obuhvaćeno 1.278 lica. Od ovog broja obuka, 26 su namenski organizovane za osobe sa invaliditetom i u njih je uključeno ukupno 177 lica.

Za potrebe poznatog poslodavca organizovano je 77 obuka kojima je obuhvaćeno 1.108 lica. Najbolji primer za to je kompanija Jura iz Rače za koju je NSZ obučila 700 radnika, Leoni iz Prokuplja za koje smo obučili 250 radnika, kao i Rumaguma obuka za 60 radnika. Poslednji primer saradnje imamo sa firmom Falke koja je u Leskovcu otvorila svoje pogone i u startu će obučiti 25 radnika sa evidencije NSZ. Svi ovi radnici naći će stalno zaposlenje u ovim fabrikama.

Programi kojima se podstiče zapošljavanje novih radnika, **subvencije za otvaranje i opremanje novih radnih mesta**, predstavljaju podršku poslodavcima u iznosu od 80.000 do 160.000 po novom radniku, a iznos sredstava zavisi od razvijenosti regiona u kojem poslodavac posluje (160.000 dinara po licu u najnerazvijenijim opštinama, 130.000 dinara po licu u nerazvijenim i 80.000 po licu u ostalim opštinama). Kroz subvencije za otvaranje novih radnih mesta do sada je podržano zapošljavanje oko

5.000 nezaposlenih lica sa evidencije NSZ. Kroz **program javnih radova u 2010. godini** odobreno je 355 projekata, u vrednosti od 700 miliona dinara, a angažovano je 5.620 lica sa evidencije NSZ i to najviše lica koja su prepoznata kao **teže upošljive kategorije**, lica starija od 45 godina, osobe sa invaliditetom, pripadnici romske populacije, izbegla ili raseljena lica, dugoročno nezaposleni, žene ili socijalno ugrožena lica. Cilj je da se na tim radovima zaposle ovi građani, ali i da se uradi nešto korisno za sredinu u kojoj ta lica žive.

Osim aktivnih mera koje se finansiraju iz budžeta Republike Srbije, Nacionalna služba realizuje aktivne mere koje se finansiraju iz donatorskih projekata. Nacionalna služba za zapošljavanje kroz dva međunarodna projekta «Zapošljavanje mladih i migracije» i «Promocija zapošljavanja mladih» pruža drugu šansu za mlade bez kvalifikacija. Ciljna grupa su mladi od 15 do 30 godina starosti sa prvim i drugim stepenom stručne spreme bez prethodnog ili potrebnog radnog iskustva, a u okviru ove ciljne grupe prednost imaju osobe sa invaliditetom, Romi, izbeglice i interno raseljena lica, povratnici po osnovu sporazuma o readmisiji, kao i korisnici usluga centara za socijalni rad. Osnovna ideja ova dva projekta je da se mladi osposobe, steknu potrebna znanja i veštine, odnosno da postanu konkurentni na tržištu. Ukupna vrednost ova dva projekta je oko 9,4 miliona dolara.

3. Šta Nacionalna služba za zapošljavanje planira za 2011. godinu?

Direktor Nacionalne službe za zapošljavanje, Dejan Jovanović: Očekujem da će se kroz sprovođenje mera aktivne politike zapošljavanja, poboljšanje ekonomske situacije i kroz povećanje investicija lagano dolaziti i do poboljšanja stanja na tržištu rada u narednoj 2011. godini. Iako su već uočljivi pozitivni makroekonomski pokazatelji, kao što je rast BDP, pomak u oblasti zapošljavanja malo kasni, mada mi nismo u toj meri osetili problem rasta nezaposlenosti kao druga države, koje su imale jače efekte krize, I ako govorimo o zemljama zapadnog Balkana, u ovom trenutku se nalazimo u boljoj situaciji od Makedonije, BiH, a u nešto smo slabijoj poziciji od Hrvatske. Prvi cilj u narednom periodu će biti kreiranje novih radnih mesta. Nadamo se da će u narednoj godini biti izdvojeno više sredstava za aktivne mere zapošljavanja koje su ove godine dale značajne rezultate. Naglašavam, da je u rešavanju problema nezaposlenosti potrebna sinergija svih institucija, i sa republičkog i lokalnog nivoa, i da u kreiranju pozitivne politike zapošljavanja treba zajedno da rade i privreda i obrazovni sistem i svi ostali socijalni akteri.

4. Koliko, i na kojim poljima, Nacionalna služba za zapošljavanje saraduje sa regionalnim službama zaposljavanja, sa posebnim osvrtom na Crnu Goru?

Direktor Nacionalne službe za zapošljavanje, Dejan Jovanović: Nacionalna služba za zapošljavanje u okviru svetske asocijacije - WAPES-a saraduje sa svim zemljama članicama, organizovane su brojne radionice, tematski dani i seminari po regionima, što je značajno za saradnju i razmenu iskustava, znanja i ideja.

Takođe, naše dve službe su članice i organizacije CPESSEC-a. Dosad je organizovano pet ekspertskih i šest direktorskih konferencija sa specifičnim temama koje su bitne za naš region i dogovoreno je da se statistički billteni Centra izdaju jednom godišnje. Tu je ujednačena metodologija statističkog izveštavanja zemalja potpisnica i na osnovu toga je moguće na jednom mestu dobiti podatke o tržištima rada svih članica Centra. Dalje pravce razvoja treba konkretizovati u smislu otpočinjanja prekograničnih projekata, organizacije zajedničkih obuka za osoblje javnih službi radi jačanja kompetencija, doprinosa podsticanju regionalnih migracija radne snage koje je, zbog razumevanja jezika i drugih sličnosti, mnogo lakše ostvariti itd.

Naše dve službe su potpisnice i multilateralnog sporazuma o saradnji službi za zapošljavanje zemalja Zapadnog Balkana iz 2005. godine.

U martu 2009. godine potpisan je Protokol o saradnji između Zavoda za zapošljavanje Crne Gore i Nacionalne službe za zapošljavanje Srbije u cilju razmene informacija, unapređenja aktivne politike zapošljavanja i posredovanja u zapošljavanju između dveju država. U toku 2010. godine su realizovane dve posete delegacija ZZZ Crne Gore našoj službi, gde su eksperti iz različitih oblasti razmenjivali znanja i učili na primerima dobre prakse (poseta u vezi uvođenja sistema upravljanja kvalitetom i u vezi razvoja IT podrške poslovnim procesima u službi). Takođe, Nacionalna služba za zapošljavanje ostvaruje svakodnevnu saradnju sa Zavodom za zapošljavanje Crne Gore u pogledu sprovođenja odredbi Sporazuma o socijalnom osiguranju između Republike Srbije i Republike Crne Gore, u delu koji se odnosi na osiguranje za slučaj nezaposlenosti, na osnovu sporazuma koji se primenjuje od 01. januara 2008. godine.

Takođe smo pokrenuli zajednički projekat prekogranične saradnje koji se finansira iz IPA fondova. Taj projekat je odobren od strane Evropske komisije i zove se „Škola za farmere“, a u njemu učestvuju filijale Prijepolje i Bijelo Polje. Vrednost projekta je 54.060 evra.

U budućnosti važno je da se pripremimo za veći broj predloga projekata prekogranične saradnje za sledeće pozive za IPA projekte.

Intervju pripremio i realizovao:

mr Goran Šćepanović

III EKONOMIJA

UNIJA POSLODAVACA CRNE GORE – REPREZENTATIVAN PARTNER U PODRŠCI RAZVOJU PREDUZETNIŠTVA, ZAPOSŁJAVANJU I IZGRADNJI KONKURENTNE PRIVREDE

Autor: Zvezdana Oluić,
PR menadžer Unije poslodavaca Crne Gore



UVOD

Sloboda udruživanja zasnovana na poštovanju principa dobrovoljnosti, a ne obaveznosti i prinude, te egzistencijalna, finansijska podrška izražena kroz članarinu, osnov su funkcionisanja poslodavačkih organizacija. Osim što predstavljaju značajan element uspjehnosti ukupnih procesa izgradnje demokratskog društva, karakteriše ih nezavisnost u radu i procesu donošenja odluka, a u tranzicionim zemljama prepoznate su i kao svojevrsan informator stanja, problema i razvojnih šansi privrede, kao udružena, pokretačka snaga koja podrškom razvoju biznisa utiče na stvaranje povoljne klime za prosperitet cijelog društva. »Poslovna udruženja su po sebi i prirodi svoje funkcije u suštini motivisana za uspostavljanje povoljnog ambijenta za razvoj preduzetništva i biznisa, što će reći: sloboda ekonomske inicijative, slobodno tržište, konkurencija, stabilna i dinamička privreda, što su sve karakteristike tržišne ekonomije. Time je ona nedvosmisleno veoma važan faktor uspjeha reforme«, naglasio je svojevremeno mr Vasilije Kostić¹³.

U našoj zemlji, do unazad desetak godina, udruživanje privrednika bilo je iskazano isključivo kroz Privrednu komoru Crne Gore koja je, po osnovu zakonskog rješenja, počivala na mandatornom, odnosno obaveznom članstvu. U međuvremenu, razvoj demokratije, tržišna ekonomija i principi slobodne konkurencije uticali su na osnivanje

¹³ Vasilije Kostić, „Preduzetništvo i poslovna udruženja“, objavljeno u: *Preduzetništvom u novi milenijum*, ur. Vukčević, Dragan, Cid, Podgorica, 2001, str 235

novih oblika poslovnih asocijacija koje karakteriše sloboda udruživanja, odnosno volontersko - dobrovoljno članstvo. Ovo je, upravo, jedna od prepoznatljivosti i Unije poslodavaca Crne Gore (UPCG). Kako se navodi u članu 1 njenog Statuta, ona je »(...) dobrovoljna, nezavisna, nevladina, nepolitička i neprofitna organizacija poslodavaca osnovana da kroz kolektivno pregovaranje, razvoj socijalnog dijaloga, tripartizma, bipartizma, demokratije i civilnog društva koordinira, zastupa, brani i promoviše interese svojih članova«¹⁴. Osnovana 2002. godine uz podršku Međunarodne organizacije rada (ILO) po čijim principima i standardima i posluje i Međunarodne organizacije poslodavaca (IOE), UPCG je reprezentativnost pravno potvrdila 2005. godine, postavši treći socijalni partner, zvaničan predstavnik poslodavaca i zastupnik njihovih interesa u pregovorima sa Vladom i sindikatom. Članstvo Unije čine preduzetnici, mala i srednja preduzeća, veliki privredni sistemi i udruženja poslodavaca organizovana na lokalnom i granskom nivou, i svi predstavljaju njenu osnovu, snagu i najznačajniji element. Zahvaljujući ostvarenim rezultatima, UPCG je postala član IOE, Asocijacije poslodavačkih organizacija Evrope (BusinessEurope), suosnivač Centra za poslodavce Jadranske regije sa sjedištem u Zagrebu (CEPOJAR) i prvi potpisnik Globalnog sporazuma UN-a u Crnoj Gori (Global Compact).¹⁵

I u zemlji i na međunarodnom nivou, Unija poslodavaca je danas priznata kao organizacija koja povezuje, štiti i zastupa interese privrednih društava i preduzetnika i predstavlja nezavisan glas biznisa Crne Gore.

POLOŽAJ, AKTIVNOSTI I OSTVARENI REZULTATI UPCG

Da bi u svom radu bila efikasna, da bi aktivnosti koje sprovodi bile prepoznate kao značajne, te da bi izgradila, unaprijedila i održala reprezentativnost, Unija poslodavaca je od prvog dana jasno definisala svoj program, misiju, viziju i ciljeve poslovanja i trajno ih vezala s porukama koje komunicira, vodeći računa o autentičnosti, transparentnosti i otvorenoj, dvosmjernoj komunikaciji sa svim ciljnim javnostima. »Upotreba novih tehnika komunikacije je od maksimalne važnosti za one organizacije poslodavaca koje žele da poboljšaju i održe svoju reprezentativnost na transparentan način. Vjerujemo da se samo uz jaku, reprezentativnu i nezavisnu organizaciju poslodavaca može izgraditi uspješan socijalni dijalog u zemljama Centralne i Istočne Evrope«¹⁶, istakla je svojevremeno Petra Ulshoefer, direktor Podregionalnog biroa ILO za Centralnu i istočnu Evropu. U slučaju UPCG, dobar izbor komunikacionih alata, planski sprovedene aktivnosti zastupanja interesa članova i ravnopravno učešće u tripartitnom socijalnom dijalogu, uslovili su da u relativno kratkom roku od osnivanja dobije legitimnu poslovnu i političku moć, izgradi reputaciju i poveća svoju ukupnu vrijednost. Na taj način, potvrdila je da je istinski reprezent posebno važnog segmenta društva – crnogorskih

¹⁴ url: http://www.poslodavci.org/srp/files/Statut_11.05.2007.doc

¹⁵ Globalni sporazum UN-a je najmasovnije dobrovoljno udruženje kompanija, ali i organizacija i institucija, posvećenih usaglašavanju svojih poslovnih aktivnosti sa deset univerzalnih principa društveno odgovornog poslovanja iz oblasti ljudskih prava, radnih prava, zaštite životne okoline i borbe protiv korupcije. Iako je Globalni sporazum u Crnoj Gori lansiran 9.12.2010.godine, UPCG je potpisnik ove inicijative postala još 2007.godine.

¹⁶ Petra Ulshoefer, "Preface to the Second Edition", u: Van Vooren, Erik, *Making and Keeping Members*, ILO, Budapest, 2002

poslodavaca koji otvaraju nova radna mjesta i zapošljavaju, podstiču razvoj ekonomije i izgradnju konkurentne privrede, povećavaju životni standard i kvalitet života za sve građane.

Imajući u vidu njenu poziciju i ulogu u društvu, jasno je da način na koji Unija poslodavaca gradi svoje odnose sa članstvom, internom, političkom, stručnom i opštom javnošću i medijima, ne predstavlja "(...) puko odašiljanje poruka, već vođenje dijaloga (...)".¹⁷ Zato se njen rad i zalaganje usmjereno ka stvaranju kvalitetnog biznis ambijenta i demokratskog društva prepoznaje kao kontinuirana aktivnost u kojoj ona bitiše kao siguran partner i za budućnost. Razlozi za to su mnogostruki a ogledaju se, prije svega, u činjenici da uvijek nastupa u ime i za račun svojih članova i ostalih privrednih subjekata Crne Gore. Vodeći se ciljem zaštite interesa poslodavaca, ona u kontinuitetu javno saopštava svoje stavove, zahtjeve, predloge, pohvale i kritike, a zatim ih "adresira" na partnere u socijalnom dijalogu – Vladu i sindikat. Na taj način, zauzima važne pozicije u odnosu na državne institucije i organizacije po pitanjima koja se tiču uslova poslovanja i unapređenja biznis ambijenta, kao i po pitanjima radnih odnosa – u odnosu na sindikat. Ono što je za UPCG, u oba slučaja, bila i ostala osnovna „ideja-vodilja” je to da privrednici, a posebno mala i srednja preduzeća, predstavljaju snagu i glavni pokretač ekonomskog rasta, inovacija, transfera tehnologija i znanja, otvaranja novih radnih mjesta, rasta ukupnog standarda i prosperiteta zemlje u cjelini.

Iako svjesna da je osnovni cilj poslovanja svakog privrednog subjekta ostvarenje profita i unapređenje poslovanja¹⁸, UPCG konstantno u svojim nastupima naglašava da navedeno nije moguće postići bez kvalitetnog radnog kadra. Kao razlog tome, navodi da upravo zaposleni, stepen njihove stručnosti i obrazovanja, lojalnost i zadovoljstvo u radu, u značajnoj mjeri utiču i na uspješnost samog privrednog subjekta, njegovu pozicioniranost na tržištu, kao i imidž u poslovnoj zajednici i ukupnoj javnosti. Konačno, kako drugačije pomoći poslodavcima u uslovima globalne finansijske i ekonomske krize ili otežanog poslovanja uslovljenog brojnim biznis barijerama na lokalnom i nacionalnom nivou, a ne razumijeti da inertnost i odlaganje rješavanja navedenih problema može prouzrokovati negativne efekte koji se odražavaju kako na same privrednike, tako i njihove zaposlene i članove njihovih porodica. Zato je važno podsjetiti da je «(...) radni odnos ugovorni odnos kojim, i pored na prvi pogled suprotstavljenih interesa, poslodavac i zaposleni kreiraju međusobno povjerenje i kojim se formira osjećaj odanosti zaposlenih na koje kompanija može uvijek da računa».¹⁹ Primjer ovakvom stavu Unije poslodavaca je i »Etički kodeks poslodavaca«²⁰ usvojen 2005. godine na godišnjoj Skupštini UPCG koji, između ostalog, sadrži i deset principa Globalnog sporazuma i Milenijumske razvojne principe Ujedinjenih nacija.

Poznato je da »Organizacije poslodavaca imaju odgovornost, naročito u zemljama u tranziciji, da izrađuju predloge za ekonomske i socijalne reforme kojima će se

¹⁷ E Magazin, «Tako je govorio Grunig», u *E Magazin*, broj 38, 24. maj 2006, str. 78

¹⁸ Unapređenje poslovanja posmatrano je kao zbir više različitih činilaca, u zavisnosti od ciljeva konkretnog privrednog subjekta (rast proizvodnje, prodaje proizvoda i usluga, uvođenje novih tehnologija, povećanje broja zaposlenih, širenje prodajne mreže, otvaranje novih poslovnica, saradnja sa novim poslovnim partnerima, izlazak na ino-tržišta i sl.)

¹⁹ Suzana Radulović, „Vodič kroz Zakon o radu – obaveze poslodavaca“, Međunarodna organizacija rada, Podgorica, 2010, str. 7

²⁰ uri: http://www.poslodavci.org/srp/files/Kodeks_10.12.05.doc

promovisati razvoj preduzeća i preduzetnika. (---) Strategija za izvršavanje reformskog procesa organizacije poslodavaca je lobiranje kod svih donosioca odluka: u Vladi, Parlamentu, medijima, javnim službama, svim vrstama interesnih grupa. (---) "Socijalni dijalog" jedan je od najvažnijih alata organizacije poslodavaca za lobiranje.²¹ Imajući u vidu ulogu u socijalnom dijalogu, razumljiva je i potreba UPCG za tijesnu saradnju sa političkom i stručnom javnošću. Osim redovnih sastanaka sa zvaničnicima Vlade, predstavnicima državnih institucija i organizacija, akademskom zajednicom, diplomatskim predstavništvima, međunarodnim institucijama i organizacijama, često i uz učešće tj. prisustvo njenih članova, Unija u radu praktikuje i aktivnosti zagovaranja i lobiranja. U tim procesima, zalažući se za zdravu ekonomsku politiku, predstavnici ove poslodavačke organizacije donosiocima odluka saopštavaju interese i mišljenja članstva u čije ime nastupaju, pomažući time da se čuje glas biznisa, bolje razumije efekat budućih odluka, unaprijedi saradnja privatnog i javnog sektora, pomogne razvoj preduzetništva i stvore uslovi za unapređenje ukupnog poslovnog ambijenta.²² Jedan od skorijih rezultata po navedenim aktivnostima je i formiranje Socijalnog savjeta²³ Glavnog grada u julu 2010. godine, čime je spisak crnogorskih opština u kojima je ovo tijelo osnovano povećan na dvadeset. Imajući u vidu posljedice ekonomske krize, kao i činjenicu da čak 60 odsto zaposlenih sa teritorije Crne Gore radi upravo u Podgorici, jasan je značaj osnivanja ovog Savjeta, posebno s aspekta njegovog budućeg rada na očuvanju postojećih radnih mjesta.

Sa druge strane, nakon skoro dvije godine iscrpnih pregovora, predstavnici nacionalnog Socijalnog savjeta – ministar rada i socijalnog staranja Suad Numanović, predsjednik UPCG Predrag Mitrović i generalni sekretar Saveza sindikata Crne Gore (SSSCG) Zoran Masoničić, potpisali su u novembru tekuće godine izmjene i dopune Opšteg kolektivnog ugovora (OKU) koji će biti na snazi do kraja 2011. Na taj način, OKU je konačno usaglašen sa Zakonom o radu. U dijelu lobiranja, treba podsjetiti i da je u cilju unapređenja ukupnog poslovnog ambijenta i eliminisanja brojnih biznis barijera koje opterećuju privredne subjekte, UPCG u prethodnom periodu uputila Savjetu za eliminisanje biznis barijera, te resornim ministarstvima i drugim nadležnim institucijama državne i lokalne uprave niz zahtjeva sa konkretnim predlozima za ukidanje, odnosno smanjenje naknada, poreza, taksi i drugih dažbina, te u skladu sa tim ukidanje, izmjenu ili pojednostavljenje propisa i administrativnih postupka. Brojni predlozi dati od strane UPCG procesuirani su kroz projekat Giljotine propisa i donošenje Zakona o unapređenju poslovnog ambijenta. Sve ove i niz drugih aktivnosti namijenjenih zaštiti interesa poslodavaca, UPCG sprovodi u skladu sa svojim programskim ciljevima i poslovnom politikom, odnosno kroz učešće u radu Koordinacionih tijela za saradnju formiranih sa Ministarstvom ekonomije, Ministarstvom rada i socijalnog staranja,

²¹ Jean-Marie Standaert, „Governance of Employers' Organisation - Practical Guidelines“, ILO, Budapest, 2004, str 9-10

²² Slavica Bradvić i Damir Alić, „Javno zagovaranje“, Bospo, Tuzla, 2001, str. 13 i 41

²³ Socijalni savjet je tripartitno tijelo koje, na nivou opština, čine predstavnici poslodavaca, sindikata i lokalne samouprave. Osim na lokalnom, u Crnoj Gori postoji i Socijalni savjet formiran na nacionalnom nivou. Savjet predstavlja instrument za praktičnu realizaciju osnovnih principa Međunarodne organizacije rada, sprovođenje njenih konvencija i preporuka, kao i izgradnju opšteg društvenog konsenzusa za ekonomsko-socijalna pitanja. Ovo tijelo nema izvršne instrumente, već nadležnim organima daje preporuke po pitanjima koja su od interesa za radnike, poslodavce i lokalnu upravu tj. vladu. Proces formiranja lokalnih Socijalnih savjeta završen je u svim opštinama u Crnoj Gori, osim u Ulcinju u kojem se uskoro očekuje privođenje kraju osnivačkog procesa.

Poreskom upravom i Upravom carina, kroz članstvo u Savjetu za regulatornu reformu i unapređenje poslovnog ambijenta, po osnovu Memoranduma o socijalnom partnerstvu u okolnostima djelovanja globalne ekonomske krize potpisanog sa Vladom i sindikatom, kao i učešćem svojih predstavnika u više radnih grupa osnovanih po pitanju izrade nove ili izmjena i dopuna postojeće legislative. Time ona dodatno potvrđuje svoju misiju organizacije koja štiti opšta i pojedinačna prava i interese svojih članova, posebno u oblasti radno-socijalnog zakonodavstva, u odnosima sa organima i tijelima državne vlasti, regionalne i lokalne samouprave i sindikatima, kao i u oblasti kolektivnog pregovaranja i zaključivanja kolektivnih ugovora, te radnim sporovima.

Povezujući privrednike, UPCG je pomogla formiranju *Asocijacije zanatstva, malih i srednjih preduzeća, Udruženja proizvođača hrane i pića Crne Gore*, dala punu podršku projektu osnivanja *Instituta za istraživanje i razvoj malih i srednjih preduzeća*, osnivanju *Udruženja poslodavaca opštine Danilovgrad, Asocijacije poslovnih žena Crne Gore*, kao i *Centra za obrazovanje, zapošljavanje i konsalting*. Uz podršku njihovom redovnom poslovanju, rad UPCG bio je usmjeren i na pružanje pomoći u nastupima na ino tržištu. Jedan od takvih primjera je i aktivnost koja je navedenim i ostalim članicama UPCG, do početka vizne liberalizacije, omogućila privilegovan pristup dobijanju ulaznih viza za poslovna putovanja u Italiju, Sloveniju i 12 drugih zemalja EU koje je u tom periodu zastupala slovenačka Ambasada u Podgorici.²⁴

Veoma važan aspekt rada koji Unija poslodavaca sprovodi u kontinuitetu odnosi se na edukaciju članova. U nedavnoj kampanji pod nazivom »Kako spremno dočekati inspekcijску kontrolu«, UPCG je realizovala seriju seminara u više crnogorskih gradova, uz učešće predstavnika Inspekcije rada i Inspekcije zaštite na radu, Tržišne, Turističke, Građevinske, Urbanističke i Inspekcije zaštite prostora, Poreske uprave i Uprave za sprečavanje pranja novca. Namjera joj je bila da uputi privredne subjekte na vođenje propisane dokumentacije i evidencije, kao i na sprovođenje propisanih postupaka i procedura kako bi svoje poslovanje uskladili sa zakonskom regulativom i izbjegli nepotrebne kazne i zakonske sankcije za eventualne prekršaje. U okviru projekta »Vještine za preduzeća sa perspektivom rasta u Crnoj Gori« sprovedenog sa Evropskom trening fondacijom (ETF), UPCG je menadžerima izabranih malih i srednjih preduzeća pružila obuku iz oblasti elektronskog poslovanja koje je prepoznato kao jedna od ključnih vještina koje će pomoći izgradnji njihove konkurentnosti na međunarodnom tržištu. Sa druge strane, sa Belgijskom organizacijom preduzetnika i malih i srednjih preduzeća (UNIZO) realizovala je projekat pod nazivom „Osnivanje novih preduzeća u Crnoj Gori“, a od januara 2011. godine uslijediće i zajednički „Smartstart“ pod-projekat namijenjen podršci ženama u biznisu. Ostale forme edukacije članova Unije bila su i savjetovanja u vezi zaštite na radu i načina izrade Akta o procjeni rizika, radionice sa ILO o pregovaračkim vještinama, seminari o korporativnom komuniciranju, načinima apliciranja za EU projekte, oporezivanju u građevinarstvu,

²⁴ UPCG je sa Konzularnim odjeljenjima Ambasade Italije (od 11.04.2008.god) i Ambasade Slovenije (od 01.03.2009.god) postigla dogovore koji su omogućili da se u procedurama izdavanja poslovnih viza za crnogorske privrednike ostvari visok stepen efikasnosti. Osim u navedene zemlje, olakšane procedure odnosile su se i na njihova poslovna putovanja u Austriju, Mađarsku, Luksemburg, Belgiju, Poljsku, Estoniju, Francusku, Holandiju, Litvaniju, Dansku, Letoniju i Španiju.

treninzi sa Centrom za razvoj nevladinih organizacija na temu društveno odgovornog poslovanja, kao i čitav niz drugih organizovanih s jedinstvenim ciljem pružanja podrške unapređenju rada crnogorskih privrednika.

Doprinos UPCG ogleda se i u oblasti zapošljavanja i tijesnu saradnju sa nacionalnim Zavodom za zapošljavanje (ZZZCG) kao njenim prirodnim i respektabilnim partnerom. Jedan od projekata koji po ovom osnovu treba naglasiti bio je i onaj koji su, pod nazivom »Šansa mladim menadžerima«, realizovali ZZZCG, Direkcija za razvoj malih i srednjih preduzeća i UPCG, s ciljem da putem edukacije mladih visokoškolaca za efikasan i efektivan rad u preduzeću pomognu u njihovom osposobljavanju za potrebe poslodavaca i buduće zapošljavanje. Sa druge strane, tu je i projekat ZZZCG, Kancelarije za mlade pri Ministarstvu kulture, sporta i medija i Međunarodne organizacije za migracije »Priprema studenata za tržište rada« koji je, uz podršku UPCG, pomogao da mladi diplomci bez radog iskustva prođu praksu i obuču se za savremene tržišne tokove poslovanja. U oba slučaja, projektne forme i ostvareni rezultati u potpunosti su se uklopili u aktivnosti kojima UPCG inače teži - pružanje podrške izgradnji takvog obrazovnog sistema koji će zahtjevima tržišta odgovarati i putem adekvatnih vještina i kompetencija i odgovarajućih obrazovnih profila. Ono što će u narednom periodu tek uslijediti su modeli informisanja poslodavaca o programima ZZZCG u kojima i oni mogu učestvovati, projekti obuke za poznatog poslodavca, virtuelna preduzeća, kao i programi preko kojih se dolazi do potrebnog radnog kadra.

Obrađujući aktuelnu tematiku od značaja za poslovanje privrednika, UPCG se kontinuirano, još od svog osnivanja, bavi i izdavaštvom. Neke od brošura koje je objavila i besplatno distribuirala članstvu bile su i »Poreska praksa: pitanja i odgovori - vodič za poslodavce« (tri izdanja objavljena u saradnji sa Poreskom upravom, uz podršku IOE za prvu, i GTZ-a za drugu i treću brošuru), »Suzbijanje korupcije - učešće privatnog sektora« (sa Upravom za antikorupcijsku inicijativu), »Zakon o radu - prilog razumijevanju i primjeni« (uz podršku ILO), kao i brošura »Zapošljavanje i rad stranaca - nova regulativa« (uz podršku ILO) koja je promovisana i putem serije seminara održanih širom Crne Gore na istu temu.

Unija poslodavaca je svjesna pravila po kom se određeni događaj nije ni dogodio ukoliko o njemu nisu izvijestili mediji. Zato je kvalitetna komunikacija sa njima uvijek imala veoma važno mjesto u UPCG strategiji odnosa sa javnošću. »Novinari nisu ni suci, ni tužitelji, niti policija, oni rade svoj novinarski posao u kojem ukazuju na ono što se događa, a dalje je na ostalim društvenim instrumentima, (...), da reaguju.«²⁵ Imajući u vidu do sad realizovano, evidentno je da je ukupna javnost u značajnoj mjeri sliku o samoj organizaciji, njenim aktivnostima i ulozi u društvu gradila upravo putem medija koji su i posebno važan partner Unije poslodavaca. Jednostavno, njihova moć da utiču na formiranje javnog mnjenja pomaže u sprovođenju određenih aktivnosti UPCG, a time i omogućava da pitanja koja ova poslodavačka organizacija pokreće postanu transparentna, da se stave na ocjenu i sud javnosti i utiču na promjene. U ovom trenutku, saradnja sa medijima je veoma kvalitetna i tom aspektu odnosa sa javnošću UPCG će i u narednom periodu poklanjati posebnu pažnju.

²⁵ Stjepan Malović, „Mediji i društvo“, ICEJ, Zagreb, 2007, str. 10

ZAKLJUČAK

Jednom ostvarena reprezentativnost organizacije poslodavaca ne znači da je cilj za sva vremena postignut i da aktivnosti koje su tome doprinijele ne treba i dalje razvijati. Konačno, reprezentativnost nije statična, nepromjenljiva kategorija već je konstantno treba unapređivati, vodeći računa da njen osnov leži u izgradnji kvalitetnih odnosa sa članstvom i stalnom rastu njihovog broja.

U proteklom periodu UPCG je bila aktivan učesnik zakonodavnih procesa, lobirala je kod vladinih zvaničnika, postizala dogovore od značaja za poslovanje privrednika, bavila se edukacijom i unapređenjem rada članstva, učestvovala u programima i projektima koji su pružali podršku zapošljavanju, bila glasan kritizer određenih poteza vlasti i svojevrstan promoter izgradnje konkurentne privrede. To je očekuje i u budućnosti.

Svakako da će procesi koji predstoje Crnoj Gori još jasnije definisati strategiju i buduće pravce djelovanja UPCG, ali je sigurno da će ukupne aktivnosti prvenstveno biti okrenute zastupanju i zaštiti interesa njenih članova i svih privrednih subjekata u Crnoj Gori, kao i izgradnji povoljnijeg biznis ambijenta. Rad u dijelu donošenja i primjene zakonske i podzakonske regulative, te instrumenata i mjera koje direktno mogu pomoći daljim ekonomskim i socijalnim reformama, razvoju preduzetništva, usklađivanju obrazovnog sistema sa potrebama tržišta, otvaranju novih radnih mjesta, kao i bržem procesu evropskih integracija Crne Gore, ono je od čega UPCG sasvim sigurno neće odstupati. Konačno, na to upućuje njeno mjesto i uloga u tripartitnom socijalnom dijalogu, te pozicija koju ima kao krovna organizacija poslodavaca, reprezentativna i u Crnoj Gori i na međunarodnom nivou.

LITERATURA:

1. *Slavica Bradvić, Damir Alić, „Javno zagovaranje“, Bospo, Tuzla, 2001.*
2. *Kostić Vasilije, „Preduzetništvo i poslovna udruženja“, objavljeno u: Preduzetništvom u novi milenijum, ur. Vukčević, Dragan, Cid, Podgorica, 2001.*
3. *Malović, Stjepan, „Mediji i društvo“, ICEJ, Zagreb, 2007.*
4. *Radulović, Suzana, „Vodič kroz Zakon o radu – obaveze poslodavaca“, Međunarodna organizacija rada, Podgorica, 2010.*
5. *Standaert, Jean-Marie, „Governance of Employers' Organisation – Practical Guidelines“, ILO, Budapest, 2004.*
6. *Ulshoefer, Petra, „Preface to the Second Edition“, u: Van Vooren, Erik, Making and Keeping Members, ILO, Budapest, 2002.*
7. *Članak u časopisu: E Magazin, „Tako je govorio Grunig“, E Magazin, broj 38, 24. maj 2009.*
8. *Web stranice: http://www.poslodavci.org/srp/files/Statut_11.05.2007.doc, http://www.poslodavci.org/srp/files/Kodeks_10.12.05..doc*



VIRTUELNA PREDUZEĆA KAO INSTRUMENT PODRŠKE MALOM I SREDNJEM BIZNISU

Autor: mr Goran Bubanja,
Šef za kreditiranje U Zavodu za zapošljavanje Crne Gore



UVOD

Privredno najrazvijenije zemlje svijeta imaju i najrazvijenije preduzetništvo, odnosno najrazvijeniji mali i srednji biznis kao najpogodniji oblik organizovanja preduzetničkog načina djelovanja. Otežavajuća okolnost razvoju malog biznisa u Crnoj Gori predstavlja nedostatak znanja iz ove oblasti koje je uslovljeno dugogodišnjom neusklađenošću obrazovnog sistema sa potrebama današnje privrede sa jedne strane i nedostatkom tradicije koja uslovljava nedostatak iskustva, sa druge strane.

Jedan od instrumenata koji na efikasan način usklađuje disproporciju između ponude i potreba za znanjima potrebnih sektoru malih i srednjih preduzeća predstavljaju virtuelna peduzeća. Virtuelna preduzeća pružaju znanja koja polaznicima omogućavaju samostalno vođenje biznisa kao i zadovoljavanje potreba poslodavaca za cjelovito obučenom radnom snagom koja se odmah može uključiti u proces rada.

Crna Gora je u oktobru 2010. godine u organizaciji Zavoda za zapošljavanje Crne Gore otpočela sa realizacijom projekta Virtuelna preduzeća. Projekat virtuelna preduzeća se u razvijenim tržišnim zemljama realizuje već više decenija i u njima se godišnje obuči više stotina hiljada lica. Krajnji cilj i rezultat učenja u virtuelnom preduzeću je da polaznik postane spreman za sve ono što buduće radno mjesto od njega zahtijeva. Da se znanja stečena u obuci odmah mogu primjeniti u stvarnim preduzećima. Uključivanje u projekat Virtuelna preduzeća omogućava učesnicima da steknu znanja da osnuju preduzeće, razviju menadžerske vještine i da steknu i upotpune znanja iz oblasti vođenja preduzeća, steknu znanja i vještine za obavljanje administrativnih i finansijskih poslova u preduzeću, uključujući i znanja iz marketinga, prodaje, nabavke, ... i svih sektora značajnih za funkcionisanje svakog preduzeća.

Stopa zapošljavanja obučenih lica, kroz projekat Virtuelna preduzeća se kreće od 50-75% u zavisnosti od ciljne grupe kojoj pripadaju.

ZNAČAJ MALIH I SREDNJIH PREDUZEĆA I NJIHOVA POVEZANOST SA VIRTUELNIM PREDUZEĆIMA

Privredni razvoj Crne Gore se temelji, prije svega, na razvoju malog i srednjeg biznisa i preduzetništva. Takav pravac razvoja nema alternativu. Mala i srednja preduzeća imaju značajnu ulogu u svim tržišnim privredama svijeta, a posebno je njihova uloga izražena u malim tržišnim ekonomijama kakva je crnogorska. Njihov doprinos se ogleda u:

- porastu zaposlenosti;
- porastu životnog standarda (putem opšteg rasta proizvodnje i usluga);
- porastu investicionih ulaganja (Za razvoj malih i srednjih preduzeća potreban je manji kapital koji je najčešće iz sopstvenih izvora. Na taj način se aktivira lična štednja za investiciona ulaganja.);
- dopunjavanju rada velikih preduzeća i boljem iskorišćavanju njihovih kapaciteta;
- razvoju konkurencije;
- većoj ponudi proizvoda i usluga;
- razvoju inovativnosti ...

Privreda Evropske unije se takođe temelji na razvoju sektora malog i srednjeg biznisa. Broj malih i srednjih preduzeća u zemljama Evropske Unije čini 99% ukupnog broja preduzeća. Ta preduzeća kreiraju oko 75 miliona radnih mjesta što predstavlja oko 70% ukupnog broja zaposlenih. Ona učestvuju sa oko 70% u ukupnom prometu i sa oko 60% u društvenom proizvodu Evropske Unije.

Pogrešno bi bilo stanovište da veličina preduzeća sama po sebi obezbjeđuje uspješnost. Samo mala i srednja preduzeća koja su efikasna, konkurentna i razvojno orjentisana mogu da stvaraju nova radna mjesta. Upravo su preduzetnici ti kojima je plodno tlo ovaj oblik organizovanja. Upravo preduzetnici generišu mala i srednja preduzeća, a ne obrnuto.

Prilikom utvrđivanja politike uticaja Vlade na privredu, moraju se jasno definisati ciljevi prema MSP. U skladu sa definisanim ciljevima neophodno je identifikovati politiku i programe koji će na najbolji način realizovati postavljene ciljeve, utvrditi mehanizme za njihovu realizaciju i što je izuzetno važno, stvoriti stabilan sistem koji neće biti podložan čestim promjenama. Mali biznisi su izuzetno značajan segment privrede ali su istovremeno i najranjiviji segment u nepovoljnoj privrednoj klimi.

Da bi mala i srednja preduzeća bila uspješna neophodno je obezbijediti adekvatnu infrastrukturu, podsticajan ambijent i primjenu odgovarajućih instrumenata podrške. Troškovi mehanizama i instrumenata kao i njihov uticaj na preduzetništvo i MSP su veoma različiti. Preduzeća imaju svoje specifičnosti u poslovanju pa samim tim i podsticajne mjere imaju različit značaj za preduzeća. Formalno postojanje instrumenata i mehanizama, bez direktnog uticaja, za preduzetnika nema nikakav značaj. Oni imaju značaj samo u onoj mjeri u kojoj preduzetniku olakšavaju poslovanje, omogućavaju planiranje i smanjuju neizvjesnost.

Veoma je značajno obezbijediti snažan podsticaj razvoju postojećih i osnivanju novih malih i srednjih preduzeća koji bi morao biti iznad broja njihove smrtnosti. Jedan od efikasnih instrumenata kojima se obezbjeđuje veći kvalitet novoosnovanih preduzeća ali i podizanje nivoa kvaliteta postojećih preduzeća, prije svega putem stvaranja kvalitetnih kadrova, predstavljaju Virtuelna preduzeća.

Pojam „Virtuelan“ je francuskog porijekla i njegovo značenje je izvedeno od aristotelovskog razlikovanja između toga da nešto bude i stvarnog.

Virtuelna preduzeća, vjernim simuliranjem, predstavljaju model poslovnog života i preduzetničkog svijeta, omogućavajući brzo i kvalitetno sticanje praktičnih znanja i vještina potrebnih za biznis. Virtuelna preduzeća se još zovu i preduzeća za vježbu ili trening preduzeća.

PREDUZETNIŠTVO I TRENING PREDUZEĆA U OBRAZOVNOM SISTEMU CRNE GORE

U privredi Crne Gore evidentan je nedostatak pruženih znanja i vještina iz oblasti vođenja biznisa i preduzetništva, mada su u posljednje vrijeme primjetni pozitivni pomaci. Upravo je zadatak virtuelnih preduzeća da ovaj nedostatak amortizuju.

Naime, u osnovnom obrazovanju u osmom razredu osnovne škole preduzetništvo je zastupljeno kao izborni predmet u deset osnovnih škola što predstavlja 6,2% svih osnovnih škola u Crnoj Gori. Ovaj predmet je do sada pohađalo oko 460 učenika.

U stručnim i mješovitim srednjim školama realizuje se predmet Preduzetništvo koga prati oko 10.000 učenika u toku jedne školske godine. U programima za trogodišnje i četvorogodišnje obrazovanje, njih 57, Preduzetništvo je ili obavezan stručno-teorijski predmet ili izborni predmet u trećem i četvrtom razredu. Preduzeće za vježbu kao predmet koji je prilagođen školskom programu je implementiran kao obavezan u dva obrazovna programa.

Značajan broj Učeničkih preduzeća je pokrenut u srednjim, prije svega stručnim školama. U toku 2008. i 2009. godine organizovan je rad 52 Učenička preduzeća koja su se predstavila na dva sajma učeničkog preduzetništva.

Na svim visoko-školskim obrazovnim institucijama ekonomskog smjera, redovnim i postdiplomskim studijama, postoji predmet Preduzetništvo. Međutim predmet Preduzetništvo ne postoji na visoko-školskim obrazovnim institucijama tehničkih smjerova.

Dakle, pozitivni pomaci postoje za generacije koje se nalaze u školskom sistemu poslednjih godina što će se narednih godina značajnije reflektovati na tržište rada i na privredu. Međutim, odrasli koji se nalaze na evidenciji nezaposlenih su, uglavnom, obrazovani po ranijim školskim programima u kojima znanja iz ovih oblasti nisu bila zastupljena na odgovarajućem nivou i u potrebnom obimu. Iz tog razloga otpočela je realizacija programa Virtuelna preduzeća koji je namijenjen nezaposlenim licima ali isto tako i poslodavcima i zadovoljavanju njihovih potreba za kvalitetnom radnom snagom.

OBUKA U VIRTUELNIM PREDUZEĆIMA, ZNAČAJ I ULOGA

Obuka u virtuelnim preduzećima predstavlja vrlo efikasan model učenja kroz rad, gdje polaznici simuliraju radni proces, od osnivanja samog preduzeća, izrade biznis plana, zapošljavanja, do formiranja neophodnih službi unutar preduzeća, kao što su: služba prodaje, nabavke, kadrovsko odjeljenje, finansije i računovodstvo, marketing i sl. Virtuelna preduzeća se formiraju u potpunosti u skladu sa zakonskom regulativom koja važi za stvarna preduzeća s tim da se, naravno, ne registruju u Registru Privrednog suda.

Obuka se izvodi u grupama 15 – 20 polaznika i traje, u zavisnosti od modela, od 10 do 90 dana. Ukupno trajanje obuke se sastoji od 60% grupnog i 40% samostalnog rada. Iskustveno-interaktivni pristup u radu sa polaznicima je dominantan. U radu se primjenjuju raznovrsni oblici i metode rada u skladu sa karakterom programa: radionice, diskusije, timski rad, prezentacije, primjeri iz prakse, igre uloga, ... Zbog interaktivnog načina rada poželjno je da polaznici posjeduju osnovnu informatičku pismenost kao i određeni nivo znanja iz engleskog jezika.

Program Virtuelna preduzeća je namijenjen, prije svega:

- nezaposlenim licima sa srednjom i visokom stručnom spremom, mladim, tehnološkim viškovima koji žele da se u potpunosti obuče za rad u kompanijama,
- nezaposlenim licima koja namjeravaju da osnuju sopstveno preduzeće.

U virtuelnom preduzeću polaznici stiču i razvijaju sopstvene osobine:

- samopouzdanje,
- samostalnost,
- kreativnost,
- samoinicijativnost,
- timski rad,
- samokritičnost,
- komunikativnost, ...

Prednost obuke u virtuelnom preduzeću se sastoji u tome što se polaznici periodično mijenjaju na radnim pozicijama, tako da svi oni, tokom obuke prolaze sve sektore unutar virtuelnog preduzeća. U njemu sve funkcioniše kao realno preduzeće osim stvarnog protoka proizvoda ili usluge koji se nude i stvarnog protoka novca. Čitav je set konkretnih znanja i vještina koje polaznici kroz obuku usvajaju i ona zavise od modula koji su zastupljeni. Najčešće module i usvojena znanja predstavljaju:

- Biznis ideja, biznis plan. U ovom modulu polaznici se upoznaju sa pojmom biznis plana, razlozima za izradu, značaju. Kroz konkretan rad prave biznis plan čime se osposobljavaju za istraživanje tržišta, analizu konkurencije, formiranje cijena proizvoda i usluga, definisanje reklamnih poruka na različitim medijima, upoznavanje sa elementima finansijskog plana preduzeća, ...

- Osnivanje preduzeća. Detaljno, praktično, upoznavanje sa postupkom registracije preduzeća predstavlja osnovni cilj ovog modula. Polaznici se upoznaju sa različitim oblicima registracije preduzeća i međusobnim sličnostima i razlikama, aktivno učestvuju u donošenju odluke o imenu preduzeća, kreiranju vizuelnog identiteta, pripremaju dokumenata i popunjavaju formulare za registraciju, sprovode postupak otvaranja računa kod poslovne banke i dr.
- Upravljanje preduzećem. Modul omogućava sticanje znanja i donošenje odluka iz opsega vođenja preduzeća kojima se stvaraju pretpostavke za njegovo uspješno poslovanje. U njemu se polaznici upoznaju sa različitim nivoima upravljanja i kroz praktičan rad uče o pravima i obavezama top menadžmenta i menadžmenta srednje linije. Pored toga učestvuju u izradi sistematizacije radnih mjesta i savladavaju postupak zasnivanja radnog odnosa kroz definisanje konkursa za prijem u radni odnos, realizaciju postupka provjere radnih aktivnosti, obavljanje intervjua sa zainteresovanim kandidatima za posao i izbor kandidata u skladu sa uslovima konkursa, izrađuju konkretan godišnji izvještaj o radu, ...
- Poslovanje preduzeća. Cilj modula je upoznavanje i usvajanje znanja o radu službi koje predstavljaju nezaobilazan segment svakog preduzeća. Ovaj modul omogućava polaznicima da se detaljno upoznaju sa aktivnostima službi pravnih poslova, marketinga, komercijale, finansija i računovodstva putem obavljanja radnih zadataka na konkretnim radnim mjestima. Polaznici obavljaju pisanu korespondenciju unutar preduzeća, primaju, šalju i raspoređuju službena dokumenta, upoznaju se sa elementima marketing miksa – proizvodom, cijenom, promocijom i distribucijom i primjenjuju ih u praksi na proizvodnom programu virtuelnog preduzeća, kroz primjere definišu asortiman proizvoda i usluga, analiziraju značaj i oblike promocije, kreiraju reklamni slogan i reklamne poruke preduzeća, planiraju reklamnu kampanju, upoznaju se sa oblicima distribucije, poslovima koji se obavljaju unutar komercijale, dokumentacijom koja prati poslove nabavke i prodaje i prave ponude, porudžbenice, predračune, račune, obračunavaju zarade zaposlenih, usvajaju i primjenjuju postupke obračuna poreza i doprinosa, obavljaju blagajničke poslove, plaćaju dospjele obaveze i naplaćuju dospjela potraživanja, ...

Sticanje znanja u virtuelnim preduzećima se odvija u mogućnosti učenja na greškama. Poslovni potezi koji se naprave u virtuelnom preduzeću neće se negativno odraziti na poslovanje preduzeća, a naučićete polaznike da izbjegnute greške kada budu donosili odluke u realnom poslovnom svijetu.

Virtuelna preduzeća, međusobno ostvaruju poslovnu komunikaciju i to uglavnom na engleskom jeziku. U svijetu postoji više od 6.000 virtuelnih preduzeća. Njihova međusobna komunikacija omogućava istraživanje tržišta, kreiranje promotivne kampanje, testiranje i pozicioniranje proizvoda na tržištu virtuelnih preduzeća.

Virtuelna preduzeća su u državi međusobno povezana u mrežu i imaju stalnu poslovnu saradnju. Funkcionisanje ove mreže koordinira Nacionalna centrala koja može biti samo jedna na nivou države. Ona opslužuje virtuelna preduzeća putem simuliranja institucija neophodnih za njihovo funkcionisanje, obuke kadrova, veze sa međunarodnim okruženjem... Da bi virtuelna preduzeća mogla poslovati na međunarodnom tržištu

neophodno je da njihove nacionalne centrale postanu članovi EUROOPEN-a. Neophodni preduslovi za članstvo predstavlja postojanje odgovarajućeg broja preduzeća i učešće u finansiranju ove organizacije.

Sva virtuelna preduzeća posredstvom nacionalnih centrala organizovana su u svjetsko udruženje EUROOPEN. Uloga EUROOPEN-a je da koordinira radom nacionalnih centrala, pruža im infomatičku podršku i omogućava i usklađuje rad.

Svako virtuelno ili trening preduzeće mora imati vezu sa jednim stvarnim preduzećem takozvanim mentorskim ili »kum« preduzećem, koja se ogleda u tome da zaposleni iz stvarnih preduzeća posjećuju trening preduzeća, prenose im svoja znanja i iskustva iz prakse. Pored toga, polaznici posjećuju stvarna preduzeća i na licu mjesta imaju priliku da se upoznaju sa njihovim poslovanjem.

Mentorsko preduzeće ima određene obaveze u vidu omogućavanja uvida u poslovanje preduzeća, organizaciju rada, obezbjeđivanju svog promotivnog materijala, ali ima i niz povoljnosti koje se ogledaju u tome da imaju uvid u kvalitet polaznika virtuelnih preduzeća i da mogu dobiti kvalitetnu radnu snagu, naravno u skladu sa međusobnim dogovorom. Njihova povoljnost se ogleda i u promociji sebe i svojih proizvoda jer mediji po pravilu prate rad virtuelnih preduzeća, a ona i u samom nazivu sadrže i u promotivnim aktivnostima naglašavaju ime i doprinos mentorskog preduzeća. U praksi u početku realizacije programa postoje određeni problemi u obezbjeđivanju mentorskog preduzeća ali taj problem nije prisutan već u sledećem ciklusu realizacije. Stvarna preduzeća veoma brzo shvataju značaj ovog projekta za sopstvenu afirmaciju i razvoj.

Nezaposleni, koji se obučavaju u virtuelnim preduzećima, po pravilu, brže pronalaze zaposlenje, bilo osnivanjem sopstvenog biznisa ili pronalaženjem radnog angažmana kod poslodavaca.

ZAKLJUČAK

Virtuelna preduzeća predstavljaju značajan instrument podrške razvoju malog i srednjeg biznisa koji obezbjeđuje nedostajuća, praktična znanja polaznicima, neophodna za uspješno bavljenje biznisom, bilo kao poslodavci ili kao zaposleni u preduzeću. Praktična, primjenjiva znanja dobijena na ovaj način podstiču porast broja novoosnovanih preduzeća, povećavaju njihovu šansu za uspjeh ali povećavaju i uspješnost i efikasnost preduzeća koja su već u biznisu, a koja zapošljavaju kadrove osposobljene ovim putem. U razvijenim zemljama, nije rijetka praksa da se prilikom oglašavanja slobodnih radnih mjesta kao jedan od kriterijuma navodi da je lice prošlo obuku u virtuelnom preduzeću. To naprosto predstavlja garanciju kvaliteta kadra koji se zapošljava.

U Crnoj Gori je tek početak realizacije ovog projekta i predstoji mukotrpan put njegove implementacije i standardizacije kvaliteta, da bi obuka u njemu predstavljala referencu za uključivanje na tržište rada i u svijet preduzetništva. Projekat je postavljen na »zdrave noge« sa aspekta kvaliteta programa, finansijske podrške i institucionalne infrastrukture. Predstoji period afirmacije Projekta kroz širenje mreže što će u budućnosti stvoriti pretpostavke za njegov značajniji doprinos privrednom razvoju Crne Gore.

KREDITI ZA SAMOZAPOŠLJAVANJE - PRIMJERI DOBRE PRAKSE IZ BIROA RADA HERCEG NOVI I BERANE

Zavod za zapošljavanje Crne Gore je od 1. septembra 2008. godine otpočeo sa primjenom Inoviranog programa za kontinuirano stimulisanje zapošljavanja i preduzetništva u Crnoj Gori, što predstavlja nastavak Programa samozapošljavanja koji se realizuje od 1999. godine. Inovirani program podrazumijeva mogućnost planiranja kreditnih plasmana po opštinama, veće ingerencije i odgovornosti regionalnih komisija kao subjekta koji obavlja izbor lica koje će dobiti kreditna sredstva i uvođenje edukacije preduzetnika. Edukacija iz preduzetništva je obavezan segment ovog programa i predstavlja najznačajniju promjenu, kao preduslov za mogućnost podnošenja zahtjeva za kredit.

Na seminaru za podsticanje samozapošljavanja tj. na informaciono motivacionom seminaru vrši se selekcija lica koja imaju predispozicije za uspješno bavljenje biznisom, motivisanje lica koja se dvoume oko bavljenja biznisom, upoznavanje sa preduzetničkim načinom razmišljanja, kao i edukacija iz oblasti prava i obaveze po osnovu Programa samozapošljavanja (informišu se o tome kako registrovati djelatnost, o radnim odnosima, o poslovnim ugovorima, o osnovama računovodstva, o izradi i ocjeni biznis plana, kao i o osnovama pretpostavke za uspješan start malog biznisa).

U nastavku prikazujemo nekoliko primjera dobre prakse iz regija Herceg Novi i Berane.

Korisnik kredita: Jasminka Milentijević

Program: Krojačka radnja

Milentijević Jasminka je po zanimanju novinar i nikad nije radila u svojoj struci. O kreditu za samozapošljavanje čula je od njenog savjetnika. Veoma povoljni uslovi, kamatna stopa od samo 3% na godišnjem nivou i grejsperiod od godinu dana su razlozi zašto se Jasminka odlučila za ovaj kredit.



Krojačkim poslom se bavi skoro 18 godina. Danas se njena radnja zove Krojačka radnja „Usluga“, ne po njenoj volji nego po volji radnika iz Privrednog suda u Podgorici, jer je skratio naziv koji je ona navela u imenu firme.

Kreditna sredstva u iznosu od 5000€ je iskoristila za kupovinu novih mašina za rad, i to za mašinu endlericu, prvoštepku, kućnu mašinu kao i za model-lutku. U iznajmljenom poslovnom prostoru posluje veoma uspješno. Vršu usluge izrade

ženskih kostima, svečanih haljina, kostima za maskembale, kulturno-umjetnička društva, razna sužavanja i skraćivanja odjeće kao i razne druge prepravke. Nekoliko puta nagrađivana je za maturalne haljine, a radila je stayling za klapu Stari kapetan za učešće na Sunčanim skalama. Vrlo je kreativna i veoma voli svoj posao.

Smatra da uslužna djelatnost jedino funkcioniše u našem društvu. Bavila se i trgovinom, prodajom bijele tehnike, ali nije imala uspjeha u tome.



„Samo što svojim rukama stvoriš i uradiš možeš i da naplatiš“ - kaže vlasnica krojačke radnje. Za privatni biznis se odlučila i zato što može sama da određuje kako radno tako i slobodno vrijeme. Trenutno ne planira da proširi djelatnost, u nestabilnim ekonomskim uslovima, smatra da je potrebno da zadrži stare i pridobije nove mušterije.

„Pored znanja, volje i želje za uspjehom potrebno je mnogo odricanja i rada, ali kada imate jasan cilj sve prepreke su savladive“ – poručuje g-đa Milentijević.

Korisnik kredita: Nikola Pavlović

Program: Obučarska radnja



Korisnik kredita, Nikola Pavlović, po zanimanju je kelner sa 25 godina rada u struci. Ali i pored dugogodišnjeg iskustva u ugostiteljstvu prevagnula je ljubav prema starom obučarskom zanatu. Iskustvo je stekao popravljajući obuću porodici i prijateljima dugi niz godina. U poslovnom prostoru u centru grada Nikola je ostvario svoju biznis ideju. Na toj lokaciji je otvorio obučarsku radnju „Legenda“.

„Veoma povoljni uslovi kredita kao i dobra ideja motivisali su me

da konkurišem za kredit za samozapošljavanje. Kreditna sredstva u iznosu od 5.000 € omogućila su mi početak radnog angažmana, kupovinu mašine za obradu obuće, mašine za šivanje obuće, kao i raznog alata.“



Imenovani pruža kompletne usluge koje su vezane za popravku svih vrsta muške i ženske obuće, kao i prepravku torbi i kožnih jakni. Obzirom da je ova vrsta zanatske djelatnosti u Herceg Novom deficitarna posluje veoma uspješno. Planira da otvori malu fabriku za proizvodnju obuće od plute.

Nije imao problema prilikom registracije firme u Privrednom sudu, kao i problema sa prijavom na osiguranje u Upravi prihoda. Smatra da dažbine nijesu velike i da se od

privatnog biznisa može živjeti. U organizaciji i realizaciji rada težište postavlja na visok kvalitet svih obavljenih usluga, izvršenih savremenom opremom i materijalima, kao i ljubaznošću i brzim obavljanjem posla.



Gospodin Pavlović poručuje: „Ako imate ideju, imajte i hrabrosti da je realizujete“.

Korisnik kredita: Borka Roćen

Program: Kozmetičke usluge

Kozmetički salon “Borka“ u Tivtu otvorila je korisnica kredita Borka Roćen. Borka je po zanimanju kozmetičar. Radila je, više volontirala, u privatnim kozmetičkim salonima i tako stekla praktično iskustvo za sopstveni biznis.

Svoju ideju je predstavila na edukativnom seminaru za buduće preduzetnike i poslije pozitivne ocjene stručnog tima, Borka je odmah podnijela zahtjev za kredit. S obzirom da je firma nova, Borka je iskrena i kaže da se iznenadila obimom posla u ljetnjoj sezoni. Prezadovoljna je ostvarenim poslom i nada se da će tako biti i ubuduće. U kozmetičkom salonu obavlja usluge: depilacije, pedikira, manikira, razne tretmane lica, relax masaže, fizioterapije kao i sportskih masaža. O programu samozapošljavanja je čula preko medija i njenog savjetodavca.



„Kredit za samozapošljavanje koji sam dobila od Zavoda za zapošljavanje Crne Gore u iznosu od 5000€ sam namjenski utrošila. Iskoristila sam ga za opremanje poslovnog prostora kao i za kupovinu neophodne opreme za rad. Smatram da je kredit veoma povoljan i savjetujem svima koji imaju ideju, a koji nemaju mogućnosti za realizaciju privatnog biznisa da to učine preko kredita za samozapošljavanje jer se neće pokajati - svoj život u svoje ruke“.

Korisnik kredita: Elda Šabović

Program: Stomatološka ambulanta



Dr stomatologije Elda Šabovic nakon završenog pripravnickog staža dogovorila se sa savjetnikom za kredite da pohađa seminar "Edukacija preduzetnika" a zatim da podnese zahtjev za kredit za samozapošljavanje. Sva kreditna sredstva u iznosu od 10.000 eura iskoristila je za nabavku stomatološke opreme. Dio sopstvenih sredstava uložila je u opremanje prostorija, koje je dobila u zakup od Doma zdravlja - Rožaje. Prije početka rada morala je da obezbijedi saglasnosti od Ministarstva zdravlja i drugih institucija. Odlučila je da svoju zdravstvenu ustanovu registruje u mjesnoj zajednici Bač na udaljenosti 17 kilometara od Rožaja i zaposli jednu stomatološku sestru. Korisnica kredita želi da istakne da joj odgovaraju uslovi kredita na odloženo plaćanje i niska kamata. Uz pomoć kredita za samozapošljavanje Elda je registrovala stomatološku ambulantu i time ostvarila svoj cilj. Sve ovo ne bi ostvarila kaže doktorka da nije bilo podrške pomenutih institucija.

Korisnik kredita: Elzina Kardović

Program: Pogon pločastog namještaja



Gospođa Elzina Kardović iz Rožaja kao poslodavac je podnijela zahtjev za kredit za samozapošljavanje iznosu od 15.000 eura, kako bi primila u radni odnos tri lica sa evidencije neza-poslenih. Od početka biznis ideje, do pokretanja proizvodnje i realizacije prodaje, uključeni su suprug Erko i sin Armin.

Ideju o proizvodnji pločastog namještaja dobro su proučili, kupili modernu opremu, kvalitetan repromaterijal, obučili radnike i pokrenuli proizvodnju. Uradili su prvu narudžbinu, a kako se u malom gradu sve brzo čuje, odmah su krenule porudžbine. Kada je pomislila da treba svoju firmu da izreklamira u medijima, pristigle su nove ponude za izradu svih vrsta pločastog namještaja. Sada u firmi razmišljaju da uvedu i drugu smjenu.

„U pravi čas su nam pomogli iz Zavoda za zapošljavanje, za vrlo kratko vrijeme odobrili su nam kredit iz programa „Posao za vas“. Od sredstava kredita kupili smo nedostajuću opremu i repromaterijal. Sada imamo četiri radnika, a već razmišljamo o proširenju pogona” – kaže g-đa Kardović. S ponosom kažu da se ne plaše konkurencije, čak su i cijene njihovih proizvoda pločastog namještaja nekoliko puta niže od namještaja koji se proizvodi od punog drveta. Uvezli su robu visokog kvaliteta za proizvodnju pločastog namještaja a sa njom i repromaterijal. Da je ovo porodična firma i da ima sigurnu budućnost govori prisustvo sina Armina – juniora. On je učenik četvrtog razreda gimnazije a savladao je tehniku rada na savremenim mašinama te uz pomoć kompjutera prati realizaciju zadatih operacija sječenja, spajanja i obrade namještaja. Ovakav način organizacije i realizacije biznis ideje može da posluži kao primjer budućim preduzetnicima.

Korisnik kredita: Irsan Kuč

Program: Farma ovaca

Samo što se prijavio na evidenciju nezaposlenih Irsan Kuč iz sela Lučice kod Rožaja, od savjetnika za evidenciju saznao je za mogućnost dobijanja kredita za samozapošljavanje. Obzirom da je poznao dobro poslove uzgoja ovaca, rado je prihvatio da pohađa seminar "Edukacija preduzetnika" nakon čega je podnio zahtev za kredit od 5.000 eura. Odlučio je da, kako kaže, ne čeka na evidenciju, već da preduzme nešto za sebe, jer od čekanja vaje nema. Znao je iz priča starijih da je prije nekoliko godina na ovom području život na selu bio nezamisliv bez poljoprivrede i stočarstva. Zbog migracije stanovništva prema urbanim sredinama, veliki broj pašnjaka, livada, njiva i bašti zarastao je i ostao nepokošen. Od kreditnih sredstava kupio je stado koje broji 50 ovaca, osigurao se kod Ministarstva poljoprivrede i za samo dvadeset pet eura ima penzisko-invalidsko i zdravstveno osiguranje. Služba za selekciju stoke iz Berana obišla je korisnika kredita i konstatovala da je namjenski utrošio sredstva te predložila umanjenje kredita od 30%.

Poručuje svima koji imaju uslove za bavljenje poljoprivredom, da se od stočarstva i poljoprivrede može pristojno živjeti. Uključio je u ovaj biznis i ostalu porodicu, tako da sve viškove mlijeka, sira, kajmaka i mesa uspješno realizuje. On nezaposlenima poručuje da se vrate starim vrijednostima i tradiciji, da ličnim radom, uz mala ulaganja u stočarstvo i poljoprivredu, pokrenu proizvodnju hrane koja je danas a i u buduće profitabilna grana.

ZNAČAJ I PRIMJENA MARKETINGA U NEPROFITNIM ORGANIZACIJAMA

Autor: mr Sonja Ivanović,
Viši savjetnik za marketing i PR
Zavod za zapošljavanje Crne Gore



UVOD

Primjena marketinga u organizacijama koje primarno ne generišu profit počela je šezdesetih godina prošlog vijeka. Marketing se postepeno širio, primjenom u zdravstvu, obrazovanju i kulturi, a zatim se nastavio razvijati u izdavaštvu, politici, socijalnim ustanovama i dobrotvornim društvima. Ove djelatnosti su dugo bile gotovo isključivo pod patronatom države, dok se nisu dogodile promjene. Jedan dio njih je privatizovan, djelimično ili u cjelosti, što je dovelo do uvođenja tržišnih odnosa, a samim tim i primjene marketinga i savremenih metoda upravljanja i rukovođenja. Dok se društveni marketing inicijalno razvio iz želje da se iskoriste komercijalne marketinške tehnike, posljednjih decenija je sazio u mnogo integralniju i sadržajnu disciplinu, koja se oslanja na čitav niz pristupa iz društvenih nauka i socijalne politike, te konačno i marketinga. Obuhvata sve one subjekte koji ostvaruju bilo kakav proces razmjene, a nisu obuhvaćeni poslovnim (konvencionalnim) marketingom koji uobičajeno primjenjuju privredni subjekti. Širenje područja djelovanja marketinga odraz je i transformacije okruženja, kao i težnje da se potrebe pojedinca i društva u cjelini zadovolje na daleko cjelovitiji način. Zato je prvenstveno usmjeren na zadovoljavanje društvenih potreba, uz uvažavanje mogućih interakcija sa okruženjem.

Postoje raznovrsni subjekti u kojima je moguće primijeniti društveni marketing. Prva grupa neprofitnih subjekata nudi proizvode i usluge, ponekad i u direktnoj konkurenciji s privrednim subjektima, ali im cilj nije ostvarivanje dobiti. Druga je grupa subjekata usmjerena na ostvarenje društvenih ciljeva. Tu je riječ o društvenom marketingu, koji kao sastavni dio neprofitnog marketinga predstavlja prenos ideja s krajnjim ciljem da se promijene stavovi, uvjerenja i ponašanja. Skladno postavljenom cilju, neprofitni marketing upotrebljava jednaka pravila kao i poslovni (konvencionalni) marketing: razumjeti što ljudima treba u cilju da ih uvjeri da preduzmu željenu akciju. Pojam

društveni obuhvata veoma veliku, raznovrsnu skupinu koja uključuje, između ostalog, socijalne, političke, kulturne, filantropske, obrazovne, zdravstvene i vladine institucije i organizacije. Svaka od tih organizacija ima svoja pravila, djelatnosti, ciljeve i zahtjeva posebna znanja za uspješno poslovno funkcionisanje.

Uloga i značenje neprofitnih organizacija, rješavanje društvenih problema i učestvovanje u promjenama u društvu usloveli su i primjenu odgovarajućeg marketinga. Naime, sve organizacije svjesno ili nesvjesno primjenjuju barem neke od marketinških aktivnosti (npr. odnosi sa javnošću, oglašavanje, ispitivanje potreba korisnika...). U skladu sa navedenim, moguće je primjenu marketinga, odnosno marketinšku orijentaciju neprofitne organizacije definisati kao: organizacijsku kulturu koja nadjelotvornije oblikuje ponašanje koje je potrebno za stvaranje superiorne vrijednosti za korisnike. Važno je istaknuti da su organizacije koje se koriste marketingom u svom djelovanju, ostvarivale bolje rezultate u odnosu na ciljne grupe kojima se obraćaju od onih koje marketing rijetko, odnosno sporadično primjenjuju ili ga uopšte ne primjenjuju.

Za razliku od poslovnog marketinga koji je zasnovan na profitabilnim, društveni marketing je zasnovan na opštedruštvenim kriterijumima, a zajednički im je cilj zadovoljenje potreba korisnika usluga. Takođe, poslovni marketing je usmjeren na krajnjeg potrošača, dok je društveni marketing usmjeren na društvo kao cjelinu, a onda posredno i na pojedinca.

PROCES DRUŠTVENOG MARKETINGA

Da bi se zadovoljile potrebe pojedinaca, privrednih i drugih subjekata, neophodno je stvoriti sastav aktivnosti. Te se aktivnosti sastoje u identifikaciji potreba potrošača, stvaranju ponude koja će zadovoljiti te potrebe, stavljanju na raspolaganje usluga na mjesto i u vrijeme koje odgovara potrošaču, te informisanju i uvjeravanju potrošača u vrijednost ponude. Planiranje je osnova za donošenje bilo kakve odluke i u svakodnevnom životu, ukoliko želimo da ta odluka dovede do ostvarenja našeg cilja na kvalitetan i racionalan način. U procesu planiranja bitno je vrijeme, odgovornost, finansiranje i praćenje. Za razliku od strateškog planiranja za preduzeće kao cjelinu, planiranje društvenog marketinga se uvijek odnosi na određenu uslugu ili projekat, ideju. Planiranje marketinga je proces u kojem se traže šanse na tržištu, ocjenjuju vlastite mogućnosti u pogledu materijalnih i ljudskih resursa, postavljanju ciljeva marketinga, razvijaju planovi za izvršenje i kontrolu.

Marketing proces podrazumijeva prikupljanje relevantnih informacija koje se koriste za: identifikovanje i definisanje marketinških mogućnosti i problema, stvaranje, usavršavanje i procjenu marketinških akcija, te praćenje performansi marketinga, što rezultira boljim razumijevanjima marketinga i njegovom uspješnom primjenom.

Proces društvenog marketinga podrazumijeva pet segmenata:

- analizu okruženja,
- segmentaciju tržišta,
- istraživanje marketinga,
- odabir marketing strategije,
- planiranje programa društvenog marketinga (marketing mix),
- marketing kontrolu.

ANALIZA OKRUŽENJA

Analiza okruženja je prvi korak koji organizacija treba da napravi, ukoliko ima ambiciju da pravilno planira i realizuje marketing aktivnosti. Prilikom analize okruženja u kojem organizacija egzistira, najprije se mora poći od same organizacije, koja ustvari predstavlja prvi nivo okruženja. Riječ je o poslovnim jedinicama unutar same organizacije, a čine je: top menadžment, finansije, istraživanje i razvoj, kadrovka služba itd. Cilj analize internog okruženja je definisanje i individualizacija učesnika koji jačaju poziciju organizacije i učesnika koji sputavaju njen napredak. Dakle, potrebno je definisati interne snage i slabosti. To se temelji na informacijama koje marketing stručnjaci prikupe i obrade iz internih i spoljnih izvora ili se za te potrebe organizuju posebna istraživanja. Analizira se sadržaj misije, kultura organizacije, intelektualni kapital i način finansiranja. Drugi nivo okruženja organizacije čine korisnici njenih usluga, konkurencija, posrednici, a treći je makro okruženje. Ovaj nivo okruženja je ukupno privredni, tehnički i društveni ambijent u vidu tzv. uslova privređivanja u najširem smislu značenja ovog pojma (5, str. 96) i na taj nivo okruženja preduzeće odnosno menadžment može najmanje uticati.

Prilikom analize okruženja centralno mjesto, ipak, zauzima tzv. drugi nivo, koji se odnosi prvenstveno na korisnike usluga određene organizacije, tj na tržište. Svaka organizacija se mora prilagođavati potrebama potrošača odnosno korisnika usluga, kroz kreiranje usluga ili projekata koji će na najbolji mogući način zadovoljiti njihove potrebe. Svjedoci smo da su potrebe veoma često podložne raznim promjenama, što predstavlja posljedicu društvenog i tehničkog napretka. Na stvaranje, održavanje i razvoj potreba utiče veliki broj faktora koji podrazumjevaju motivaciju, stavove i ograničavajuće varijable. Drugi nivo okruženja osim korisnika usluga čine i konkurencija i posrednici. Međutim, često se u literaturi postavlja pitanje postoji li konkurencija u neprofitnom sektoru? Ili bolje reći da li se određene organizacije (supstituti) mogu tretirati kao konkurencija, ako nam je važno samo zadovoljavanje potreba korisnika naših usluga, bez obzira na to radimo li to mi ili još neko drugi. Ako bismo te druge organizacije doživljavali kao konkurenciju, onda bi se logično postavljalo pitanje da li smo mi zaista zainteresovani za zadovoljenje potreba naših korisnika u globalu, bez obzira ko ih opsluživao, ili nam je više stalo do adekvatne sopstvene promocije? Sa druge strane, realno je razmišljanje da supstituti organizacije mogu biti konkurenti jer se takmiče za oskudna sredstva iz budžeta države, te da od raspodjele sredstava zavisi mnogo toga, a prije svega ostvarenje misije i zacrtanih rezultata. Postojanje konkurencije je dobro i

sa stanovišta korisnika usluga i sa stanovišta same organizacije. Konkurencija „tjera” na poboljšanje rada same organizacije u svakom smislu, a korisnicima usluga daje mogućnost izbora, te da svoje povjerenje ukažu boljem.

SEGMENTACIJA TRŽIŠTA

Da bi se uspješno opslužilo tržište, prema kriterijumima marketing stručnjaka, potrebno je najprije upoznati potrošače, odnosno korisnike usluga. Obzirom da na tržištu djeluje čitav niz potrošača, čije su karakteristike, ponašanja, potrebe i želje različite, da bi ih organizacija efikasno i efektivno mogla opsluživati, mora pronaći način da ih adekvatno selektuje i grupiše. Potrebno je izvršiti selekciju potrošača u grupe koje imaju slične potrebe, karakteristike ponašanja i koje će na isti ili sličan način reagovati na marketing aktivnosti organizacije. Segmentacija tržišta je proces kojim se tržište dijeli na manje djelove – segmente. To je proces kojim se potencijalni korisnici usluga povezuju u kompaktne grupe koje imaju zajedničke potrebe i želje i koje će slično reagovati na marketing napore određene organizacije. Proces segmentacije započinje definisanjem varijabli za segmentaciju a onda slijedi procjena značenja pojedinog segmenta, odnosno vrednovanje segmenata prema određenim kriterijumima.

Cilj segmentacije tržišta je pronaći razlike između pojedinih segmenata kako bi se na tim razlikama gradila posebna politika “plasmana” za svaki segment ponaosob. Prema ciljnom segmentu usmjerava se marketinški program, kojim se direktno ili indirektno utiče na kreiranje njegovih mišljenja, stavova, navika... Zato je jako važno napraviti pravilnu segmentaciju tržišta. Segmentacija se obavlja kroz četiri etape:

1. identifikacija tržišnih potreba i potrošača,
2. formiranje tržišnih segmenata,
3. izbor ciljnih segmenata,
4. elaboracija marketing miksa (proizvod, cijena, distribucija i promocija) (7).

Nakon segmentacije, stupa na scenu strategija osmišljavanja i primjenjivanja različitih marketinških programa, kako bi se zadovoljile istovjetne potrebe i želje različitih segmenata potrošača. Svaki segment potrošača ima jedinstvenu potražnju. Zato preduzeće nastoji da kreira ponudu koja će udovoljiti manje ili više sličnim zahtjevima istog segmenta potrošača.

ISTRAŽIVANJE MARKETINGA

Svrha istraživanja marketinga je prikupljanje podataka i informacija koje su neophodne za planiranje, organizovanje i kontrolu procesa poslovanja. Istraživanje tržišta nam omogućava da donosimo ključne odluke na osnovu vjerodostojnih informacija koje dobijemo istraživanjem, kao i rješavanje problema i prepreka na putu do uspjeha u poslovanju. Neophodnost istraživanja tržišta se ogleda u tome što se rizik nikada u potpunosti ne može eliminisati. Upravo zbog toga se prikupljanjem informacija smanjuje rizik prilikom donošenja poslovnih odluka. Preduzeće se odlučuje na istraživanje tržišta samo u onim slučajevima kada ne raspolaže sa dovoljno informacija koje su neophodne da bi se donijela ključna odluka.

KREIRANJE MARKETING STRATEGIJE

Poznato je da se marketing može posmatrati kao mehanizam koji spaja one koji imaju neku potrebu s onima koji tu potrebu zadovoljavaju. Međutim, marketing aktivnosti moraju biti usklađene s ukupnom strategijom djelovanja organizacije. To podrazumijeva koordinaciju svih marketing aktivnosti, kako bi one činile jedinstvenu cjelinu sa jasno definisanim uzročno-posljedičnim vezama. Iz navedenog proističe neophodnost kreiranja marketing strategije, kao sredstva kojima se ostvaruju utvrđeni ciljevi. Marketing strategiju čine dugoročne odluke, pa često postoji značajna sličnost između strategije organizacije i marketing strategije. Marketing strategiju čine dobro i pažljivo osmišljene aktivnosti, čiji je cilj stabilno i efikasno poslovanje organizacije. Dakle, marketing strategija predstavlja niz vizija, ciljeva i prioriteta, koje organizacija kreira, kako bi se na tim temeljima kvalitetno osmislile kompletne marketing aktivnosti i na taj način ostvarila misija. Dobro osmišljena marketing strategija omogućava organizaciji da realizuje svoje programske ciljeve, ustanovi potrebe svojih korisnika, zadovolji te potrebe, prikupi neophodna finansijska sredstva itd. Neprofitne organizacije nijesu usmjerene prema profitu kao cilju, već je njihov cilj ostvarivanje koristi za društvenu zajednicu. Razvijanje marketing strategije neprofitnih organizacija, kao načina korišćenja marketing sredstava da bi se postigli određeni ciljevi, podrazumijeva sprovođenje marketing istraživanja, analize stanja, definisanje misije, utvrđivanje ciljeva, SWOT analizu, izbor elemenata marketing mixa, evaluaciju i kontrolu.

Preduzeće može odrediti tri marketinške strategije da pokrije svoja ciljna tržišta:

1. Nediferencirani marketing – strategija preduzeća kojom na cjelokupno tržište nastupa s jedinstvenim marketinškim miksom jer ocjenjuje da će tako ostvariti veće koristi.
2. Koncentrirani marketing – strategija kojom se preduzeće usmjerava na nekoliko, što je moguće sličnijih segmenata potrošača.
3. Diferencirani marketing – strategija kojom poduzeće pokriva sve segmente zasebnim marketinškim miksevima (7).

PLANIRANJE PROGRAMA DRUŠTVENOG MARKETINGA (MARKETING MIX)

Društveni marketing je proces koji je zasnovan na značajnom dijalogu sa publikom, ciljnom grupom ili širom zajednicom kroz ispitivanje njihovih potreba, aktuelne situacije u društvu itd. Shvatanje društvenog marketinga kao korišćenje par reklamnih poruka na tv-u ili radiju, nekoliko flajera ili plakata svakako neće dovesti do željenih promjena. Možda će to kod nekog broja primalaca ostvariti određeni efekat, ali društveni marketing je mnogo više od toga. U svijetu društvenog marketinga, organizacije i institucije koriste dvije vrste aktivnosti:

- programe i
- kampanje.

Program je dugoročna koordinirana aktivnost koja je dizajnirana da bi se ostvarila misija organizacije. Kampanja je kraćeg roka i ima za cilj postizanje određenih rezultata u kratkom vremenskom periodu. I kampanje i programi imaju svoju strategiju, planove i taktiku, a u cijelom tom procesu imperativ je kontinuitet.

Bez obzira da li se radi o profitnim ili neprofitnim organizacijama, neosporno je da marketing mix predstavlja značajnu koncepciju za objašnjavanje marketinških odluka, kako na nivou oblikovanja strategije, tako i na nivou konkretne primjene (6, 145). Zato je važno pažljivo i detaljno isplanirati program marketinga, odnosno elemenata marketing mixa. Osnovni, univerzalni elementi marketing mixa kod profitnih organizacija su: proizvod, cijena, distribucija i promocija. Kada je riječ o neprofitnim organizacijama, pod proizvodom shvaćenim kao ponuda se podrazumijevaju usluge, projekti, znanja ili ideje koje se obezbjeđuju i nude ciljnim grupama, tj. korisnicima usluga. Cijena predstavlja naknadu ili koštanje za obezbjeđivanje usluga ili ideja, a distribucija je način na koji se usluge ili ideje „isporučuju” ciljnim grupama. Promociju čine aktivnosti direktne ili indirektna komunikacije sa ciljnim grupama, njihovo informisanje, podsjećanje, ubjeđivanje i nagovaranje.

Pri sagledavanju tekućih aktivnosti neprofitne organizacije moraju objektivno sagledati svoju ukupnu ponudu **usluga** ili ideja, usklađenost ukupne ponude s misijom, ciljevima i strategijom marketinga, te uzroke i posljedice problema vezanih za ponudu itd. Kod neprofitnih organizacija cijena omogućava racionalnije korišćenje resursa, prije svega imajući u vidu ostvarivanje ciljeva i misije organizacije, kao i vezanost cijene s pojmom vrijednosti. Osnovni razlog postojanja i primjene **cijena** je ostvarivanje prihoda neprofitnih organizacija za njene aktivnosti ili pokrivanje troškova sprovedenih ili planiranih aktivnosti. Na cijenu utiču tri osnovna elementa: prisutnost supstituta, kvalitet i percepcija potreba od strane ciljnih grupa. Distribucija kod neprofitnih organizacija predstavlja načine i mogućnosti na koje ono što organizacija nudi može postati dostupno pojedincima i organizacijama koje predstavljaju ciljne grupe na određenu ponudu. Kvalitetno organizovanje **distribucije** zahtijeva da organizacija utvrdi konkretan broj pojedinaca ili organizacija, njihovu geografsku i saobraćajnu disperziju, navike vezane za ranije, iste ili slične usluge, stavove prema organizaciji isl. Takođe, način distribucije zavisi i od mogućnosti odnosno resursa koje organizacija ima i može ih upotrijebiti, bez obzira da li se radi u sopstvenoj režiji ili uz pomoć profesionalnih distributera.

Promocija koju sprovode neprofitne organizacije se može definisati kao cjelina programa usmjerenih aktivnosti i potrebnih resursa kreiranih tako da djelotvorno komuniciraju sa svim sadašnjim i potencijalnim ciljnim grupama. Dati program je zasnovan na informisanju, podsjećanju i nagovaranju. Kod kreiranja promotivnih aktivnosti, komunikacija ima specifičnu svrhu: treba poslati poruku koja će prenijeti određenu informaciju i podstaći ciljnu grupu na određene reakcije. Možda je i najizazovniji dio socijalnog marketinga kako osmisliti i plasirati poruke. Ali, ukoliko smo pažljivo osluškivali, moći ćemo kvalitetno da kreiramo poruke koje su adekvatne našoj ciljnoj grupi. Dakle, poruke moraju biti: jasne, konzistentne, uvjerljive, ubjedljive, da privlače pažnju, da ukazuju na sljedeći korak. Poruke mogu da apeluju na različite načine – kroz logiku, strah, humor i druge emocije. Emotivne poruke mogu da privuku

pažnju i da ostanu upamćene, dok sa druge strane jake emotivne poruke mogu da imaju suprotan efekat ako nisu pažljivo plasirane. Promocija predstavlja proces komunikacije između organizacije i potrošača, odnosno korisnika njenih usluga. Osnovni elementi promocijskog mixa su:

- a.) Propaganda, odnosno oglašavanje,
- b.) Odnosi s javnošću,
- c.) Lična prodaja,
- d.) Prodajna promocija, odnosno unapređenje prodaje.

a.) **Propaganda** predstavlja plaćenu vrstu komunikacije preko mas-medija i ima za cilj da prenese ključne poruke korisnicima naših usluga o aktivnostima i projektima koje realizujemo. Zadatak je osmisлити poruke, formu teksta, odrediti medije, kako bi informacija bila jasna, ciljana i upućena u pravo vrijeme.

b.) **Odnosi s javnošću** predstavljaju primjenu planskog i kontinuiranog programa komunikacije između jedne organizacije i onih ciljnih javnosti koje su bitne za njen uspjeh. Cilj odnosa s javnošću je da se uspostavi dijalog, postigne sklad i odobravanje preko dvosmjerne komunikacije, a strategija je zasnovana na istini i međusobnom razumijevanju i povjerenju. PR je besplatna aktivnost za organizaciju i najčešće predstavlja poruke o aktivnostima i programima u vidu javnih informacija. Dakle, PR znači krojenje poruke prema publici, uz pažljiv odabir odgovarajućeg medija koji treba da dopre do te ciljne javnosti. Uklapanje raspoloživih medija u program organizacije je zadatak koji zahtijeva logičan, metodičan i analitičan pristup. Taj se proces svodi na četiri koraka:

- koja je funkcija programa koji sprovodi organizacija,
- koje su to ciljne javnosti koje su bitne za uspješnu realizaciju projekta,
- koju poruku je potrebno prenijeti i na koji način,
- koji su raspoloživi mediji za doseganje do ciljnih javnosti.

Odnosi s javnošću podrazumjevaju: publicitet, odnose sa medijima, lobiranje, pripremu komunikacijskih projekata, interno komuniciranje, krizno komuniciranje, uredničke zadatke i istraživanje javnog mnjenja (u saradnji sa agencijama za istraživanje tržišta).

c) **Lična prodaja** je treći instrument promotivnog mixa koji obuhvata stvaranje odnosa s potrošačima, utvrđivanje njihovih potreba i želja, pronalaženje proizvoda koji će te potrebe i želje zadovoljiti kao i prenos informacija o koristima koje donosi posjedovanje proizvoda. Dvije temeljne karakteristike ovog elementa promotivnog mixa su: lični kontakti i fleksibilnost. Lični kontakti su usmjereni na prethodno informisanje i motivisanje kupca i, za razliku od ostalih oblika, ovdje su kontakti neposredni. Nakon transakcije odnosi između osobe koja prodaje i potrošača ne prestaju, već se ti odnosi produbljuju i nakon procesa kupovine. Fleksibilnost je druga karakteristika lične prodaje, pod kojom se u ovom kontekstu podrazumijeva sposobnost prodajnog osoblja da prezentaciju prilagodi specifičnostima situacije u kojoj se nalazi.

d) **Prodajna promocija (unapređenje prodaje)** je segment promotivnog mixa koji ima značajne učinke na povećanje prodaje. Podrazumijeva korišćenje raznih tehnika kojima se podstiču potrošači na reakciju u kraćem vremenskom periodu. Prodajna

promocija se još naziva i unaprjeđenje prodaje, a usmjerena je na krajnjeg potrošača. Cilj tih aktivnosti je vezan za informisanje potrošača o proizvodu, podsjećanje o postojanju proizvoda na određenom prodajnom mjestu, pojačavanje zanimanja za proizvod, te skretanje pažnje s proizvoda konkurenata. Razlikuje se čitav niz metoda unaprjeđenja prodaje usmjerene na krajnjeg potrošača: kuponi, pokloni, nagrade, podjela besplatnih uzoraka, povraćaj novca i sponzorisanje događaja.

MARKETING KONTROLA

Kontrola se definiše kao ocjenjivanje rezultata poslovanja, utvrđivanje uzroka koji su doveli do negativnih trendova, kao i izvođenje korektivnih aktivnosti da bi se maksimizirali rezultati postavljenih ciljeva u perspektivi. Zadatak kontrole je jasan, a to je ocjenjivanje pravilnosti i otklanjanje nepravilnosti u poslovanju. Kontrola marketinga je zapravo, faza upravljanja marketing aktivnostima sa zadatkom da ustanovi u kojoj mjeri se uspješno realizuju ciljevi, politika, strategija i marketing program preduzeća. Kontrolni procesi obuhvataju predmet kontrole, ciljeve, mjerila, standarde, ocjenu i analizu rezultata i preduzimanje korektivnih akcija. Za svaki element marketinga treba specificirati vidove kontrole, dosljedno ih sprovoditi i koristiti u vidu povratne sprege. Sam proces kontrole može se podijeliti u tri faze: u prvoj se vrši prikupljanje informacija, u drugoj ocjena prikupljenih informacija, a u trećoj se preduzimaju korektivne akcije prema mogućnostima organizacije. Korektivne akcije podrazumijevaju ne samo konstataciju devijantnog stanja, već i ulaženje u razloge eventualnih odstupanja.

ZAKLJUČAK

Marketing u javnom sektoru ili društveni marketing je postao imperativ za sve institucije kojima je stalo do razvijanja korporativne reputacije i stvaranja korporativne kulture. Primarni fokus društvenog marketinga je „opšte dobro”, odnosno zadovoljavanje društvenih potreba, uz uvažavanje mogućih interakcija sa okruženjem, u odnosu na sve ostale vrste marketinga kod kojih je to sekundarni učinak. Ponekad se čini da je društveni marketing ograničen na određenu grupu potrošača – neprofitne organizacije, NVO, vladine organizacije. To su najčešće korisnici usluga agencija za socijalni marketing, ali ciljevi postizanja društvene promjene nisu ograničeni samo na vladine i neprofitne organizacije, već je njihov spektar djelovanja znatno širi.

Osnovna razlika između poslovnog i društvenog marketinga ogleda se u postojanju različitih temeljnih ciljeva. U prvom slučaju to je profit, a u drugom ostvarivanje neke koristi za društvo odnosno zajednicu. Osim toga, iako se mnoge aktivnosti mogu na gotovo istovjetan način primjenjivati u svim djelatnostima, dobar dio opštih marketinških postavki i zakonitosti mora se značajno prilagoditi posebnostima neprofitnih djelatnosti. Stručnjaci društvenog marketinga imaju teže ciljeve: podstaći potencijalno složene i

dugoročne promjene ponašanja ciljne populacije. Zato je on danas efikasno sredstvo i neophodan alat za zadovoljavanje potreba društva u cjelini.

LITERATURA:

1. Kotler F. i Lee N: *Marketing u javnom sektoru*, Mate Beograd, 2008.
2. Kotler P: *Social marketing strategies for changing public behavior*, New York: The Free Press a Division of Macimillan; London: Collier Macmillan Publishers, Cop. 1989.
3. Meler M: *Društveni marketing*, Ekonomski fakultet Osijek, 1994.
4. Meler M: *Neprofitni marketing*, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2003.
5. Mihailović B: *Marketing*, CPI, Podgorica, 2008.
6. Pavičić J: *Strategija marketinga neprofitnih organizacija*, Masmedia, Zagreb, 2003.

Internet adrese: Wikipedia. Social marketing. URL:

7. http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_marketing&oldid=353500114
8. Social Marketing Institute. URL: <http://www.social-marketing.org/sm.html>



IV OBRAZOVANJE

MEĐUNARODNI STANDARDI ZA OBUKU I OBRAZOVANJE ZAVARIVAČKOG OSOBLJA

Autor: dr Žarko Blečić

UVOD

U radu je dat pristup i pregled internacionalnih (evropskih) pravila za regulisanje sistema obučavanja i obrazovanja osoblja iz oblasti zavarivanja. Navedena su osnovna pravila koja regulišu nivoe obrazovanja, kao i programe obrazovanja zavarivača. Sistem je uspostavljen u cilju operacionalizacije zahtjeva koji su dati u standardima za obezbjeđenje kvaliteta u oblasti zavarivačke proizvodnje.

U cijelom svijetu je u području proizvodnje visokoodgovornih konstrukcija i proizvoda presudna ne samo cijena, već i kvalitet proizvoda. Pod pojmom kvalitet proizvoda se podrazumijeva visoka sigurnost u ponašanju proizvoda, kao i njegova funkcionalnost i radni vijek. Takvi zahtjevi su utvrđeni kroz propise, standarde i preporuke. Sprovođenje tih zahtjeva se ostvaruje ispitivanjima, koje izvode službeni organi, ispitivači ugovornih strana ili nezavisne autorizovane institucije. Propisi i dokazi o pridruživanju propisa su se za isti proizvod razlikovali od zemlje do zemlje, a odgovarajuće međusobno priznavanje najčešće nije postojalo. Iz tih razloga se uvođene različite barijere u trgovini da bi se u pojedinim zemljama zaštitila sopstvena privreda.

Iz navedenih razloga sredinom devedesetih godina prošlog vijeka Evropska Unija (EU) slijedi novi smjer. U tom „novom pristupu“ utvrđene su nove preporuke EU za usaglašavanje tehničkih propisa i standarda, koji sadrže principijelne zahtjeve u pogledu sigurnosti preporuka EU za proizvode. One su u određenom roku morale da budu prihvaćene kao nacionalni zakoni zemalja članica, čime bi se ukinuli do tada važeći nacionalni propisi.

Cilj aktivnosti EU je da se upostave uslovi za slobodno kretanje proizvoda unutar ukupnog tržišta EU ukidanjem nacionalnih barijera.

Pojam „kvalitet“ se posljednjig godina najčešće povezuje sa široko rasprostranjenim standarima ISO9000. Serija standarda je prihvaćena kao jednaka ENISO9000ff u Evropskoj organizaciji za standardizaciju (CEN) po nalogu Komisije EU, a i Njemačkoj preuzeta kao DIN ENISO9000ff.

Radi povećanja povjerenja naručioca u kompetencije proizvođača različitih proizvoda ili davalaca usluga, EU preporučuje dokazivanje preko nezavisne institucije za sertifikaciju da primijeni sistem upravljanja kvalitetom (QM sistemi), koji odgovara seriji EN ISO9000. Kod serije EN ISO9000ff nije u pitanju samo standard proizvoda. Samo u malom broju slučajev biće naznačen ili samo zahtijevani standard proizvoda na zahtjev preduzeća za dokazivanje u odnosu na njihov QM sistem prema EN ISO9000. Potreba dokazivanja uvedenog dokumentovanog i primijenjenog QM sistema je po pravilu zahtjev kupca i time važan kriterijum konkurentnosti.

Svaka firma ili organizacija koristi jedan više ili manje razvijen sistem upravljanja kvalitetom, koji je provjeren brojnim, ponekad veoma različitim unutrašnjim i spoljnim uticajima. Univerzalno prikladan QM sistem prema tome ne postoji, pa nije moguće uvesti takav standardizovan sistem.

Slijedi da serija ISO 9000 nije standard za QM sistem, već upustvo za sprovođenje takvog sistema, odnosno za prilagođavanje i optimizaciju postojećeg QM sistema. Postavljeni zahtjevi za QM sistem služe u prvom redu za to da zadovolje kupca izbjegavanjem grešaka u svim fazama od projektovanja do održavanja. Standardi EN ISO 9000 ff definišu zahtjeve organizacije i odvijanja porudžbine; a u standardima nijesu utvrđeni zahtjevi koji se odnose neposredno na proizvode. Serija EN ISO 9000 se primjenjuje načelno, zavisno od branše, pa je nezavisna i od proizvoda. Za različite branše daju se odgovarajući posebni zahtjevi, koji su specifični za proizvod, utvrđeni posebnim standardima.

MEĐUNARODNI STANDARDI IZ OBLASTI ZAVARIVANJA I SRODNIH POSTUPAKA

O značaju zavarivanja i srodnih postupaka u industrijskoj proizvodnji nema potrebe govoriti, jer je ova tehnologija toliko rasprostranjena da praktično nije moguće zamisliti ni najmanju zanatsku radionicu bez opreme za zavarivanje. Međutim, sa žaljenjem se mora konstatovati da je ova oblast kod nas sa aspekta standardizacije dosta zapostavljena. Ako pođemo od uprošćene definicije da je standard tehničko rješenje sprovedeno u praksi, lako se može zaključiti da uslijed nepostojanja standarda u ovoj oblasti ima mnogo improvizacije, a kao normalna posljedica toga je nezadovoljavajući kvalitet. Novom orijentacijom crnogorske standardizacije i donošenjem novih standarda stvaraju se neophodni uslovi za uvođenje sistema kvaliteta u zavarivanju, bez čega je nerealno razmišljanje o bilo kakvom uključivanju u Evropu.

STANDARDI ZA OBUČAVANJE I OBRAZOVANJE

Zavarivanje je spajanje dva ili više istorodnih ili raznorodnih materijala topljenjem ili pritiskom, sa ili bez dodavanja dodatnog materijala, sa ciljem da se dobije homogeni spoj sposoban da zadovolji predviđenu namjenu. To je interdisciplinarna tehnologija, koja podrazumijeva znanja iz više oblasti kao što su:

- Poznavanje materijala (metalurgija zavarivanja)
- Termodinamika (temperaturna polja pri zavarivanju)

- Elektrotehnika (izvori struje, električni luk itd.)
- Hemija (metalurški i drugi procesi koji se odvijaju pri zavarivanju)
- Informatika (različiti proračuni, baze podataka itd.)

Za osiguranje kvaliteta u proizvodnji preporučuje se preduzećima, koja se bave zavarivanjem, da osim standarda ISO 9000 ff, koji se odnosi na proizvod, primjenjuju i seriju standarda EN729 za optimizaciju upravljanja kvalitetom „ specifičnu za zavarene proizvode“. Standard EN729 definiše tri različita nivoa kvaliteta, što odgovara različitim zahtjevima u odnosu na stručnjake za zavarivanje. Na njihove zadatke i odgovornosti se odnosi standard EN719, koji definiše potrebno znanje stručnjaka u odnosu na preporuke za obrazovanje i ispitivanje Evropske federacije za zavarivanje, spajanje i sječenje (European Federation for Welding, Joining and Cutting- EWF).

EFW PRAVILA ZA OBUČAVANJE I OBRAZOVANJE

EFW utvrđuje Preporuke, koje se primjenjuju jedinstveno u zemljama članicama EWF. Diplome, koje se izdaju od nacionalnih tijela (ANB) ovlaštenih od strane EWF, recipročno se priznaju, bez ograničenja u tim zemljama. Do sada je EWF izdala skup Preporuka :

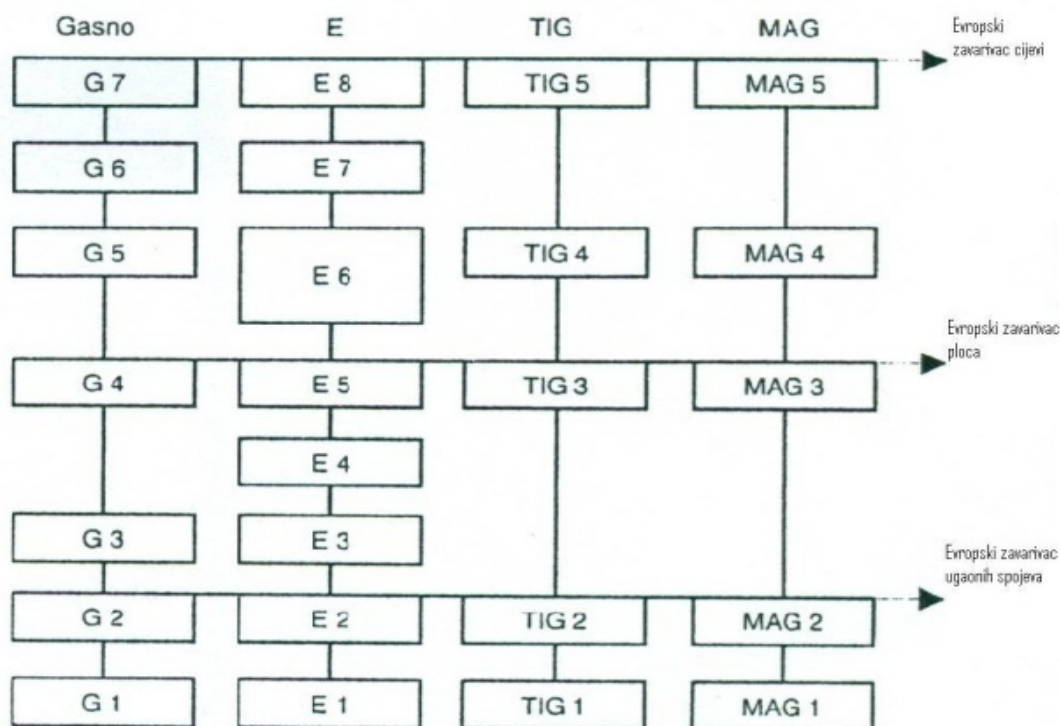
- Doc. EWF-416, Pravila za uvođenje EWF Upustva za obrazovanje, polaganje ispita i kvalifikaciju osoblja za zavarivanje;
 - Doc. EWF-409, Evropski inženjer zavarivanja;
 - Doc. EWF-410, Evropski tehnolog zavarivanja;
 - Doc. EWF-411, Evropski specijalista za zavarivanje;
 - Doc. EWF-450, Evropsko osoblje za kontrolisanje u zavarivanju;
 - Doc. EWF-451, Evropski praktičar zavarivanja;
 - Doc. EWF-452, Evropski zavarivač E postupkom;
 - Doc. EWF-467, Evropski zavarivač MIG/MAG postupcima;
 - Doc. EWF-480, Evropski zavarivač gasnim plamenom;
 - Doc. EWF-481, Evropski zavarivač TIG postupkom;
 - Doc. EWF-494, Specijalni kursevi zavarivanja laserom;
 - Doc. EWF-507, Evropski izvođač termičkog nabrizgavanja;
 - Doc. EWF-511, Šema sertifikacije za evropske inženjere, tehnologe, specijaliste i praktičare zavarivanja;
 - Doc. EWF-515, Evropski izvođač lijepljenja;
 - Doc. EWF-516, Evropski specijalista za lijepljenje;
 - Doc. EWF-517, Evropski inženjer za lijepljenje;
 - Doc. EWF-530, Specijalistički kurs zavarivanja robotima;
 - Doc. EWF-544, Specijalistički kurs zavarivanja armaturnih elemenata (betonskog čelika);
 - Doc. EWF-570, Evropski zavarivač podvodnim E postupkom;
 - Doc. EWF-592, Evropski praktičar termičkog nabrizgavanja.
- EFW upustvo i radne procedure utvrđuju sve detalje obuke i polaganja ispita:
- Ovlaštenje institucija za obuku od strane EWF;
 - Utvrđivanje uslova pristupa kursevima;

- Struktura i trajanje kursa;
- Materijal za kurs u obliku detaljnog skupa ključnih riječi ili značenja koji se odnose na laboratorijske aktivnosti;
- Zahtjevi koji se odnose na ispit, proceduru polaganja ispita;
- Komisije za polaganje ispita, sertifikacione komisije;
- Diplome i sertifikati.

Kao primjer, i na sljedećim slikama predstavljeni su zahtjevi teorijskog i praktičnog dijela ispita za evropske zavarivače u opštem slučaju (slika 1), i zahtjeve za slučaj zavarivača za ručno elektrolučno zavarivanje obloženom elektrodom (postupak E) (slika 2).

Na slici 3 prikazane su putanje za kvalifikaciju nivoa evropskog inženjera zavarivanja (EWE), evropskog tehnologa zavarivanja (EWT) i evropskog specijaliste zavarivanja (EWS).

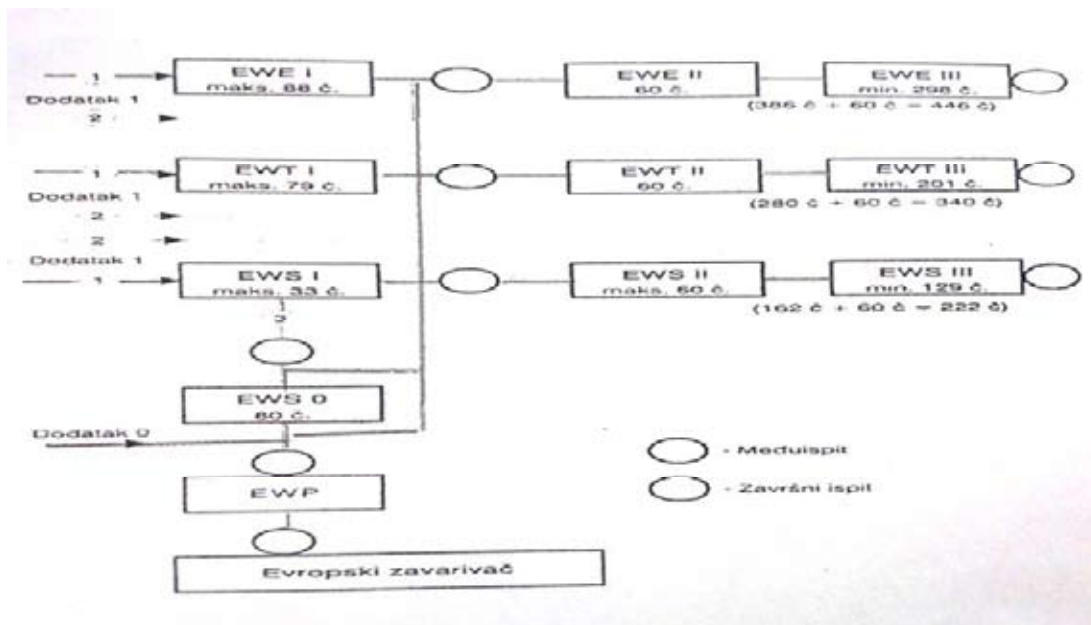
Slika 1. Obrazovanje i obuka evropskih zavarivača



Slika 2. Evropsko obrazovanje i obuka zavarivača E-postupka

		Preporučena vrijeme			
EWf – E 1	Debljina lima 3 – 13 mm				Praksa 68 h Teorija 8 h Ispit 4 h Ukupno 80 h
EWf – E 2	Debljina zida 3 – 5 mm Prečnik cevi 50 – 100 mm				Praksa 64 h Teorija 8 h Ispit 6 h Ukupno 78 h
EWf – E 3	Debljina lima 3 – 13 mm				Praksa 46 h Teorija 8 h Ispit 6 h Ukupno 60 h
EWf – E 4	Debljina lima 3 – 13 mm				Praksa 58 h Teorija 8 h Ispit 6 h Ukupno 72 h
EWf – E 5	Debljina lima 4 – 20 mm				Praksa 54 h Teorija 8 h Ispit 8 h Ukupno 70 h
EWf – E 6	Debljina zida 5 – 10 mm Prečnik cevi 80 – 200 mm				Praksa 106 h Teorija 8 h Ispit 6 h Ukupno 120 h
EWf – E 7	Debljina zida 5 – 10 mm Prečnik cevi 80 – 200 mm				Praksa 57 h Teorija 8 h Ispit 5 h Ukupno 70 h
EWf – E 8	Debljina zida 5 – 10 mm Prečnik cevi 80 – 200 mm				Praksa 76 h Teorija 8 h Ispit 6 h Ukupno 90 h

Slika 3. EWF sistem obrazovanja



Iz naziva predstavljenih dokumenata primjećuje se da je EWF razvila i „specijalističke kurseve“. Ti kursevi su predviđeni da pruže osnovno obrazovanje i obuku na specifičnom polju vezanom za postupak zavarivanja, prema kratkim, usko fokusiranim programima. Danas je EWF razvila i odobrila tri Specijalistička kursa i to za: zavarivanje laserom (na nivou inženjera, tehnologa i specijaliste), zavarivanje robotima(na nivou specijaliste) i zavarivanje armaturnih elemenata (na nivou specijaliste).

Minimalni zahtjevi za obrazovanje i obuku na ovim kursevima, u smisli tematike, ključnih riječi i potrebnog broja časova, definisani su upustvima, sa kojima su se složila sva nacionalna zavarivačka udruženja unutar članstva EWF. Upustva se periodično razmatraju od strane EWF da bi se unijele sve nastale promjene u vezi sa „posljednom riječju tehnike“. Kursevi se izvode preko EWF Ovlašćenih nacionalnih tijela.

Kratak opis sadržaja specijalističkih kurseva, u smislu glavnih predmeta i broja časova dat je u tabelama 1,2 i 3.

Tabela 1. Program Specijalističkog kursa za zavarivanje laserom

SADRŽAJ	Broj časova		
	Inženjer	Tehnolog	Specijalista
Teorijsko obrazovanje			
a.) Zavarivanje laserom, postupak i oprema	13	9	3
b.) Materijali I njihovo ponašanje pri zavarivanju	14	9	4
c.) Konstruisanje i projektovanje	4	2	1
d.) Inženjerska primjena u proizvodnji	14	10	8
Praktično obrazovanje			
e.) Osnovne praktične vještine	15	15	15
f.) Priprema izvještaja	12	12	6
Ispit	3	3	3
UKUPNO	75	60	60

Tabela 2. Program specijalisti;kog kursa za zavarivanje robotima (na nivou specijaliste)

SADRŽAJ	Broj časova
1. Uvod	8
2. Opšta mehanizacija	6
3. Konstruisanje u robotskom zavarivanju	16
4. Radionice	4
5. Robotski sistem	10
6. Programiranje sa praktičnim vježbama	16
7. Demonstracije zavarivanja I praktične vježbe	18
8. Zavarivački procesi	4
9. Obezbjedeње kvaliteta	14
10. Zdravlje I zaštita	8
11. Održavanje	6
12. Ekonomija	10
Ispit	4
UKUPNO	75

Tabela 3. Program specijalisti;kog kursa za zavarivanje armaturnih elemenata (na nivou specijaliste)

SADRŽAJ	Broj časova
Teorijsko obrazovanje	
1. Uvod	2
2. Materijali I njihovo ponašanje pri zavarivanju	2
3. Materijali I njihovo ponašanje pri zavarivanju	4
4. Konstruisanje I projektovanje	4
5. Inženjerska primjena u proizvodnji	4
Praktične demonstracije	4
UKUPNO	20

ZAKLJUČAK

Sve prikazane činjenice svode se na zaključak da će stvoreni sistem EWF (sada već IIW/EWF sistem) započeti sa ostvarivanjem univerzalne zamisli: da na svim nivoima postoji univerzalno priznati sistem kvalifikacije i sertifikacije osoblja u zavarivanju.

Da bi upravljao ovom šemom i radi njenog daljeg razvoja, IIW je ustanovio Međunarodno ovlašćeno tijelo (IAB). Ova organizacija izdaje upustva za programe obuke i polaganja ispita i uvodi sistem upravljanja kvalitetom, kojim se kontroliše navedena šema.

Organizacija, priznata od strane Nacionalnog člana IIW i EWF, bira se kao Ovlašćeno nacionalno tijelo (ANB), radi nadzora šeme u svakoj zemlji. Predstavnici iz ovih ANB formiraju operativnu upravljačku strukturu unutar IAB, izborom Glavnih ocjenjivača, koji kontrolišu pridržavanje utvrđenih pravila svakog ANB.

Nijedna organizacija iz Crne Gorenije članica IIW i EWF,pa samim tim nema svoje Ovlašćeno nacionalno akreditaciono tijelo (ANB).

LITERATURA:

1. *D.Beme,D.Dehelan-„Zavarivanje i zavarene konstrukcije“ ,N°4/1997,S275-279*
2. *D. Bohme, S. Kralj – zbornik radova međunarodnog savjetovanja „ Zavarivanje u pomorstvu“, HDTZ, Haludovo 1998.*
3. *Evropske norme EN 729, EN 719, EN 287*
4. *Njemačke norme DIN 18800, 8563*

“INFORMATIČKA PISMENOST U OBRAZOVNOM SISTEMU, KAO SREDSTVO PODIZANJA NIVOVA KONKURENTNOSTI BUDUĆE RADNE SNAGE U CRNOJ GORI”

Autor: Radule Novović
Pomoćnik ministra u Ministarstvu za informaciono društvo



UVOD

Jedna od važnih poluga podizanja nivoa konkurentnosti radne snage svakako jeste sticanje što kvalitetnijih znanja iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija, s jedne strane i korišćenje tih tehnologija za sticanje znanja, s druge strane. U informacionom društvu, društvu znanja, konkurentna prednost radne snage biće upravo znanje. Savremene tehnologije, naročito internet, učinile su proces obrazovanja mnogo kompleksnijim i drugačijim od tradicionalnih modela učenja, odnosno školovanja. Međutim, u tom obilju mogućnosti, često se nameće pitanje da li se te mogućnosti dovoljno koriste i da li se koriste na pravi način? I još jedno važno pitanje: da li je u dovoljnoj mjeri razvijena svijest o značaju edukacije kroz korišćenje resursa koje nude moderne tehnologije?

INFORMATIČKA PISMENOST I DRUŠTVO ZNANJA

Pojam informatičke pismenosti, već nekoliko godina, figurira kao neizostavan segment ukupnog obrazovanja jedne osobe. On se može posmatrati dvojako: u užem i širem smislu.

Ako ga posmatramo u užem smislu, onda ovaj pojam podrazumijeva poznavanje osnova rada na računaru, odnosno korišćenje osnovnih računarskih programa koji se upotrebljavaju u svakodnevnom radu. Međutim, naročito u novije vrijeme, čini se da je ovakvo shvatanje pojma informatičke pismenosti preusko. Na to ukazuje i dosadašnje iskustvo, ali i zahtjevi koje pred nas stavlja savremeno vrijeme. Naime, poznato je da imamo primjera, recimo, šalterskih službenika ili nekih drugih koji odlično barataju aplikacijom koja im je neophodna za svakodnevni rad, za koji su obučeni, ali zato ne

koriste nijedan drugi program, recimo ne znaju poslati mail. Ovakvih primjera ima dosta. Upravo zato se pojam informatičke pismenosti mora posmatrati mnogo šire, odnosno sveobuhvatnije. Tim prije što je Crna Gora snažnim koracima krenula ka izgradnji informacionog društva, a za njegovo postojanje jedan od najosnovnijih postulata jeste upravo široko korišćenje savremenih tehnoloških dostignuća od strane što većeg broja građana, odnosno zaposlenih u svim društvenim i privrednim djelatnostima.

Može se reći, iz ove perspektive, da je Crna Gora odavno prepoznala značaj razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija za ukupni razvoj.

Međutim, tek sa formiranjem Ministarstva za informaciono društvo, naša zemlja je jasno artikulirala svoju želju za izgradnjom informacionog društva. Ministarstvo je formirano početkom 2009. godine i u ovom relativno kratkom periodu realizovalo je niz velikih i značajnih projekata iz oblasti elektronske uprave, promocije informacionog društva i informatičke infrastrukture.

Misija ovog Ministarstva jeste izgradnja informacionog društva u Crnoj Gori, saglasno Strategiji razvoja informacionog društva do 2013. godine, razvoj elektronske uprave i informatičke infrastrukture i promocija informacionog društva u Crnoj Gori. Cilje realizacije ovih projekata je da naši građani lakše, brže i jednostavnije obavljaju svoje svakodnevne aktivnosti, uz snažno krošćenje modernih tehnologija u svakodnevnom životu, odnosno radu.

Za temu ovog rada posebno su interesantni i važni projekti iz oblasti promocije informacionog društva koje realizuje ovo Ministarstvo.



Cilj ovih projekata, kao jedan od osnovnih postulata ukupne misije Ministarstva za informaciono društvo, jeste da se prednosti korišćenja savremenih dostignuća u oblasti ICT približe što većem broju građana naše zemlje. Kako bi u tome bili što uspješniji, što detaljniji i konkretniji, ovaj Sektor je svoj rad koncipirao kao rad, uslovno rečeno, sa ciljnim grupama. Ovo iz razloga jer je to najbolji način da se dopre do svih segmenata

stanovništva Crne Gore. U tom radu obuhvaćene se sve kategorije stanovništva: učenici osnovnih i srednjih škola, studenti, privreda, RAE populacija, penzioneri, osobe sa hendikepom itd.

Pored ostalog, realizovana su dva kampa za mlade informatičare na Ivanovim koritima. Cilj ovih projekata bio je da se učenici osnovnih škola edukuju za rad na računaru po ECDL standardima. Kroz ovu obuku prošlo je ukupno 60 učenika završnih razreda osnovnih škola iz cijele Crne Gore i svi su položili kurseve sa visokim ocjenama.

U dijelu podrške stručnim skupovima Ministarstvo za informaciono društvo i ove godine je bilo partner u organizaciji XV naučnog IT skupa, koji je održan na Žabljaku u februaru mjesecu ove godine. Takođe, organizovan je seminar na temu „ Modeli promocije informacionog društva u procesu obrazovanja“ ovaj okrugli sto, odnosno tema koja je na njemu tretirana, izazvala je veliko interesovanje i stručne i šire javnosti, a učesnici okruglog stola bilo su univerziteti profesori, direktori škola i menadžeri ICT kompanija.

Početak ove godine započet je jedan veliki projekat iz oblasti promocije informacionog društva, koji je bio namijenjen studentima crnogorskih univerziteta. Projekat je realizovan pod nazivom 10 za 10 – 10 nagrada za 10 najuspješnijih informatičkih rješenja na univerzitetima Crne Gore. Pored nagrade, koja je bila novčana, studentima je omogućeno da se predstave na crnogorskim medijima, a predstavili su se i na ovogodišnjem INFOFEST-u. S obzirom da je projekat ocijenjen najvišim ocjenama, on će se nastaviti i ubuduće.



U saradnji sa Odjeljenjem za ICT Privredne komore Crne Gore polovinom godine realizovana je donatorska akcija pod nazivom „ICT za sve“. Na ovaj način obezbijeđeno je 65 računara, koji su uručeni seoskim školama sjeverne Crne Gore.

U saradnji sa Udruženjem mladih sa hendikepom i Udruženjem paraplegičara Crne Gore realizovan je projekat „ ECDL i za mene“. Naime, za članove ovih udruženja, njih 15, Ministarstvo za informaciono društvo je organizovalo obuku za rad na računarima po ECDL standardima. Njihove reakcije na ovaj projekat, a i cijele javnosti, bile su više

nego pozitivne, tim prije što će im ECDL indexi, koje će dobiti, svakako biti od koristi prilikom budućeg zaposlenja. Ovim projektom dat je konkretan doprinos inkluziji ovih osoba u redovne radne, odnosno životne tokove.

ZNAČAJ ADKEVATNE EDUKACIJE IZ OBLASTI IT ZA BOLJU KONKURENOST POJEDINCA NA TRŽIŠTU RADA

Govoriti danas o obrazovanju, o obrazovanosti, a ne podrazumijevati pod tim dobro informatičko obrazovanje je besmisleno. Tim prije što smo savremenici, svjedoci epohe izuzetno intenzivnog tehnološkog razvoja u svim djelovima naša planete. Razumije se, mi niti smo, niti smijemo biti van tih tokova, jer bi to bilo pogubno za razvoj jednog savremenog društva, svim njegovih segmenata. Zato je jako važno da se na svim nivoima shvati da je danas neophodno u što većoj mjeri koristiti dostignuća modernih tehnoloških rješenja jer to u značajnoj mjeri može unaprijediti poslovanje svih subjekata na jednom tržištu. Primjeri za to su više nego očigledni, tu oko nas.

Novo društvo, društvo u kojem mi živimo često se naziva društvo znanja. Ima za to više razloga, a evo šta na tu temu kaže Piter Draker, jedan od najvećih teoretičara novog društva: „ Novo društvo biće društvo znanja. Znanje će biti njegov ključni resurs, a radnici znanja biće dominantna grupa u okviru radne snage. Tri osnovne karakteristike znanja biće:

- Nekonrolisano širenje, jer znanje se prostire i putuje lakše i od novca;
- Vertikalna pokretljivost, jer znanje je dostupno svima, preko formalnog obrazovanja koje se relativno lako stiče;
- Potencijal za neuspjeh kao i za uspjeh, jer znanje je neophodno za posao i gotovo svako može da ga pribavi i koristi kao „ sredstvo rada“, ali ono ne garantuje svakom uspjeh.“

Čini se da tek u posljednje vrijeme, ali i dalje u nedovoljnoj mjeri, ove odrednice, a naročito posljednja, postaju jasnije našim ljudima, onima koje se nalaze na tržištu rada Crne Gore.

Govoreći u ovom kontekstu, Draker daje jedno zanimljivo predviđanje: „ Nova ekonomija znanja će se snažno oslanjati na radnike znanja. Sada se ovaj termin generalno upotrebljava za ljude sa različitim teorijskim znanjem i obrazovanjem: za ljekare, advokate, profesore, računovođe, hemijske inženjere. Međutim, presudan razvoj će se odigrati u „tehničkim znanjima“: kompjuterski tehničari, softverski dizajneri, analitičari u kliničkim laboratorijama, proizvodni tehničari, pomoćnici advokata. Ovi ljudi su podjednako manuelni radnici koliko su i radnici znanja: zapravo, oni obično provode mnogo više vremena radeći rukama nego mozgom, ali njihov manuelni rad se zasniva na značajnoj količini teorijskog znanja koje se može steći samo formalnim obrazovanjem, a ne šegrtovanjem. Oni nijesu, po pravilu, bolje plaćeni od tradicionalnih kvalifikovanih radnika, ali sebe doživljavaju kao „ profesionalce“. Baš kao što su nekvalifikovani manuelni radnici u proizvodnji bili dominantna društvena i politička snaga u dvadesetom vijeku, radnici znanja će vjerovatno postati dominantna društvena, a možda i politička sila tokom narednih decenija.“

Jedno od važnih pitanja, koje direktno utiče na tržište rada, odnosno na njegovu ukupnu potentnost, jeste pitanje penzionog sistema, odnosno pomjeranje starosne granice za odlazak u penziju. Pitanje je, kao što znamo aktuelno i u našoj zemlji i, naročito u zadnjih nekoliko mjeseci veoma aktuelno u pojedinim zemljama Evropske unije (sjetimo se skorašnjih protesta u Francuskoj). Naime, ono što je očigledno jeste da se paralelno sa razvojem društva mijenja i demografska slika. Podaci iz statističkih sistema pojedinih zemalja nedvosmisleno ukazuju na to. Na primjer, u Njemačkoj, do 2030. ljudi stariji od 65 godina činiće trećinu populacije, u poređenju sa jednom petinom koliko čine u ovom trenutku. Ukoliko se natalitet zemlje ne popravi sa sadašnjih 1,3 po ženi u istom periodu, populacija ljudi mlađih od 35 će se skoro dvostruko brže smanjivati nego što starija populacija bude rasla. Rezultat će biti da će ukupan broj stanovnika sa sadašnjih 82 miliona opasti na 70 – 73 miliona, a broj radno sposobnih stanovnika će opasti za čitavu četvrtinu, sa današnjih 40 na 30 miliona. Demografska slika za Njemačku daleko je od toga da bude izuzetak. Cifre su približno iste za većinu ostalih razvijenih zemalja: Italiju, Francusku, Španiju, Portugaliju, Holandiju, Švedsku itd. Očekivani životni vijek u posljednjih trista godina stalno raste, a sa njim i broj starijih ljudi, ali opadanje broja mladih je nešto novo. Po mnogim predviđanjima do 2030. godine broj godina od kojih će počinjati puna penzija će se povećati na srednje sedamdesete u svim razvijenim zemljama. Dakle, sve oko ukazuje na činjenicu da će se demografske promjene u novom društvu veoma značajno odraziti na situaciju na tržištu rada.

VAŽNOST ADEKVATNOG POIMANJA INFORMATIČKE EKONOMIJE, ODNOSNO INFORMACIONOG DRUŠTVA DANAS U CRNOJ GORI

Itekako je važno da se ciljevi i pojmovi informacionog društva, društva znanja, odnosno informatičke ekonomije u našoj zemlji što prije shvate i prihvate od što većeg broja ljudi, kako onih koji su već zaposleni, tako i onih koji su u procesu školovanja. Zvuči kao floskula, ali zaista ono što je u ovom trenutku najbitnije, a naročito u narednim godinama, jeste sticanje kvalitetnog znanja, kako bi pojedinac bio što uspješniji u utakmici, vrlo živog, na tržištu rada. I ovdje smatramo da je jako korisno citirati Drakera: „Termini ekonomija znanja, posao znanja i radnik znanja nastali su oko 1960. Godine. Danas ih svi koriste, ali još uvijek rijetko ko razumije njihovu djelotvornu moć na ljudske vrijednosti i ljudsko ponašanje, na upravljanje ljudima i produktivnost, na ekonomiju i politiku. Međutim, ono što je već sada jasno, jeste da će društvo znanja i ekonomija znanja koji su na pomolu biti radikalno drugačiji od društva i ekonomije posljednjih godina dvadesetog vijeka....Znanje je postalo ključni i nedostajući resurs“.

Ovo će svakako uticati na pojavu novih kompanija, ali će se pojavljivati i nove privredne djelatnosti. Uzmimo kao primjer elektronsku trgovinu, odnosno pojavu interneta, kao jednog od najvažnijih, ako ne i najvažnijih svjetskih kanala za distribuciju roba i usluga. Ovo je iz osnova promijenilo privredu, tržišta i industrijske strukture, segmentaciju klijenata i kupaca, potrošačke vrijednosti i ponašanje potrošača, radna mjesta i tržište rada. Takođe, za elektronsku trgovinu bitna je i jedna odrednica za koju se može reći i da je psihološka: udaljenost je eliminisana. U novoj ekonomiji, postoji samo jedna privreda i jedno tržište – svjetsko. U tom smislu, jedna od posljedica je da svako

preduzeće mora postati svjetski konkurentno, čak i ako prodaje ili proizvodi samo na lokalnom tržištu. Ovo upravo zbog toga što konkurencija nije više lokalna, ona zapravo ne poznaje granice! Svaka kompanija po načinu na koji se vodi mora da postane multinacionalna. Ovo, *prima facio*, djeluje nevjerovatno, pomalo utopijski, ali uzmite bilo koji primjer iz naših supermarketata: šta ako lokalna kompanija ne proizvodi mlijeko po standardima koji važe u svijetu, a koji se odnose na masne jedinice, ambalažu i slično? Šta će se desiti sa proizvodom te kompanije? Koji će proizvod kupovati kupac, koji je danas više nego ikad dobro informisan o proizvodima? Naravno, kupovaće onaj koji zadovoljava međunarodne standarde. Zato kompanija koja proizvodi mlijeko u našoj zemlji, koja nema ambiciju ili kapacitete da izvozi u druge zemlje, ipak mora raditi, odnosno proizvoditi po standardima koji važe svuda (kako nam sad, iz ove perspektive, djeluju neobično sjećanja na proizvode koji su se radili „ samo za izvoz“ i koji su bili i drugačijeg kvaliteta i drugačijeg dizajna nego oni namijenjeni domaćem tržištu. Danas su svi za izvoz, ma gdje da se prodaju).



Ovo ilustruje još jednu bitnu posljedicu elektronske trgovine. Naime, novi distributivni kanali mijenjaju klijente i kupce. Dakle, oni ne samo da mijenjaju način na koji kupci kupuju već i ono šta kupuju. Mijenjaju ponašanje potrošača. O izbirljivosti današnjeg potrošača, što je direktna posljedica njegove ogromne informisanosti, napisane su brojne studije. Današnji kupac je u prilici da se na razne

načine informiše o nekom proizvodu: od interneta do kablovske televizije. Nadalje, internet je omogućio formiranje, uslovno rečeno, udruženja potrošača, koji na netu razmjenjuju svoja iskustva o nekom proizvodu i na taj način oni su u službi pozitivnog ili negativnog marketinga nekog proizvoda.

Elektronska trgovina koja doživljava najbrži rast u SAD-u pojavila se i u oblasti u kojoj ranije nije bilo trgovine u tradicionalnom smislu, a riječ je o poslovima stručnjaka i menadžera. Skoro polovina najvećih svjetskih kompanija sada regrutuje radnu snagu preko sajtova, a oko 2, 5 miliona menadžera i stručnjaka (od kojih dvije trećine nijesu ni inženjeri ni stručnjaci iz oblasti ICT) imaju svoje biografije na internetu i na taj način traže posao. Javilo se dakle potpuno novo tržište radne snage.

ZAKLJUČAK

Bez korišćenja savremenih tehnologija ne može se zamisliti savremeni život i rad. Razumije se, da bismo mogli koristiti sve benefite koje nude ove tehnologije moramo njima ovladati. Zato je, u smislu podizanja konkurentnosti radne snage, permanentno potrebno raditi na podizanju nivoa informatičke pismenosti. Sa druge strane, ono što je posebno važno, potrebno je raditi na podizanju svijesti naših građana o važnosti korišćenja informacionih tehnologija. Ponekad se, iz prakse, stiče utisak da se moderna tehnološka rješenja u većoj mjeri koriste za zabavu, nego za rad ili edukaciju. I u tom pravcu je potrebno raditi jer moderne tehnologije mogu služiti i služe za zabavu ili komunikaciju, ali su svakako njihove mogućnosti daleko veće. Ovdje, prije svega, mislimo na učeničku i studentsku populaciju koja se sprema za buduće tržište rada. Oni bi morali shvatiti da im, prije svega internet, nudi obilje mogućnosti za usavršavanje. Po nekim istraživanjima to se u našoj zemlji ne koristi dovoljno. Na tržištu rada, u društvu znanja, konkurentska prednost će se ostvarivati kroz znanje i zato je jako važno koristiti sve resurse za sticanje tog znanja, a informaciono- komunikacione tehnologije nam u tome itekako mogu pomoći.

I na kraju da zaključimo ovim: od 10 top zanimanja na svijetu koja su postojala 2004. godine, na listi 10 top zanimanja za 2010. godinu ne postoji ni jedno od ovih iz 2004!

LITERATURA:

1. *Kit Flečer, Upravljanje marketingom i informacione tehnologije, Clio, 2008.*
2. *Piter Draker, Upravljanje u novom društvu, izdavaka kuća Adizes, 2002.*
3. *Piter Northouse, Liderstvo, Sage, 2008.*
4. *Promocija i marketing elektronskih medija, Suzan Tajler Istman, Clio, 2010.*



OBRAZOVANJE I RAZVOJ RADNE SNAGE U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Autor: *Nada Radovanić*
Rukovodilac Centra za ljudske resurse
u Zavodu za zapošljavanje Crne Gore



UVOD

Turizam je svrstan u pet sektora koji obezbjeđuju razvoj Crnoj Gori, čime jača svoj značaj i poziciju u crnogorskoj privredi.

Velike mogućnosti postoje kod promjene stava ili gledišta da se sektor koji se posmatra kao turizam šire posmatra i kao ugostiteljstvo(restoranstvo): to bi značilo uključivanje ne samo objekata koji su orijentisani na zadovoljavanje potreba putnika. Ugostiteljstvo bi trebalo i moglo da obezbijedi menadžment koji umije da organizuje proslave, zadovoljavanje potreba poslovnog putovanja, organizovanje specijalnih događaja interesantnih za lokalno stanovništvo kao što su festivali, sajmovi i praznične aktivnosti, kao i podršku konferencijama i seminarima stručnih grupa ili sindikata. Ugostiteljstvo može proširiti obim poslovanja i, kroz kreativna partnerstva, obezbijediti prostor za povezivanje sa kulturološkim grupama, poslovnim grupama i umjetničkim grupama.

Nije, znači potrebno ulagati samo u hotele već u manje restorane koji su dobro rukovođeni sa obrazovanim kadrom i spremni za osmišljanje novih, još ne otkrivenih turističkih atrakcija koje su fascinantne za visoko-obrazovane, sofisticirane turiste, koji u novim ne otkrivenim destinacijama traže "čuda".

U ovom tekstu izdvojena su neka zapažanja i preporuke istraživanja koje je realizovao Zavod za zapošljavanje uz pomoć međunarodnih organizacija: SNV-a i Britanskog Savjeta u studiji „Anketa o tržištu rada, kvalifikacionim i obrazovnim potrebama u turizmu i ugostiteljstvu u Crnoj Gori“, 2009. godine, i neki navodi iz strateških dokumenata iz oblasti turizma i ugostiteljstva, koji mogu biti od koristi onima koji su

posredno ili neposredno vezani za turizam i ugostiteljstvo, kao i onima koji obrazuju i osposobljavaju kadrove iz navedenih oblasti.

Generalno govoreći, rezultati istraživanja odslikavaju određeni nivo optimizma u vezi sektora turizma u Crnoj Gori. Ovaj optimizam proističe iz vjerovanja da će doći do velike potražnje i rasta usluga u sektoru turizma, smještaja, restorana i usluga vezanih za putovanja. To uvjerenje ublažavaju rezultati koji ukazuju na to da optimalan broj kvalifikovanih radnika, koji su potrebni za zadovoljavanje takvog porasta, možda neće biti odmah na raspolaganju ali i podstrek da je potrebno obezbjeđivati kvalitetnu i što obrazovaniju radnu snagu za sve zahtjevnije goste.

PRENOS FOKUSA SA TURIZMA NA UGOSTITELJSTVO U OBRAZOVANJU I OBUCI

U Crnoj Gori preduzeća koja se bave turizmom i ugostiteljstvom (restoranstvom) su većinom fokusirana na turizam, manje na ugostiteljstvo, iako je, u suštini, većina zaposlenih vezana za ovo drugo. Premještanje fokusa na ugostiteljstvo, odnosno restoranstvo bi pomoglo školama da proizvode radnu snagu koja je zaista u skladu sa potrebama poslodavaca, i ako to povlači prilično značajno restruktuiranje, dugotrajnije reforme, ipak na kraju bi obrazovanje i obuka bili relevantniji, a dobijanje radnih mjesta uspješnije. Ako se zna da su turisti sve više sofisticirani, visoko obrazovani, ekološki savjesni i odgovorni po pitanju prirode i žele raznolike turističke proizvode obogaćene specijalnim programima, to podrazumijeva osmišljanje novih, još ne otkrivenih turističkih atrakcija koje su fascinantne za nove turiste, koji u novim ne otkrivenim destinacijama traže "čuda". razvija se novi koncept razvoja turizma, koji se bazira na principima održivog razvoja.

Sve prethodno navedeno ima za rezultat zadovoljne poslodavce, zadovoljne goste i uspješniju privredu.

Postoje tri načina da se ovo postigne:

1. Fazni pristup tokom višegodišnjeg perioda u kojem bi se više predmeta i praktičnog rada odnosilo na ugostiteljstvo, a manje na opšti turizam;
2. Sistematična obuka uz dobro obučene trenere za nedostajuća zanimanja uz uključivanje eksperata sa strane ili za studente obezbjeđivanje stranih predavanja, ili možda angažovanje na početku stranog saradnika, koji bi mogao pomoći sa sadržajem i pristupima drugačijem učenju;
3. Treća mogućnost može biti hotel koji bi služio kao hotel - škola ili još bolje restoran-škola za potrebe programa obuke i obrazovanja. Ovakav aranžman bi mogao da obezbijedi kvalifikovano i jeftino osoblje preduzećima, posebno onima koji se suočavaju sa teškoćama, a da pri tome učenicima i studentima pruži idealne uslove za učenje.

SPECIFIČNI KURSEVI/MODULI KOJI SE MOGU ORGANIZOVATI

Upravljanje događajima

Ovo je oblast koja se razvija širom svijeta i relevantna je i za Crnu Goru. Obuhvata: sastanke, konferencije, konvencije, predstavljanje proizvoda, promotivne događaje, vjenčanja, koncerte, kulturne manifestacije i druge proslave.

Hoteli i restorani treba da pružaju raznovrsne usluge svojim građanima i usklađuju se sa savremenim potrebama, što obezbjeđuje dodatne prihode u toku cijele godine i osigurava uspješnost poslovanja.

Upravljanje aerodromima i saobraćajem

Turizam mora prepoznati ulogu koju saobraćaj ima kao dio ukupne ponude jedne zemlje u lancu i obezbijediti očekivanu uslugu za sve kategorije stanovništva i njihove raznovrsne potrebe. Firme koje su povezane i učestvuju u vazdušnom i drugim oblicima saobraćaja ne treba previdjeti. One treba da pomognu u edukaciji i animiranju potencijalnih zaposlenih, koji zatim mogu imati mogućnost da prođu određeni tip programa za obuku menadžera. Obučeno osoblje će posjedovati mnoge prenosive vještine koje će vremenom pomoći dostizanju višeg kvaliteta radne snage. Ovo je svakako partnerstvo koje treba istražiti a krije nove mogućnosti zapošljavanja.

Obuka za kompjuterski sistem rezervacija (CRS)

Sistemi CRS se koriste u gotovo svim segmentima turističke industrije. Ipak, relativno malo radnika zna kako da koristi ove programe. Radnici koji prođu ovu obuku na kraju posjeduju vještinu koja je veoma tražena na tržištu. Programi obuke i obrazovanja mogu ponuditi kurseve za sticanje vještina za CRS, ali treba izvršiti evaluaciju da se utvrdi da li je sadržaj usklađen sa potrebama poslodavaca.

Obuka za korišćenje softvera za restoran / bar

Softver za upravljanje prodajom u restoranima i barovima predstavlja vrijedan instrument za praćenje prodaje a javlja se kako zemlja postaje sofisticiranija u turističkoj industriji. Njegovi atributi obuhvataju: brže pružanje usluga klijentima; daje bolju sliku kretanja u prodaji; pomaže sprečavanju krađe; takođe pomaže prilikom planiranja inventura. Profesionalni softver iz inostranstva je skup, a održavanje je složeno. Iz tog razloga neka preduzeća angažuju lokalne kompanije da osmisle osnovni softver, koji je mnogo jeftiniji. U saradnji sa sektorima za IT u institucijama za više obrazovanje, oni mogu osmisliti sistem koji se može prodati i koristiti u mnogim restoranima. Zatim mogu pružiti kurs za obuku za zaposlene i čak dodatne kurseve za profesionalce.

Poznavanje geografija

Svjetski putnici imaju potrebu za servisima i uslugama restorana, malih agencija ili hotela koji imaju uposlene radnike sa poznavanjem geografije, jedne teritorije, države ili regije, njene istorije i koji su u mogućnosti da odgovore na pitanja o lokalnim događajima. Kurseve koji se nude treba upodobiti u odnosu na informacije koje turisti traže.

Veb dizajn

Danas, ovo je ključna vještina u turističkoj industriji. Opet, potrebno je podučavanje web dizajnu jedinstvenom za turističku industriju, što brzo postaje prenosiva vještina koja je standardna i neophodna je obuka velikom broju lica.

U vremenu kada svjetski putnici traže nove izazove i odlučuju se za brza putovanja, nije moguće imati uvid u ponudu neke nepoznate zemlje bez web sajta i svih svježih informacija o kojima neko treba svakodnevno da brine.

AKTIVNOSTI NA RAZVOJU VJEŠTINA TREBA INTEGRISATI U NASTAVNE PLANOVE I PROGRAME

Većina istraživanja posvećenih obrazovanju radne snage u turizmu i ugostiteljstvu je otkrilo niz nedostataka u znanjima i vještinama zaposlenih. Takođe, nedostaci se javljaju i kod vještina specifičnih za neki konkretan posao i prenosivih vještina. Da bi se dobili kvalifikovaniji kandidati za posao, programi obuke i obrazovanja se moraju fokusirati na razvoj određenih vještina u kontekstu posla, ali se i druge vještine mogu integrisati u obuku vezanu za dati posao tako da se primijene u toku konkretnog posla koji se obavlja.

Obrazovni sistem, posebno stručno obrazovanje trebalo bi prilagoditi zahtjevima tržišta rada i uvesti u sistem redovnog obrazovanja veći broj nedostajućih zanimanja, imajući pri tome u vidu da će svake 4-6 godina većina zanimanja nestati i pojaviti se nova, što zahtijeva fleksibilnost i obezbjeđivanje bržeg reagovanja na stanje tržišta rada.

Zanimanja u turizmu i ugostiteljstvu koja su potrebna poslodavcima hotela i restorana- ukupno 22 a to su:

putnički agent/ca, kuvar/ ica, konobar/ica, asistent /ica u turističkom informativnom centru, osoblje tur operatera, tur-operater- menadžer putničke agencije, turistički vodič / voditeljka menadžer/ka prodaje i marketinga, agent / ica prodaje rezervacija, osoblje u sektoru rekreacije, menadžer/ka ljudskih resursa, šef / ica održavanja, kućepazitelj/ ka, higijeničarka, šef / ica recepcije, recepcioner/ ka, menadžer/ka za hranu i piće, koordinator /ka manifestacija, menadžer / ka destinacije, kustos/ ica, konsijerž /rka (pomoć sa prtljagom, parkiranjem, savjeti za prevoz..), .glavni kuvar/ica, barmen / ka.

Za većinu od ovih zanimanja za sada ne postoje obrazovni programi.

DODATNA ZNANJA I VJEŠTINE

Pored znanja koja se stiču u redovnom obrazovanju za postizanje konkurentne radne snage u turizmu, neophodna su dodatna znanja i vještine:

Strani jezici

Od svih vještina, znanje najmanje jednog stranog jezika je bilo najznačajnije po mišljenju poslodavaca za uspješan rad osoblja u turizmu i ugostiteljstvu. Programi obuke i obrazovanja najvjerovatnije nude kurseve stranih jezika, ali bi integrisanje korišćenja stranog jezika u učionici poboljšalo vještine koje su potrebne na radnom

mjestu. Na primjer, neki međunarodni programi obuke u zemljama van engleskog govornog područja se na svim časovima realizuju na engleskom jeziku kako bi se onima koji završe obuku omogućio visok nivo znanja govornog jezika. Dobro bi bilo uvesti praksu da učenici i studenti u toku učenja ili obuke obiđu neku drugu državu u kojoj se u toku trajanja obrazovanja koristi aktivno engleski ili neki drugi jezik.

Pružanje usluga klijentima

Poslije stranih jezika, vještina koja se smatra veoma važnom je pružanje usluga klijentima a obuhvata širok spektar pitanja koja se odnose na rad sa ljudima u turizmu i ugostiteljstvu. Koncepti i vježbe koje se odnose na pružanje usluga klijentima se mogu uključiti u mnoge različite tipove kurseva, naročito kurseve koji se odnose na menadžment.

Obuka za kompjuterski sistem rezervacija (CRS)

Zaposleni u agencijama moraju ovladati znanjem i vještinom za kompjuterske rezervacije koje danas predstavljaju u najvećem broju slučajeva najčešći vid kupovine karata gostiju. Programe obuke treba uvesti u sve putničke agencije a sastoje se od simulacije pojedinih zahtjeva klijenata, nakon čega se zaposleni nesmetano uključuju u kvalitetno obavljanje posla.

• Komunikacija

Ovu vještinu smatraju veoma važnom i vlasnici i menadžeri hotela i restorana. Jedan od načina da se poboljšaju vještine komunikacije bi bilo da se traži više usmenih prezentacija. Osnovni koncepti i teorija komunikacije se mogu predavati učenicima, studentima i polaznicima ali je ključna primjena tih vještina na radnom mjestu. Simulacije ili pozivanje vlasnika i menadžera u učionice može unijeti malo realnosti radnog mjesta i izbjeći samo učenje uz teoriju.

Timski rad

U cilju podsticanja vještina za timski rad, treba dodijeliti grupne projekte tokom realizacije programa obuke i obrazovanja. Kod formiranja parova na radnom mjestu, pružanje internih mogućnosti mentorskih usluga i grupa radnika koji mogu obavljati različite funkcije korišćenjem pristupa „od početka do kraja“ jačaju koncept formiranja timova. Na primjer, integrisanje radnika u procese na radnom mjestu, a ne dodjeljivanje pojedinačnih zadataka. Posmatrati međusobnu povezanost radnika u kuhinji, uslužnog osoblja i higijenskih radnika kao proces, a ne kao pojedinačne poslove. Pružanje obuke zaposlenima kako bi mogli popuniti praznine kad god je to moguće takođe daje osjećaj uloge i svrhe koje se odnosi na cijeli tim, a ne samo na određeni posao.

Menadžment

Ovo se može odnositi na radna mjesta poput menadžera ili direktora, ili se može posmatrati kao niz zadataka koju su po prirodi „rukovodeći“. Ukoliko se „rukovodeći“ tipovi odgovornosti daju osoblju na radnim mjestima koja nijesu rukovodeća, ali koje pokazuje potencijal, povećaće se broj stepenica u karijeri i zadržavanje posla. Na primjer, identifikovanjem vodećeg uslužnog osoblja sa jasno definisanim rukovodećim zaduženjima može predstavljati početak procesa za testiranje sposobnosti za budući razvoj. Generalni projekat ili upravljanje događajem može obuhvatiti i vještine „kadrovskog upravljanja“ i liderstva. Trebalo bi otvoriti ovo pitanje institucijama koje daju diplome poslovnog menadžmenta i ljudskih resursa kako bi praktična iskustva ili

programi omogućili sticanje jedinstvenih vještina koje su potrebne u ovom sektoru (šefovi kuhinja, šefovi sala, šefovi za nadzor, kontolu,)

Prodaja, marketing i promocija

Ovo je jedna od najprenosivijih vještina. Većina programa marketinga bi pružila osnovno znanje koje se odnosi na ovaj sektor. Konkretnije, na sektor turizma i ugostiteljstva bi se odnosilo znanje, podrška klijentima i kako ući na inostrana tržišta. Ovo je vrijeme globalnih marketing praksi, dok su međunarodni standardi i protokoli uniformniji. Indirektno vezani za prodaju i marketing mogu biti internet, website, pa čak i vještine socijalnog umrežavanja koje bi poboljšale uspjeh. Generalna prodaja i marketing bi predstavljali vrijedan doprinos svakom radnom mjestu, s obzirom na to da se priroda turizma odnosi na promovisanje dobara i usluga.

Rješavanje problema

U istraživanju su jedino menadžeri identifikovali ovu vještinu kao potrebnu. Elementi pristupa učenju zasnovanom na problemima koji se koristi u nekim međunarodnim turističkim institucijama se mogu integrisati u nastavni plan i program. Ovaj pristup stavlja problem u određeni okvir i zahtijeva od učenika i studenata da nađu rješenje na osnovu istraživanja, studija slučajeva i kreativnim mišljenjem.

Dobro bi bilo uvesti programe za savladavanje ove vještine u naše obrazovanje.

POBOLJŠANJE PRAKTIČNOG RADA I PRAKTIČNIH ISKUSTAVA

Produženje perioda angažovanja

Iako je stažiranje skromno prepoznato u turizmu i ugostiteljstvu, većina stažista u ovoj industriji se ne zadržavaju dovoljno dugo da bi mogli pružiti vrijednu podršku. Kod većine stažista, koji ostaju mjesec ili dva, preduzeća ili ne žele da ulažu u obuku ili ne mogu iskoristiti benefite obuke, jer stažisti odlaze ubrzo nakon završetka obuke. U tom smislu, duže stažiranje bi bilo mnogo plodnije, kako za studente, tako i za zaposlene.

Koncentrisanje na konkretne oblasti

Stožiranje je često osmišljeno tako da studentima omogući pregled različitih segmenata poslovanja. Ova metodologija se pokazala djelotvornom za usmjeravanje novih kandidata ka tržištu poslova, ili za usmjeravanje pojedinaca ka cijelom obimu dobara i usluga u jednom preduzeću. Ipak, što se tiče stažista angažovanih na tako kratak vremenski period, oni ne usvoje detaljno vještine jer brzo prelaze iz jednog sektora u drugi. To takođe produbljuje problem u smislu da stažista ne dodaj vrijednost poslovanju i činjenice da oni ne usvoje vještine za obavljanje posla koje bi ih učinile potencijalno atraktivne za poslodavce. Prema tome, usredsređivanje na konkretnu oblast bi bilo poželjno.

Uraditi veoma jasan ugovor koji obuhvata Ugovor o povjerljivosti

U nekim slučajevima, postoji nesklad u očekivanjima između poslodavca i studenta, što bi se moglo spriječiti sa dobro urađenim ugovorom. Osim toga, imajući u vidu da stažisti mogu doći do osjetljivih, privatnih podataka, ugovorom treba precizirati očekivanja u

smislu povjerljivosti. Bez ovog vida razumijevanja, može doći do ograničenja u smislu tipova zadataka koji se mogu povjeriti stažisti, a što ograničava benefite koji se mogu ostvariti.

Programi i kursevi za dobijanje sertifikata u cilju bolje usklađenosti vještina

Programi sertifikacije imaju niz namjena:

Prvo, pružaju validiranu obuku i smjernice članovima osoblja, koji su zatim u mogućnosti da poboljšaju svoj učinak.

Drugo, mogu pomoći jačanju samopouzdanja radnika, povjerenja i lojalnosti što pomaže manjem smjenjivanju radnika.

Treće, sertifikacija se može iskoristiti kao instrument za marketing u smislu boljeg privlačenja klijenata kojima je stalo do kvaliteta. U ovom slučaju, međunarodne sertifikacije često nude prednost u smislu da su šire prepoznate od strane turista.

Upravljanje događajima

Ukoliko turistička privreda teži proširenju svoje oblasti djelovanja na ugostiteljstvo, onda će događaji imati značajnu ulogu za razvoj, uspješnost i održivost istih. Naime, neophodno je prepoznati i preduprijediti događaje nudeći uslugu blagovremeno. Nije poznato da li u Crnoj Gori postoje institucije koje pružaju obuku za upravljanje događajima ali bi trebalo raditi na tome.

Higijena hrane

Interesantno je da menadžeri restorana i smještajnih kapaciteta u Crnoj Gori u do sada sprovedenim istraživanjima nijesu naveli oblast higijene hrane kao neophodna znanja koja moraju znati zaposleni niti da je to na listi prioriteta.

Međutim, ova znanja bi možda, trebalo uvesti u većinu zanimanja iz oblasti turizma i trgovine, kao i proizvodnje hrane a fokusirala bi se na: održavanje sanitarnih objekata, pravilno skladištenje hrane, upravljanje štetočinama, osiguravanje lične higijene, itd.

Obuka turističkih vodiča

Još jedan aspekt turizma koji nije detaljno obuhvaćen istraživanjem jesu turistički vodiči. Ali, osim formalne pozicije turističkog vodiča, mnoga radna mjesta u turističkoj industriji zahtijevaju određene minimalne vještine u ovoj oblasti. Klijenti se stalno raspituju o najvećim atrakcijama, na šta da usmjere svoja interesovanja i postavljaju pitanja o atrakcijama nakon što ih posjete. Shodno tome, ukoliko se formalna obuka turističkih vodiča ne posmatra kao redovna ponuda, trebalo bi razmisliti makar o nekim komponentama ove obuke.

Obuka za tumačenje nasleđa

Potrebno je organizovati kurseve za sertifikaciju, koji su prvenstveno namijenjeni turističkim vodičima koji rade na jednoj konkretnoj lokaciji nasleđa, ili kojima se ljudi obraćaju za dobijanje informacija i osnovnih podataka o nacionalnim atrakcijama. Kod obuke za turističke vodiče pažnju treba posvetiti kursu za obuku trenera, za one koji se smatraju kvalifikovanim i zainteresovanim na cijeloj teritoriji Crne Gore.

Prva pomoć

Zdravlje i bezbjednost je još jedna oblast kojoj nije posvećena velika pažnja u bilo kom istraživanju u Crnoj Gori, niti je navedena kao jedna od potreba. Nekada se zaboravlja ili zanemaruje da vanredne okolnosti: zemljotresi, poplave, suše, epidemije mogu izazvati štetne posljedice na zdravlje velikog broja ljudi, te je, dok se ne pozovu radnici da djeluju u slučaju krize ili tokom vanredne situacije, neophodno imati određeni broj obučanih lica za pružanje prve pomoći kako bi bili pripremljeni da reaguju kada se desi nešto neočekivano. Potrebno je dalje istraživanje da bi se utvrdila dužina trajanja i cijena kursa i koliko često bi se održavali

OSTALE MOGUĆNOSTI ZA POVEĆANJE PRAKTIČNOG ISKUSTVA I VJEŠTINA

Otvoriti restoran ili hotel koji se koristi za obuku javnosti

U mnogim destinacijama, ugostiteljske škole treba da funkcionišu kao pravi hoteli ili restorani, tako da učenici mogu steći praktična iskustva pružajući usluge stvarnim klijentima, pri čemu treba obezbijediti širok spektar zanimanja.

Povećati korišćenje studija slučajeva

Studije slučajeva predstavljaju jedan od najboljih instrumenata za učenje, naročito za one koji nijesu imali mogućnosti da putuju u druge destinacije. Korišćenje međunarodnih studija slučajeva može postaviti osnovu za kvalitet i globalnu sliku vještina potrebnih u ovoj oblasti.

Poboljšati mogućnosti putovanja i praćenja odvijanja posla

Postoje mnoga turistička mjesta koja se generalno mogu locirati na relativno maloj udaljenosti. Koristiti lokalne objekte za planirane posjete studenata i osoba koje traže posao u turizmu. Praćenje odvijanja posla ili razgovor sa nekim radnicima omogućava kandidatima da se iz prve ruke upoznaju sa tipom posla, kao i da uvide neke od izazova sa kojima se suočavaju.

Izvršiti evaluaciju vještina i znanja za obrazovanje i predavanja

Često se ne radi o nedostatku radne snage, već o ograničenim mogućnostima koje se pružaju kroz obrazovanje i obuku. Rad na kursovima može biti teoretski i istorijski, prije nego primijenjeni. U nekim slučajevima, obrazovanje ili obuka nijesu usklađeni sa realnim zahtjevima poslodavaca, a takođe, u toku samog rada ne pruža se dodatno obrazovanje radi napredovanja u karijeri. Shodno tome, analizom obrazovanja i obuke koja se pruža, uključujući analizu nastavnog plana i programa i baze znanja predavača, može se dosta toga postići u pravcu unapređivanja sektora. Davanje studentima jasne slike potreba poslodavaca, vještina usklađenih sa realnim zahtjevima posla i postavljanje standarda kvaliteta služe poboljšanju cjelokupnog ugleda i renomea turizma i percepcije mogućnosti vezanih za napredovanje u karijeri.

Omogućiti svim građanima da vizioniraju nove usluge turistima

U Americi imaju novo zanimanje "imaginator" a podrazumijeva osmišljanje novih, još ne otkrivenih turističkih atrakcija koje su fascinantne za visoko-obrazovane, sofisticirane turiste, koji u novim ne otkrivenim destinacijama traže "čuda".

Ministarstvo prosvjete i nauke ili Ministarstvo turizma mogli bi raspisivati konkurse za nove ideje i napraviti nove turističke ponude koje bi vremenom postale novi turistički „imaginatori“.

LITERATURA:

1. *Miche Grant, ekspert za radnu snagu i konsultant SNV-a, Turistička industrija: analiza radne snage i nedostataka;*
2. *Anketa o tržištu rada, kvalifikacionim i obrazovnim potrebama u turizmu i ugostiteljstvu, ZZZCG, SNV I BRITISH COUNCIL, 2009. god.;*
3. *Strategija razvoja turizma u Crnoj Gori do 2020. godine, 2008. god. , Ministarstvo turizma i zaštite životne sredine*
4. *Program razvoja planinskog turizma u Crnoj Gori, Međunarodni institut za turizam, Ljubljana, 2005.*



V MARGINALNE GRUPE

PROFESIONALNA REHABILITACIJA I ZAPOŠLJAVANJE OSOBA SA INVALIDITETOM

Autori: Nevena Šuković
Slavica Radusinović

UVOD

Zapošljavanje je jedan od važnih načina borbe protiv socijalne izolacije i obaveza svake države je da stvori jednake šanse za sve, da osobe sa invaliditetom budu socijalno integrisane, da se razbiju predrasude o njihovim mogućnostima i radnim sposobnostima, da se sa više povjerenja gleda na njih, kako bi ostvarili svoju težnju da se uključe u radne procese, obezbjede egzistenciju za sebe i svoju porodicu, da se osjećaju društveno korisnim, lično srećnim i zadovoljnim.

PRAVNI OSNOV

U Crnoj Gori se sve više promoviše i razvija novi odnos prema osobama sa invaliditetom. Na podizanje svijesti i jačanje pozitivnog razmišljanja o mogućnostima, sposobnostima i problemima tih osoba utiču evropske integracije, kao i mnoga međunarodna dokumenta, koja snažnije promovišu ljudska prava osoba sa invaliditetom i favorizuju preduzimanje odlučnih mjera koje će stvoriti jednake uslove za njihovo aktivno učešće u svim oblastima društva (Konvencija MOR-a br.159, Preporuka MOR-a br.168, Univerzalna deklaracija UN o pravima čovjeka, Standardna pravila UN o izjednačavanju mogućnosti za osobe sa invaliditetom, Milenijumski razvojni ciljevi, Evropska socijalna povelja, Konvencija UN o pravima djeteta, Međunarodna konvencija UN o pravima i dostojanstvu osoba sa invaliditetom dr.).

Ustav Crne Gore, kao najviši akt, proklamuje ravnopravnost svih građana, tj. svi su pred zakonom jednaki, bez obzira na bilo kakvu posebnost i lično svojstvo.

Vlada Crne Gore je donijela Nacionalnu Strategiju zapošljavanja i ljudskih resursa za period 2007 – 2011 god, koja je suštinski i metodološki slična strategijama država članica EU i zahtijeva, između ostalog, da se, u periodu do 2011. godine preduzme niz mjera i aktivnosti, za osnivanje i funkcionisanje sistema profesionalne rehabilitacije i zapošljavanja osoba sa invaliditetom, kao i drugih osoba sa preprekama u zapošljavanju. Dvogodišnjim akcionim planovima zapošljavanja se operacionalizuju ciljevi Strategije.

Donijeta je i Strategija za integraciju osoba sa invaliditetom u Crnoj Gori 2008-2016 godine, čiji je cilj unapređenje položaja osoba sa invaliditetom i njihovo uključivanje u

sve oblasti društva, na ravnopravnoj osnovi. U oblasti profesionalne rehabilitacije i zapošljavanja je predviđeno uspostavljanje pravnog okvira za zapošljavanje osoba sa invaliditetom, koji treba da stvori uslove za njihovo prilagođavanje tržištu rada, kroz edukaciju, treninge i profesionalno osposobljavanje, kao i prilagođavanje tržišta rada osobama sa invaliditetom.

Na osnovu ciljeva i mjera koje postavlja Strategija, donose se akcioni planovi za period od dvije godine.

Poštujući preporuke Evropske unije, Zavod za zapošljavanje Crne Gore je izradio tri studije:

- *Tržište rada i zapošljavanje*, koja predstavlja osnovni dokument o učešću struke u rješavanju problema nezaposlenosti i pružanju usluga nezaposlenim, zaposlenim licima i poslodavcima. Uvodi se nova tehnologija rada sa korisnicima usluga. U tom procesu nezaposleni mora biti aktivan u traženju izlaza iz nezaposlenosti, dok služba za zapošljavanje mora da pruži efikasnu pomoć, vodeći računa o osnovnom načelu u radu sa nezaposlenim, a to je usmjerenost prema njegovim potrebama i mogućnostima. Uvodi se savremeni koncept posredovanja, jer se sa pasivnog posredovanja prelazi na aktivno povezivanje i usklađivanje ponude i tražnje;
- *Doktrina rada i tehnologija rada sa teže zapošljivim licima* je integralni dio, opšte doktrine pružanja usluga, kojim se definišu ciljevi i uređuje proces i tehnologija rada, primjena različitih metoda i tehnika, standardi, kodeksi i druga pitanja iz ove oblasti. Ovom studijom su stručno utemeljena polazišta, predlozi i sugestije za oblikovanje zakonske regulative u Crnoj Gori, saglasno opredjeljenjima Evropske unije u ovoj oblasti, ukazano je na značaj formiranja i razvoja specijalizovanih organizacija za pružanje usluga teže zapošljivim licima na području profesionalne rehabilitacije, zapošljavanja i socijalne zaštite, kao i na uspostavljanje kontinuirane partnerske saradnje organizacija i institucija u oblasti zapošljavanja, zdravstva, invalidsko-penzijskog osiguranja, socijalne zaštite, nevladinih organizacija, uz odgovarajuću koordinaciju od strane resornih ministarstava i drugih državnih organa.
- *Socijalna ekonomija u Crnoj Gori* je izraz potrebe da se ukaže na ulogu socijalne ekonomije i socijalnog preduzetništva u razvijenim zemljama tržišne privrede, i na bazi toga sagledavanje njene uloge u povećanju zaposlenosti teško zapošljivih grupa u Crnoj Gori. Iz studije proizilazi zaključak da uspostavljanje socijalnih kooperativa predstavlja efikasan instrument protiv socijalne izolovanosti i da je neophodno omogućiti da se socijalna preduzeća razvijaju tamo gdje privatni sektor nema interesa, a javni sektor nije dovoljno efikasan. Time se postiže ravnoteža između tržišnog i socijalnog.

U julu 2008. godine donijet je Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom, čiji je cilj stvaranje uslova za uspješnu profesionalnu rehabilitaciju, povećanje zaposlenosti lica sa invaliditetom i njihovo ravnopravno učešće na tržištu rada, uz otklanjanje barijera i stvaranje jednakih mogućnosti.

U cilju potpunije izgradnje jedinstvenog i standardizovanog sistema za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje lica sa invaliditetom, u avgustu 2009. godine, donijeta su i podzakonska akta za sprovođenje ovog zakona, i to:

- Pravilnik o uslovima i kriterijumima za utvrđivanje preostale radne sposobnosti i mogućnost zaposlenja;
- Pravilnik o uslovima i načinu ostvarivanja prava na profesionalnu rehabilitaciju;
- Pravilnik o bližim uslovima, kriterijumima i standardima za sprovođenje mjera i aktivnosti profesionalne rehabilitacije;
- Pravilnik o uslovima koje treba da ispunjava ustanova za profesionalnu rehabilitaciju, radni centar, zaštitna radionica i zaštitni pogon;
- Pravilnik o bližim uslovima i načinu ostvarivanja prava na subvenciju zarade lica sa invaliditetom.

Donošenjem posebnog zakona, Zakona o zapošljavanju i osiguranju od nezaposlenosti (u martu 2010. godine) i podzakonskih akata za sprovođenje posebnog zakona, stvoren je pravni okvir za realizaciju programa profesionalne rehabilitacije i zapošljavanje lica sa invaliditetom, kao i drugih teže zapošljivih lica.

Zakonom o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom, utvrđeno je da se zapošljavanje ostvaruje na otvorenom tržištu rada i pod posebnim uslovima, zavisno od preostalih radnih sposobnosti tih lica.

Na otvorenom tržištu radu, u primjeni je kvotni sistem u zapošljavanju lica sa invaliditetom, i to: poslodavac koji ima od 20 do 50 zaposlenih dužan je da zaposli najmanje jedno lice sa invaliditetom, a koji ima više od 50 zaposlenih najmanje 5% lica sa invaliditetom, u odnosu na ukupan broj zaposlenih.

Poslodavac koji zaposli lice sa invaliditetom, prema ovom zakonu, ima pravo na subvencije, koje se odnose na:

- bespovratna sredstva za prilagodjavanje radnog mjesta i uslova rada za zapošljavanje lica sa invaliditetom;
- kreditna sredstva pod povoljnim uslovima za kupovinu mašina, opreme i alata potrebnog za zapošljavanje lica sa invaliditetom;
- učešće u finansiranju ličnih troškova asistenta (pomagača u radu) lica sa invaliditetom;
- subvencije zarade lica sa invaliditetom koje zaposli.

Pravo na subvencije ima i lice sa invaliditetom koje se samozaposli, koje obavlja samostalnu djelatnost ili osnuje privredno društvo, koje se zaposli u porodičnom domaćinstvu i obavlja poljoprivrednu djelatnost kao jedino, glavno ili dopunsko zanimanje.

Poslodavcu pripada subvencije zarada, u prvoj godini 80%, u drugoj godini 60% i u trećoj i svakoj narednoj godini 50% od isplaćene bruto zarade zaposlenog lica sa invaliditetom.

Poslodavac koji ne ispuni kvotu, dužan je da, za svako lice koje nije zaposlio, prilikom mjesečne isplate zarada i naknade zarada zaposlenih uplati poseban doprinos za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje lica sa invaliditetom na posebni račun Budžeta Crne Gore – Fond za profesionalnu rehabilitaciju, koji je organizovan u Zavodu za zapošljavanje Crne Gore. Sredstva Fonda se koriste za programe profesionalne rehabilitacije, zapošljavanja lica sa invaliditetom, isplate subvencija, sufinansiranje posebnih organizacija, u kojima se zapošljavaju lica koja se, zbog radnih i zdravstvenih ograničenja, ne mogu zaposliti na otvorenom tržištu rada, kao i drugih aktivnosti.

U cilju praćenja realizacije mjera i aktivnosti profesionalne rehabilitacije, kao i namjenskog korišćenja sredstava Fonda, obrazovan je Savjet Fonda, koji ima devet članova, od kojih četiri imenuju udruženja koja predstavljaju lica sa invaliditetom (Savez slijepih Crne Gore, Savez organizacija gluvi i nagluvi Crne Gore, Udruženje paraplegičara Crne Gore i Udruženje mladih sa hendikepom Crne Gore), a po jednog Ministarstvo rada i socijalnog staranja, Ministarstvo finansija, Zavod za zapošljavanje Crne Gore, Savez sindikata Crne Gore i Unija poslodavaca Crne Gore.

Zapošljavanje pod posebnim uslovima je zapošljavanje u posebnim organizacijama, i to u:

- Zaštitnoj radionici – oblik obavljanja privredne djelatnosti, pod uslovom da zapošljava najmanje 51% lica sa invaliditetom od ukupnog broja zaposlenih. Može je osnovati jedinica lokalne samouprave, privredno društvo, preduzetnik, Zavod, NVO, lica sa invaliditetom, udruženje poslodavaca, sindikat i drugo pravno i fizičko lice;
- Zaštitnom pogonu – poslodavac je dužan da, ukoliko u okviru sistema poslovanja postoje otežani uslovi rada koji povećavaju nastanak invalidnosti, organizuje poseban pogon zaštitnog karaktera. Pogon se organizuje ako poslodavac ima utvrđena mjesta na kojima se mogu zaposliti lica sa invaliditetom u adaptiranom ambijentu i u zavisnosti od potreba lica sa invaliditetom. Može se osnovati pod uslovom da ima najmanje 50% radnih mjesta za zapošljavanje lica sa invaliditetom.
- Radnom centru – ustanova za zaštitu lica sa invaliditetom, posebno onih sa teškim invaliditetom, koja se ne mogu zaposliti niti održati zaposlenje pod opštim niti pod posebnim uslovima; služi za zapošljavanje i radno terapeutske aktivnosti u okviru habitacije (sistem mjera i postupaka za osposobljavanje djece sa urođenim ili u najranijem uzrastu stečenim oštećenjem, radi boljeg funkcionisanja za svakodnevne potrebe života) i rehabilitacije. U radnom centru se mogu zaposliti lica koja ne postižu radni učinak veći od 50% u odnosu na lica iste životne dobi, stručne spreme i pod istim uslovima rada. Radni centar mora imati najmanje 80% zaposlenih lica sa invaliditetom u odnosu na ukupan broj zaposlenih. Lice sa invaliditetom ima status korisnika usluga.

Za primjenu Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom potrebno je uspostaviti odgovarajuću institucionalnu mrežu, edukovati kadrove –

stručnjake raznih profila, koji će biti jedan od osnovnih uslova za funkcionisanje novog sistema u ovoj oblasti.

Zavod za zapošljavanje, kao nosilac posredovanja u zapošljavanju nezaposlenih lica, inicira i u početnoj fazi, pruža podršku formiranju specijalizovanih organizacija za profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje lica sa invaliditetom, obzirom da zahtijevaju poseban stručni tretman, zbog niza prepreka koje utiču na problem njihovog zapošljavanja, kao što su: predrasude, gubitak samopouzdanja, nemotivisanost, opadanje radnih sposobnosti, zastarela i neadekvatna znanja i dr.

Tako je krajem 2009. godine počela realizacija programa profesionalne rehabilitacije i osposobljavanje budućih stručnjaka iz ove oblasti, koji su nastavili realizaciju i u 2010-oj godini.

PROFESIONALNA REHABILITACIJA

U smislu Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom, profesionalna rehabilitacija obuhvata veliki broj aktivnosti, poput: profesionalnog informisanja, savjetovanja i procjene profesionalnih mogućnosti, sprovođenja procedura i postupaka utvrđivanja radnih sposobnosti i vještina, pružanja psihosocijalne i motivacijske podrške pri usmjeravanju lica na odgovarajuće programe rehabilitacije, realizacije programa osposobljavanja lica sa invaliditetom za odgovarajuća zanimanja i uključivanja na tržište rada, prilagođavanja radnog mjesta za lica sa invaliditetom, pružanja stručne pomoći i praćenja lica sa invaliditetom sa ciljem da se efikasno uključi u radno okruženje, kao i analize tržišta rada radi utvrđivanja mogućnosti zapošljavanja i uključivanja u rad lica sa invaliditetom, procjene mogućnosti izvođenja, razvoja i usavršavanja programa profesionalne rehabilitacije, radnog osposobljavanja, dokvalifikacije, prekvalifikacije i programa za održavanje i usavršavanje radnih i socijalnih vještina i sposobnosti u funkciji pripreme za zapošljavanje, itd.

Profesionalna rehabilitacija nema za cilj isključivo osposobljavanje lica sa invaliditetom za rad, već ima i mnogo širu dimenziju radno-socijalne integracije, za što samostalnije i uspješnije uključivanje u život i rad.

Najvažnije komponente profesionalne rehabilitacije su dijagnoza problema, odnosno prepreke u zapošljavanju, procjena preostale radne sposobnosti, usmjeravanje i osposobljavanje za produktivni rad i zapošljavanje, psihosocijalna podrška u cijelom procesu i naravno zapošljavanje, održanje zaposlenja i napredovanje u njemu.

Kao najvažniji segment procesa profesionalne rehabilitacije prepoznato je utvrđivanje preostale radne sposobnosti.

U procjenu preostale radne sposobnosti uključeni su stručnjaci iz raznih oblasti: socijalni radnik, doktor medicine rada, tehnolog, radni terapeut, psiholog i drugi stručnjaci, koji kroz individualni pristup, a na osnovu određenih testiranja, simuliranja radne sredine, medicinske dokumentacije, utvrđuju kakve su radne sposobnosti nezaposlenog lica.

U procesu profesionalne rehabilitacije jako je bitan kontinuitet i sam proces izuzetno je kompleksan. Zato treba uvijek imati na umu dugoročna rješenja, kombinovati obrazovanje i mjere rehabilitacije, a sve s ciljem da se lice na pravi način uključi i što duže zadrži na tržištu rada.

Realizacijom mjera i aktivnosti profesionalne rehabilitacije nezaposlena lica se kvalitetno pripremaju za tržište rada, jer to predstavlja jedini način da budu zadovoljna i lica sa invaliditetom i poslodavci.

Pilot program »Primjena Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom u praksi«

Zavod za zapošljavanje Crne Gore, u saradnji sa privatnom Agencijom »Pamark« iz Podgorice i stručnjacima Agencije »Papilot« iz Ljubljane, Republika Slovenija, inicirao je 2009. godine pokretanje programa profesionalne rehabilitacije, kroz realizaciju pilot projekta, što je istovremeno označilo početak primjene Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom u praksi.

Do sada je u u programe profesionalne rehabilitacije uključeno 110 lica sa evidencije biroa Podgorica, Nikšić i Bar.

Programi profesionalne rehabilitacije namijenjeni su nezaposlenim licima koji imaju probleme i prepreke pri zapošljavanju, koje su uglavnom prouzrokovane kombinacijom većeg broja faktora (neki od rizičnih faktora odnose se na zdravstvene probleme, neki su više socijalne prirode, itd). Da bi Zavod za zapošljavanje bio u mogućnosti da uspješno posreduje pri njihovom zapošljavanju, neophodno ih je pripremiti za tržište rada i procijeniti njihove preostale radne sposobnosti.

Pored toga, treba imati u vidu, da je procjena preostalih radnih sposobnosti i uključivanje u programe rehabilitacije preduslov za dobijanje statusa lica sa invaliditetom, za ona lica koja ga po drugom osnovu nijesu ostvarila. Samim tim omogućava se njihov rad u uslovima i na način koji u potpunosti odgovara njihovoj preostaloj radnoj sposobnosti, kao i korišćenje beneficija po osnovu Zakona o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom.

Poštujući modularni pristup u profesionalnoj rehabilitaciji, prvi korak uključivanja nezaposlenih lica je trijaža sa motivacijom, pri čemu se ostvaruje prvi susret sa rehabilitantom, od strane rehabilitacijskog savjetodavca, psihologa i doktora medicine rada.

Trijaža ima za cilj prepoznavanje smetnji, sposobnosti i potencijala, kao i spoznaju socijalnog okruženja rehabilitanta. Na osnovu toga, u saradnji sa samim rehabilitantom vrši se izrada individualnog Plana rehabilitacije, kojim se definišu sledeće faze rehabilitacije.

Kroz drugi modul vrši se ocjena preostale radne sposobnosti, u kojem sa rehabilitantima individualno rade članovi stručnog tima, kroz razgovore, niz psiholoških i tehnoloških testiranja, simulaciju radne sredine i slično. Cilj modula je utvrđivanje radne sposobnosti, znanja, postojećih radnih navika i na kraju dobijanje zajedničkog mišljenja

o mogućnostima uključivanja rehabilitanta u proces rada, školovanja ili utvrđivanje nezapošljivosti i upućivanje u neki od oblika zapošljavanja pod posebnim uslovima. Cilj procjene preostalih radnih sposobnosti za pojedinca jeste i potreba za prepoznavanjem vlastitih prepreka u zapošljavanju i njihovo prevazilaženje.

Na osnovu definisanih preostalih radnih sposobnosti rehabilitanti se uključuju u naredne module, poput: psihosocijalne rehabilitacije (kojim se utiče na njegovu motivaciju, obnavljaju i stiču vještine komunikacije, podiže poljuljano samopouzdanje i slično), uključivanje u programe sticanja novih znanja i vještina za traženje zaposlenja (namijenjen licima koja žele da traže posao, ali ne znaju kako); traženje odgovarajućeg radnog mjesta uz posredovanje Zavoda, analiza i prilagođavanje radnog mjesta, sticanje radnih vještina na konkretnom radnom mjestu ili, ukoliko se ustanovi da rehabilitant ne može biti uključen u otvoreno tržište rada upućuje se u modul socijalna uključenost (rad kao okupacija, radni centar i slično).

Krajnje Mišljenje o procjeni daje tim. Tim sačinjavaju stručnjaci raznih profila: rehabilitacioni savjetodavac socijalni radnik, psiholog, doktor medicine rada, radni terapeut, tehnolog rada, kao i stručnjaci drugih profila po potrebi (poput tiflopedagoga – pedagog za slijepe i slabovide osobe).

Mišljenje se temelji na iskazima i mišljenjima svakog člana tima, iznesenim na redovnim timskim sastancima. Na osnovu mišljenja priprema se ocjena mogućnosti za zapošljavanje pojedinca na otvorenom tržištu rada, zapošljavanje pod posebnim uslovima ili se utvrđuje nemogućnost zapošljavanja. Na taj način Zavod za zapošljavanje obezbjeđuje stručno mišljenje, sa predlogom za usmjeravanje nezaposlenog lica.

Za sve rehabilitante predviđeno je stručno praćenje, u trajanju od šest mjeseci, period, u kome se prati realizacija postavljenih ciljeva i bez kojeg programi profesionalne rehabilitacije nemaju efekta.

Kod velikog broja rehabilitanata u procesu procjene radnih sposobnosti utvrde se zdravstveni problemi i neophodnost daljeg medicinskog tretmana. Tim koji realizuje mjere profesionalne rehabilitacije, uz preporuku za nastavak liječenja, obezbjeđuje i pomoć, ukoliko je potrebna, u posredovanju kod zdravstvenih institucija.

Na osnovu razgovora sa rehabilitantom kreira se nacrt praćenja. Prati se odziv rehabilitanta i ispunjenje zadatih ciljeva. U tom periodu, zavisno od aktivnosti u koju je upućen rehabilitant, prati se i posreduje kod obrazovnih institucija, poslodavaca, prati se realizacija modula pripreme na konkretnom ili simuliranom radnom mjestu. Praćenje se odvija i u programu socijalne i radne uključenosti. Takođe, može da se radi i o pripremi radnog mjesta, nakon čega se rehabilitant prati u novoj radnoj sredini.

Za lica kod kojih se utvrdi da je njihova preostala radna sposobnost ispod 30%, predlaže se uključivanje u program „Socijalna uključenost lica sa invaliditetom“.

Sadržaj programa socijalne uključenosti se odnosi na psihosocijalnu podršku, unapređivanje radnih i socijalnih vještina nezaposlenih lica, kroz jednostavna zanimanja, poput izrade određenih suvenira (radionica za izradu predmeta od gline,

radionica za izradu pletenih proizvoda od prirodnih materijala, poput podmetača, korpica, držača za flaše i slično, izrada novogodišnjih čestitki i ukrasa, slikanje na tkanini). Pojedinačne aktivnosti se prilagođavaju sposobnostima učesnika programa.

OBUKA STRUČNJAKA ZA OBLAST PROFESIONALNE REHABILITACIJE

Uključivanje teže zapošljivih lica, pa tako i lica sa invaliditetom, u tržište rada predstavlja jedan od najzahtjevnijih poslova na području zapošljavanja. Stoga je neophodno obezbijediti visok nivo kvaliteta u svim elementima stručnog tretmana.

Prepoznajući potrebu za stvaranjem stručnjaka koji će izvoditi programe profesionalne rehabilitacije, po modularnom principu i utvrđenim standardima, Zavod je u okviru pilot projekta pokrenuo i proces obuke 12 visokoškolaca – nezaposlenih lica sa evidencije Biroa rada Podgorica. Među njima su socijalni radnici, psiholozi, defektolozi, fizioterapeuti (koji se obučavaju za radne terapeute) i tehnolozi (koji se obučavaju za tehnologe rada). Obuka se odnosi na teorijsku i praktičnu, jer se realizuje uporedo sa realizacijom programa profesionalne rehabilitacije.

U proces obuke je uključeno i osam lica zaposlenih u Zavodu, koji će raditi na mjestima rehabilitacionog savjetnika i biti zaduženi za praćenje realizacije programa profesionalne rehabilitacije nezaposlenih lica i saradnju sa izvođačima. Zajednička obuka inicirana je iz razloga važnosti buduće saradnje Zavoda za zapošljavanje i Centra za radnu integraciju, u kojem će stručni kadar izvoditi programe profesionalne rehabilitacije.

Teorijska obuka obuhvata kompletan proces profesionalne rehabilitacije, od prepoznavanja prepreka, upućivanja i samog tretmana lica sa invaliditetom i drugih teže zapošljivih lica do razrade izvođenja svakog pojedinog programa.

Neke od oblasti koje se obrađivane odnose se na vrste, specifičnosti, karakteristike pojedinih ciljnih grupa sa psihološkog, pedagoškog, medicinskog, radno-terapeutskog i tehnološkog aspekta; razumijevanje i prepoznavanje poteškoća i prepreka kod njihovog uključivanja u tržište rada; važnost uvođenje sistema kvaliteta u rad sa teže zapošljivim kategorijama nezaposlenih; primjenu etičkog kodeksa u rehabilitaciji, tehnologiju rada u profesionalnoj rehabilitaciji sa medicinskog aspekta; metode rada u profesionalnoj rehabilitaciji (interdisciplinarni, individualni, grupni, timski); tehnologiju rada u rehabilitaciji sa radno-terapeutskog aspekta; modularni pristup u profesionalnoj rehabilitaciji sa analizom i procesom izvođenja svakog pojedinačnog modula; evaluaciju u profesionalnoj rehabilitaciji.

Teme su obrađivanje kroz uključivanje stručnjaka koji se bave profesionalnom rehabilitacijom, poput socijalnih radnika, psihologa, doktora medicine rada, radnih terapeuta, tehnologa rada, eksperati iz oblasti uvođenja sistema kvaliteta, standarda i etičkog kodeksa.

CENTAR ZA RADNU INTEGRACIJU U PODGORICI

Zavod za zapošljavanje je inicirao gradnju Centra za radnu integraciju teže zapošljivih lica u Podgorici. Centar je namijenjen teže zapošljivim licima, koja bez podrške i odgovarajućih stručnih tretmana nijesu zapošljiva.

Centar će biti institucija u koju će se upućivati lica kojima je potrebna sveobuhvatna obrada, nakon dugogodišnje nezaposlenosti, narušenog samopouzdanja ili nedefinisanih zdravstvenih teškoća.

U Centru će se realizovati programi profesionalne rehabilitacije prilagođeni potrebama teže zapošljivih kategorija, a izvođeni od strane stručnih lica različitih profila, koji ispunjavaju kadrovske standarde.

Nakon realizacije određenih programa, pripremaće se ocjena mogućnosti za zapošljavanje polaznika na otvorenom tržištu rada, zapošljavanje pod posebnim uslovima ili će se utvrđivati nemogućnost zapošljavanja. Na taj način Zavod za zapošljavanje će obezbijediti stručno mišljenje, sa predlogom za usmjeravanja nezaposlenog lica.

U objektu budućeg Centra biće moguće organizovati socijalne kooperative, kao i manje zaštitne radionice u kojima bi se zapošljavala lica sa invaliditetom kojima je ovakav Centar i namijenjen.

Crna Gora izgrađuje novi sistem u ovoj oblasti, a to je proces koji traje. Radi se o vrlo složenoj, specifičnoj i novoj materiji, koja zahtijeva jedan ozbiljan i vrlo pažljiv rad, jer kao što je poznato, put do zaposlenja lica sa invaliditetom je duži, komplikovaniji i teži. U tom smislu proces profesionalne rehabilitacije u Crnoj Gori zahtijeva multidisciplinarni pristup, podršku i aktivno učešće socijalnih partnera.

ZAPOŠLJAVANJE OSOBA SA INVALIDITETOM

Trenutno se, na našim evidencijama, nalazi 2.100 invalida rada, koji su ostali bez posla, kao tehnološki - ekonomski višak, zbog stečaja ili likvidacije preduzeća i 576 osoba - kategorisane omladine, što predstavlja 8,5% od ukupno broja nezaposlenih.

Najveći broj invalida rada su NK radnici i radnici sa II i III stepenom stručne spreme, sa preko 50 godina starosti i aktivno ne traže zaposlenje. Usmjereni su ka ostvarivanju prava na penziju, s tim što im, u periodu dok se nalaze na evidenciji nezaposlenih pripada novčana naknada od Fonda PIO, u skladu sa propisima o penzijskom i invalidskom osiguranju.

Kategorisana lica su većinom završila školovanje, za različita zanimanja u II, III i IV stepenu stručne spreme, u specijalizovanim ustanovama i pripada im zakonom utvrđena novčana naknada. Pretpostavlja se da postoji veliki broj mladih ljudi sa invaliditetom, koji nijesu obuhvaćeni kategorizacijom u ranom djetinstvu, te samim tim nijesu stekli odgovarajuće obrazovanje i prijavila se Zavodu.

Zavod u saradnji sa drugim socijalnim partnerima, realizuje javne radove u kojima lica sa invaliditetom zasnivaju radni odnos na određeno vrijeme, u trajanju od jednog mjeseca do godinu dana, čije se zarade finansiraju iz Fonda, i to:

Javni rad "Sunčana radionica" – višegodišnji projekat koji se realizuje u više gradova Crne Gore, za izradu suvenira, čestitki, ukrasa i papirne galanterije. U ovoj godini, uključeno je 113 lica sa invaliditetom, koja na ovaj način razvijaju spretnost, radne i socijalne vještine, vještine komunikacije, a pri tome ostvaruju i prihode po osnovu zasnivanja radnog odnosa na određeno vrijeme.

Pri izboru programa javnih radova, Zavod daje prednost programima, čiji je cilj poboljšanje kvaliteta života djece sa smetnjama i teškoćama u razvoju, kao i njihovih porodica. U toku je dodatna podrška djeci u nastavi kada su uključena u redovno obrazovanje, po inkluzivnom modelu. Ova podrška se realizuje kroz 16 programa javnih radova, u trajanju od tri do deset mjeseci: u Podgorici, Bijelom Polju, Pljevljima, Nikšiću, Mojkovcu, Rožajama i Herceg Novom. Izvođači ovih programa su nevladine organizacije, koje se bave pitanjima lica sa invaliditetom, posebno udruženja roditelja djece sa teškoćama u razvoju i škole koje pohađaju ova djeca, a partneri u realizaciji programa, pored Zavoda, su i lokalne samouprave, domovi zdravlja, socijalne ustanove i drugi. U navedenim radovima uključeno je 114 lica na poslovima profesionalnog asistenta. Njihove zarade finansira Zavod.

Za devet mjeseci je realizovano i 7 radova koji se odnose na pomoć djeci i omladini sa smetnjama u razvoju u kući i dnevnim centrima, u kojima je uključeno 26 lica. Ova podrška se realizuje u trajanju od tri do deset mjeseci: u Podgorici, Bijelom Polju, Nikšiću, Baru i Beranama.

Ovi programi su veoma značajni, jer s jedne strane, djeca ostvaruju punije učešće u životnim aktivnostima, bolje rezultate u školi, osjećaju se uspješnijim u društvu svojih vršnjaka, a s druge strane razvijaju očuvane sposobnosti i unapređuju radni potencijal, što je u svrhu prevencije problema kod njihovog budućeg zapošljavanja.

U periodu od 23.05.2009. godine do 11.10.2010. godine, osam poslodavaca je podnijelo zahtjeve za dodjelu subvenciju zarade za zaposlenih sedam lica sa invaliditetom.

Sufinansiranjem prostora i opreme za zapošljavanje u iznosu od 50 najnižih cijena rada, zaposlena su 2 lica sa invaliditetom (kategorisana lica).

Početkom 2010. godine objavljen je konkurs za dodjelu kredita radi stimulisanja zapošljavanja i preduzetništva za lica sa invaliditetom, pod povoljnijim uslovima, kako u pogledu visine sredstava tako i roka povraćaja sredstava. Konkurs je raspisan na neodređeno vrijeme.

Do sada je podnijeto 4 zahtjeva za dodjelu kredita za zapošljavanja 6 lica od kojih su 4 lica invaliditetom. Svi zahtjevi su odobreni.

ZAKLJUČAK

Od dana početka primjene Zakona do sada, tj, već godinu i šest mjeseci, može se reći da se poslodavci radije opredjeljuju za plaćanje posebnog doprinosa nego da zapošljavaju lica sa invaliditetom, uz korišćenje subvencija. Socijalno partnerstvo u ovoj oblasti još uvijek nije zaživjelo, tako da su Zavod za zapošljavanje i nekoliko organizacija koje se bave problemima lica sa invaliditetom jedini inicijatori realizacije programa profesionalne rehabilitacije i zapošljavanja lica sa invaliditetom. U narednom periodu je neophodno angažovanje svih subjekata u Crnoj Gori (lokalne samouprave, privredna društva, nevladine organizacije lica sa invaliditetom, udruženja poslodavaca, sindikat i sva druga pravna i fizička lica), u rješavanju problema profesionalne rehabilitacije i zapošljavanja ovih lica, posebno kroz inicijative osnivanja zaštitnih radionica ili radnih centara na što ih obavezuje i Zakon.

Zakonska osnova za uvođenje različitih modela zapošljavanja lica sa invaliditetom postoji. Intencija da se podstiče zapošljavanje na otvorenom tržištu rada, kad god je to moguće, postoji. Ostaje nam da pokažemo da postoji i dovoljno razuma, želje i motiva da svi zajedno riječi pretočimo u stvarnost.

LITERATURA:

1. „Tržište rada i zapošljavanje“, grupa autora, izdavač ZZZCG, Podgorica 2003
2. „Socijalna ekonomija u Crnoj Gori“, grupa autora, izdavač ZZZCG, Podgorica 2006
3. „Doktrina rada i tehnologija rada sa teže zapošljivim licima“, grupa autora, izdavač ZZZCG, Podgorica 2008
4. Statistika i izvještaji o radu ZZZCG, 2010

Pravni osnov:

5. Konvencija Međunarodne organizacije rada o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom, broj 159 (usvojena 1983. godine)
6. Preporuka Međunarodne organizacije rada o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom, broj 168 (usvojena 1983. godine)
7. Univerzalna deklaracija UN o pravima čovjeka, (proglašena 1948)
8. Standardna pravila UN o izjednačavanju mogućnosti koje se pružaju osobama sa invaliditetom (usvojena 1993. godine)
9. Milenijumski razvojni ciljevi (usvojeni 2002. godine)
10. Evropska socijalna povelja, (1961, dopune 1988, 1991)
11. Konvencija UN o pravima djeteta (usvojena 1989)
12. Međunarodna konvencija UN o pravima i dostojanstvu osoba sa invaliditetom (2006)
13. Ustav Crne Gore („Sl. List CG“, br. 1/07)
14. Nacionalna Strategija zapošljavanja i ljudskih resursa za period 2007 – 2011 god (Vlada Crne Gore)
15. Strategija za integraciju osoba sa invaliditetom u Crnoj Gori 2008-2016 godine (Vlada Crne Gore)
16. Zakon o zapošljavanju i ostvarivanju prava iz osiguranja od nezaposlenosti (»Sl. List CG«, br. 4/10)
17. Zakon o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju lica sa invaliditetom (»Sl. List CG«, br. 49/08)

18. *Pravilnik o uslovima i kriterijumima za utvrđivanje preostale radne sposobnosti i mogućnost zaposlenja (»Sl. List CG«, br. 54/09)*
19. *Pravilnik o uslovima i načinu ostvarivanja prava na profesionalnu rehabilitaciju (»Sl. List CG«, br. 54/09)*
20. *Pravilnik o bližim uslovima, kriterijumima i standardima za sprovođenje mjera i aktivnosti profesionalne rehabilitacije (»Sl. List CG«, br. 54/09)*
21. *Pravilnik o uslovima koje treba da ispunjava ustanova za profesionalnu rehabilitaciju, radni centar, zaštitna radionica i zaštitni pogon (»Sl. List CG«, br. 54/09)*
22. *Pravilnik o bližim uslovima i načinu ostvarivanja prava na subvenciju zarade lica sa invaliditetom (»Sl. List CG«, br. 54/09)*

CIP - Каталогизација у публикацији
Централна народна библиотека Црне Горе, Цетиње
331.5 (497.16) (05)

TRŽIŠTE rada: stručni časopis Zavoda za
zapošljavanje Crne Gore / glavni i odgovorni
urednik Nada Radovanović. - God. 1, br.1 (2006)-
. - Podgorica (Ivana Vujoševića 12) : Zavod za
zapošljavanje Crne Gore, 2006 (Podgorica :
Grafika). - 24 cm

Tri puta godišnje.
ISSN 1800-6035 = Tržište rada (Podgorica)
COBISS.CG-ID 10380816

