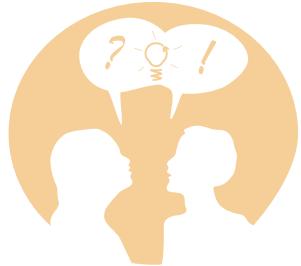


*Praktičan priručnik za odgojno-obrazovne ustanove i organizacije civilnog društva*



## **Sudjeluj u održivom razvoju: shvati – provedi – oblikuj**

**Održiva učenička poduzeća u hrvatskim  
srednjim školama**

UDRUGA ZA PRIRODU, OKOLIŠ I ODRŽIVI RAZVOJ

**sunce**



## IMPRESUM

### Izdavač:

Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce, Obala HNP 7/III, 21000 Split, Hrvatska,  
[www.sunce-st.org](http://www.sunce-st.org)

Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung, Lindenstraße 6, 19406 Neu-Pastin,  
Njemačka, <http://www.umwelterziehung.de>

**Urednički tim:** Margita Radman, Maja Golem

**Autorice:** Domagoj Bajtal, Maja Golem, Helena Habdija, Blanka Horvat, Tea Kuzmičić  
Rosandić, Robert Lorenz, Gabrijela Medunić-Orlić, Margita Radman, Alexander Schabel,  
Miranda Šimac, Ana Nikol Šprlje

**Lektorica:** Maja Golem

**Grafičko oblikovanje:** Siniša Nosil

**Tisak:** ACT Printlab d.o.o., otisnuto na recikliranom papiru

**Naklada:** 200 komada

**ISBN:** 978-953-7810-06-1

**CIP zapis** dostupan je u računalnom katalogu Sveučilišne knjižnice pod brojem  
190317088.

Split (Hrvatska), Erfurt (Njemačka)

### Slike i grafike u priručniku:

Alexander Schabel (str.29.: sl. 15 i sl. 16); Obrtna tehnička škola (str. 43.: sl. 40, sl. 42 i  
sl. 43); PERMA-HORTI (str. 21: sl. 6; str. 22: sl. 7 i sl. 8); Robert Lorenz (str. 23.: sl. 9 i sl.  
10; str. 24.: sl. 11 i sl. 12); SŠ Braće Radić (str. 43.: sl. 39 i sl. 41); Škola za dizajn, grafiku  
i održivu gradnju (str. 43.: sl. 44 i sl. 45; str. 44.: sl. 46, sl. 47 i sl. 48); Učenička zadružna  
Ban (str. 19.: sl. 1; str. 20.: sl. 2, sl. 3, sl. 4 i sl. 5); Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj  
Sunce (str. 25: sl. 13.; str. 37.: sl. 17, sl. 18 i sl. 19; str. 38.: sl. 20, sl. 21, sl. 22 i sl. 23; str.  
39.: sl. 24, sl. 25, sl. 26 i sl. 27; str. 40.: sl. 28 i sl. 29; str. 41.: sl. 30, sl. 31, sl. 32 i sl. 33; str.  
42.: sl. 34, sl. 35, sl. 36, sl. 37 i sl. 38)

Priručnik je izrađen u okviru projekta *Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim  
školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje  
mladih ljudi u Hrvatskoj* (2020. – 2022.) koji je financirala Njemačka savezna zaklada  
za okoliš (Deutsche Bundesstiftung Umwelt – DBU). Tisak priručnika sufinanciralo je  
Ministarstvo znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske. Vlasnik publikacije može  
koristiti ovaj materijal za neprofitnu upotrebu u obrazovne svrhe, uz navođenje  
točnog izvora. Ni jedan dio ove publikacije ne smije se reproducirati, učiniti bilo kako  
dostupnim, digitalizirati, prevoditi, uključivati u komplikacije ili prenositi bez pisane  
suglasnosti Udruge za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce ili Njemačkog društva za  
odgoj i obrazovanje za okoliš (Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung – DGU).

*Praktičan priručnik za odgojno-obrazovne ustanove i organizacije civilnog društva*



## **Sudjeluj u održivom razvoju: shvati – provedi – oblikuj**

**Održiva učenička poduzeća u hrvatskim  
srednjim školama**

# SADRŽAJ

POPRATNA RIJEČ	6
PREDGOVOR	7
UVOD	8
O PRIRUČNIKU	10
1. POGLAVLJE: UČENIČKE ZADRUGE U HRVATSKOJ	11
1.1.    Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva	11
1.2.    Učeničko zadrugarstvo nekad i sad	11
1.3.    Organizacija i ustroj učeničke zadruge	12
1.4.    Ciljevi i zadaci učeničke zadruge	14
1.5.    Ekološki odgoj u radu učeničkih zadruga	14
1.6.    Participacija u učeničkim zadrugama – zadruge kao projekti	15
1.7.    Kako osnovati učeničku zadrugu?	16
2. POGLAVLJE: UČENIČKE ZADRUGE U PRAKSI	19
2.1.    Primjeri dobre prakse u Hrvatskoj	19
Projekt <i>Banov brk</i>	19
PERMA-HORTI – <i>Zadarska inicijativa za permakulturni dizajn i urbanu hortikulturu</i>	21
2.2.    Primjeri dobre prakse u Njemačkoj	23
Schmidova tiskara	23
Shema održivog učeničkog poduzeća <i>Gospodin mrkva</i>	24
3. POGLAVLJE: OD IDEJE DO REALIZACIJE	25
3.1.    Pronalaženje ideje	25
<i>Massively Transformative Purpose – MTP</i>	25
<i>Moonshot</i> razmišljanje ( <i>Moonshot Thinking</i> )	26
Dvostruki dijamant	26
3.2. <i>Sustainable Business Canvas</i> (SBC) – dizajnirajte i testirajte održive poslovne modele za održiva učenička poduzeća	28
3.3.    Financiranje održivih učeničkih poduzeća – načini i mogućnosti	29
Izvori finansiranja učeničkih poduzeća	29
Grupno financiranje ( <i>crowdfunding</i> ) za učenička poduzeća	30
3.4.    Marketing proizvoda – ključ uspješnosti rada učeničkog poduzeća	34

<b>4. POGLAVLJE: PROJEKT ODRŽIVA UČENIČKA PODUZEĆA U HRVATSKIM SREDNJIM ŠKOLAMA – ZELENA PODUZEĆA PROMIČU ODRŽIVO PODUZETNIČKO RAZMIŠLJANJE I DJELOVANJE MLADIH LJUDI U HRVATSKOJ</b>	36
4.1. O projektu – pozadina i cilj	36
4.2. Provedba projekta	37
4.2.1. Radionica <i>Održivo učeničko poduzeće – karakteristike i struktura</i>	37
4.2.2. Radionica <i>Pronalaženje poslovnih ideja i razvijanje modela poslovanja</i>	37
4.2.3. Radionica <i>Održivo gospodarstvo na primjeru partnerske tvrtke</i>	38
4.2.4. Radionica <i>Osnivanje i financiranje održivih učeničkih poduzeća</i>	40
4.2.5. Radionica <i>Crowdfunding kampanja, proces kreiranja cijene proizvoda i lansiranje na tržište</i>	41
4.3. Projektni rezultati	42
4.4. Izazovi u provedbi	44
4.5. Osvrt projektnih sudionika	45
<b>5. POGLAVLJE: MATERIJALI</b>	47
5.1. Odluka o osnutku (obnovi) učeničke zadruge	47
5.2. Pravila učeničke zadruge	49
5.3. Pristupnica i vjerodajnica	58
5.4. <i>Massively Transformative Purpose (MTP)</i> – radni list	60
5.5. <i>Moonshot</i> razmišljanje – radni list	62
5.6. <i>Sustainable Business Canvas (SBC)</i>	64
<b>LITERATURA I POVEZNICE</b>	66
<b>O NOSITELJU PROJEKTA I PROJEKTNOM TIMU</b>	67
<b>ZAHVALA PROJEKTNIM PARTNERIMA I SUDIONICIMA</b>	68





## POPRATNA RIJEČ

*dr. Cornelia Soetbeer, Njemačka savezna zaklada za okoliš (Deutsche Bundesstiftung Umwelt – DBU)*

Došlo je vrijeme za veliku preobrazbu našeg današnjeg društva u ono održivo. Ljudska težnja za pomakom prema klimatski prihvatljivoj budućnosti sve je veća; međutim, s vremenom na vrijeme, ova je promjena puna neizvjesnosti i strahova, odgođena ili blokirana.

U 2011. Njemačko savjetodavno vijeće za globalne promjene (WBGU) pozvalo je na novi društveni ugovor za održivost kako bi se održivo upravljalo nadolazećim promjenama naše infrastrukture, proizvodnih procesa, regulatornih sustava i načina života. Štoviše,

izjavili su: „Globalna kriza modernog doba može se prevladati samo dubokom, zajedničkom svijesti o stvaranju niskougljičnih vrijednosti i održivom razvoju.“

Ali kako možemo raščlaniti te goleme, sveobuhvatne ciljeve u konkretni plan djelovanja? Kako mladima približiti zajedničku svijest o stvaranju vrijednosti s niskim udjelom ugljika?

Održiva učenička poduzeća nude savršeno okruženje za učenje u tu svrhu: potiče se razvoj ključnih vještina, kao što su odgovornost za budućnost i pravedna raspodjela, a istodobno se jačaju izgledi za buduće uspješno zaposlenje učenika. To je zato što radom u održivom učeničkom poduzeću učenici samostalno dizajniraju, proizvode, plasiraju i prodaju proizvode ili usluge. Pritom dolaze u dodir s različitim područjima poslovnog upravljanja i razmatraju teme poput održive potrošnje, održive proizvodnje i pitanja kako održivo osmislići radne uvjete u svojim poduzetničkim nastojanjima. Odgovarajuće rasprave o različitim aspektima održivog poslovanja i činu donošenja odluka u pozadini mogućih kompromisa, npr. između maksimiziranja profita i održivosti ili socijalne pravde, podučavaju ove učenike vrijednim vještinama za budućnost, kako u njihovu profesionalnom, tako i privatnom životu.

U tom smislu, projekt osnivanja održivih učeničkih poduzeća u hrvatskim srednjim školama, koji provodi Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce u suradnji s Njemačkim društvom za odgoj i obrazovanje za okoliš (Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung – DGU), potiče poduzetnički duh i profesionalnu orientaciju mladih ljudi usredotočenu na ekološki-prihvatljivu i društveno-pravednu gospodarsku aktivnost, a istodobno uspostavlja nove, inovativne metode poučavanja i učenja u hrvatskim školama.

Tako projekt, a posebno svi učenici koji u njemu sudjeluju, značajno doprinosi velikoj preobrazbi u Hrvatskoj.

## PREDGOVOR

*Gabrijela Medunić-Orlić, Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce*

Kako promijeniti paradigmu od linearog modela, koji je vođen načelima *uzmi, napravi, potroši i baci*, do učinkovitog i pametnog upravljanja resursima. Još uvijek je pojam ekonomski rast usađen u formalni obrazovni sustav dok se prosperitet neke države prečesto mjeri porastom BDP-a, iako on ne govori o kvaliteti ljudskih života. Promjenom obrazovnog procesa i educiranjem novih naraštaja o pojmu održivosti praktičnim radom svakako se može doprinijeti napuštanju *slijepo privrženosti* ekonomskom rastu što u konačnici može voditi novom obliku ekonomije koji će u obzir uzimati planetarna ograničenja. Upravo su održiva učenička poduzeća mjesta participativnih modela učenja čija primjena može doprinijeti novim svjesnjim generacijama istodobno educiranim za sudjelovanje u stvaranju promjena. Iako su učenička poduzeća u Hrvatskoj tradicionalna i djeluju u vidu zadruga; zadruge i njihovi proizvodi, kao i održive prakse koje primjenjuju, još uvijek su nedovoljno prepoznate i promovirane široj javnosti i poslovnom sektoru. Nadalje, za razliku od pojedinih održivih poduzeća u Njemačkoj, često ne postižu istinsku finansijsku održivost niti dobit. Zadruge djeluju pretežno u osnovnim školama i mali je broj zadruga u srednjim školama, unatoč činjenici da su srednjoškolci bliže tržištu rada. Naime, iskustva i znanja stečena radom u učeničkim poduzećima mogu doprinijeti daljnjem profesionalnom rastu i razvoju srednjoškolaca. Vjerujemo kako će ovaj priručnik, provedene projektne aktivnosti te aktivnosti koje se planiraju i po završetku projekta, u sklopu rada kioska za prodaju proizvoda održivih učeničkih poduzeća na samom ulazu u turistički posjećenu Park-šumu *Marjan* u Splitu, doprinijeti savladavanju ovih nedostatka.

*Robert Lorenz, Njemačko društvo za odgoj i obrazovanje za okoliš (Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung – DGU)*

Učenička poduzeća su primijenjenog učenja koja učenicima osiguravaju (zaštićen) prostor u kojem mogu njegovati ekonomske kompetencije i primijeniti ih u praksi. Aktivnim radom u učeničkim poduzećima gospodarstvo postaje opipljivo, a u održivim učeničkim poduzećima gospodarska se djelatnost odvija ekološki i društveno-odgovorno. Učenička poduzeća u Hrvatskoj tradicionalna su praksa u osnovnim, ali rijeđe se nalaze u srednjim školama. Ipak, budući da srednje škole igraju bitnu ulogu za prijelaz mladih u svijet rada, projekt je usmjeren upravo na promicanje održivih učeničkih poduzeća u srednjim školama i pokušaje promicanja održivog poduzetničkog razmišljanja i djelovanja, kao i održive poslovne orientacije, među mladima u dobi od 15 do 18 godina. Koncept poučavanja i učenja u održivim učeničkim poduzećima primijenjen je u odabranim školama u Hrvatskoj, a postignuti rezultati i primjeri dobre prakse prenijeli su *poduzetnički impuls* i drugim školama.

Projekt se odvijao u suradnji Njemačkog društva za odgoj i obrazovanje za okoliš (DGU) i Udruge za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce. Glavni doprinos DGU-a postajeće je znanje i iskustvo o održivim učeničkim poduzećima u Njemačkoj, dok je Sunce lokalno provelo projekt u suradnji s raznim suradnicima iz područja obrazovanja, nevladinog i poslovnog sektora.

## UVOD

Formalno obrazovanje rijetko daje priliku za jasnu primjenu teorijskog znanja koja bi potakla učenike na aktivnu, odgovornu ulogu i uključivanje u zajednički proces donošenja odluka. S druge strane, današnje društvo sve više naglašava inovativni pristup i razvijanje ideja koje su u skladu s prirodom i održivim razvojem. U svrhu ostvarenja obrazovnih ciljeva održivog razvoja (Sustainable Development Goals – SDGs), UNESCO je razvio *Globalni akcijski program obrazovanja za održivi razvoj* za razdoblje od 2015. do 2019. godine. U njemu se navodi pet prioritetnih područja djelovanja. Jedno područje bavi se osnaživanjem i aktiviranjem te poticanjem mladih ljudi na preuzimanje uloge *posrednika promjena*. Smatra se da su mlađi ljudi posebno zainteresirani za što bolje oblikovanje svoje budućnosti i budućnosti sljedećih generacija te da predstavljaju pokretačku snagu obrazovnih procesa.

Cilj *Nacionalnog programa za mlade 2020. – 2024.* jest stvaranje društvenih prepostavki za razvoj potencijala mlađih radi podizanja kvalitete njihova života i njihove optimalne društvene integracije. Mjere koje se planiraju poduzeti u razdoblju provedbe Nacionalnog programa usmjerene su k poboljšanju vještina, znanja i kompetencija mlađih u svrhu njihove lakše integracije na tržište rada te aktivnog i odgovornog sudjelovanja u razvoju modernog i demokratskog društva. Održiva učenička poduzeća, čiji se razvoj potiče projektom, nude proizvode ili usluge i ostvaruju stvarnu dobit, a vode ih učenice i učenici. Ona imaju mnogo zajedničkoga s pravim poduzećima, npr. strukturu poduzeća i tržišnu orientaciju. Ipak, učenička poduzeća školski su projekt s pedagoškim ciljevima koji učenicima pruža (zaštićeni) prostor u kojem mogu stjecati i praktično primjenjivati gospodarske kompetencije. Rad u učeničkom poduzeću pruža mogućnost doživljaja svijeta gospodarstva. Učenička poduzeća načelno predstavljaju dobru metodu prenošenja obrazovnih sadržaja praktičnim djelovanjem. Članovi učeničkog poduzeća produbljuju ključne kompetencije, poput pouzdanosti, sposobnosti rada u timu i samostalnosti. Međutim, djelatnost održivih učeničkih poduzeća više je od svega toga. Održiva učenička poduzeća ne nastoje samo biti uspješna u gospodarskom pogledu, već slijede i ekološke i socijalne ciljeve, a upravo je jedan od specifičnih ciljeva Nacionalnog programa za mlade *promocija društveno odgovornog poslovanja kod mlađih ljudi*. Gospodarsko djelovanje održivih učeničkih poduzeća temelji se na principima održivog razvoja. Poduzetničke odluke preispituju se u pogledu ekoloških, socijalnih, lokalnih i globalnih posljedica, tj. s aspekta utjecaja na okoliš, na socijalno zajedništvo i na gospodarsko poduzetništvo. Primjerice, učenici razmišljaju o tome kako štedjeti (radni) materijal i energiju te mogu li koristiti regionalne, biološke proizvode.

Jedan od problema s kojim se lokalno suočavamo nedostatak je građanske inicijative mlađih. Ovaj nedostatak uglavnom proizlazi iz nedostatka samopouzdanja u vlastite sposobnosti. Isto tako, isključivo usmjeravanje na sadržaj tijekom školovanja rezultira nedostatkom učeničke pronicljivosti i sposobnosti uživljavanja u društvene situacije.

U održivom učeničkom poduzeću učenici povezuju teoriju i praksu, iskustveno uče i razvijaju važne vještine. Sudjelovanje u radu učeničkih poduzeća povećava motivaciju učenika što rezultira temeljitijem usvajaju znanja i razvijaju ključnih kompetencija te, posljedično, boljoj stručnoj osposobljenosti po završetku srednjoškolskog obrazovanja. Ne manje važno, rad u učeničkom poduzeću doprinosi osnaživanju građanskog angažmana učenika, poticanju na preuzimanje odgovornosti i sudjelovanju u inovativnom oblikovanju društva. Povezivanje obrazovnih institucija, poslovног i nevladinog sektora omogućuje prijenos znanja među sudionicima, a dodatno se obrazovne institucije i udruge profiliraju i dobivaju na društvenom značaju.

Kvalitetnim oblikovanjem novih generacija mlađih, koje će potom ulagati u sljedeće generacije, i ulaganjem u njihov osobni i profesionalni razvoj, uspješno zatvaramo krug održivosti zajednice i stoga je to jedan od glavnih razloga za provođenje projekta *Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje mlađih ljudi u Hrvatskoj (2020. – 2022.)*. Sve projektne aktivnosti provodile su se u suradnji sa start-upom Cidrani koji spaja visoku tehnologiju s prirodom, Impact Hub mrežom inkubatora za inovacije i Hrvatskom udrugom učeničkog zadružarstva (HUUZ) koja s nastavnicima i učeničkim zadružama njeguje radne navike i

sposobnosti, razvija poduzetničke vještine, odgovornost, inovativnost, kreativnost, samostalnost, ali i potrebu za suradnjom u učenika. Sve provedene radionice temeljile su se na participativnim metodama i pružale su priliku mladima uključenima u projekt, ali i njihovim vršnjacima, da budu kreatori svojih ideja i aktivno sudjeluju u samostalno-istraživačkom radu.

## O PRIRUČNIKU

Priručnik je namijenjen odgojno-obrazovnim ustanovama i organizacijama civilnog društva koje namjeravaju provoditi aktivnosti povezane s održivim učeničkim poduzećima, a sadrži kratak uvod u osnovne aspekte učeničkog poduzetništva na primjeru provedenog projekta i uključenih obrazovnih ustanova.

Zbog lakše čitljivosti teksta, autori većinom koriste jedan gramatički rod. Gramatički rod ne izražava preferenciju jednog spola u odnosu na drugi. Riječi koje se odnose na skupine ljudi (npr. učenici) ili na profesionalne skupine (npr. nastavnici) u tekstu uvijek uključuju osobe muškog i ženskog spola. Također, kada govorimo o održivim učeničkim poduzećima, u Hrvatskoj ovaj oblik učenja i poučavanja službeno ne koristi termin učeničko poduzeće, nego učenička zadruga. Stoga će se u nekim dijelovima priručnika, poglavito u prvom poglavlju, koristiti termin učeničke zadruge umjesto učeničkog poduzeća. U priručniku je naglasak na procesu i praktičnim primjerima. U prvom poglavlju daje se uvod u povijest učeničkog zadrugarstva u Hrvatskoj, organizaciju i ustroj te ciljeve i zadatke učeničkih zadruga s naglaskom na tematiku ekološkog odgoja i participativnih načina rada. Za one koji će se tek upustiti u proces osnivanja, na jednom su mjestu opisani svi potrebni koraci s potrebnom dokumentacijom.

Drugo poglavlje opisuje učenička poduzeća u Hrvatskoj i Njemačkoj i njihov rad u praksi. Istaknuta učenička poduzeća pravi su primjeri održivih učeničkih poduzeća i odabrana su zbog svoje povezanosti s okolišno-odgovornom tematikom priručnika. Ipak, valja naglasiti kako su to samo neki od velikog broja dobrih primjera u Hrvatskoj i Njemačkoj.

Kako bi proces od početne ideje do realizacije učeničkog proizvoda tekaо što jednostavnije, u trećem poglavlju opisano je nekoliko metoda koje olakšavaju pronalaženje ideje, s tim da se u projektu, ali i u priručniku, naglašavaju održive ideje i aktivnosti. Praćenje procesa na zajedničkim radionicama olakšao je alat *Sustainable Business Canvas* (SBC) koji, kao platno održivog poslovnog modela, podržava razvoj ideje u održivi poslovni model uvažavajući odnose unutar i izvan poduzeća. Osim na ekonomskim kriterijima, u SBC-u naglasak je na ekološkim i socijalnim posljedicama.

Više o samom projektu, projektnim ciljevima i aktivnostima možete saznati u četvrtom poglavlju. Nadamo se da će vam iscrpan opis aktivnosti i rezultata dati primjere i prijedloge za rad, ako se odlučite na osnivanje učeničkog poduzeća, ili samo osmišljavanje dodatnih aktivnosti u njihovom smjeru. Također, dio poglavlja posvećen je izazovima u provedbi kao i osvrtu projektnih sudionika.

Na kraju priručnika nalazi se zbirka materijala za praktičnu primjenu, literatura i mrežne poveznice korištene pri pisanju priručnika. Navedeno je namijenjeno dalnjem informiranju korisnika i produbljivanju sadržaja priručnika.

## 1. POGLAVLJE: UČENIČKE ZADRUGE U HRVATSKOJ

Domagoj Bajtal, Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva (HUUZ)

Blanka Horvat, Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva (HUUZ)

### 1.1. Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva

Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva, krovna nacionalna organizacija učeničkih zadruga Hrvatske, osnovana je 2006. godine. Djeluje kao neprofitna pravna osoba i članica je Hrvatske zajednice tehničke kulture – HZTK. U najkraćim crtama, prema Statutu, Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva:

- radi na razvitu i promicanju hrvatskog učeničkog zadrugarstva te njeguje dugu i bogatu tradiciju učeničkog zadrugarstva u Hrvatskoj;
- suorganizator je županijskih i državnih smotri učeničkih zadruga Republike Hrvatske;
- provodi program obrazovanja i ospozljavanja voditelja i suradnika učeničkih zadruga;
- organizira nakladničku djelatnost u području učeničkog zadrugarstva;
- povezuje i usmjerava rad učeničkih zadruga te potiče razvoj, suradnju i umrežavanje učeničkih zadruga kao i razvitak međuzupanijske suradnje u učeničkom zadrugarstvu;
- osigurava stručnu savjetodavnu pomoć učeničkim zadrugama;
- surađuje s nadležnim tijelima države i jedinicama područne i lokalne samouprave u svrhu zastupanja interesa i promidžbe učeničkog zadrugarstva;
- provodi program međunarodne suradnje s odgojno-obrazovnim ustanovama.

Sve ove aktivnosti Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva provodi u cilju stvaranja pozitivnog odnosa učenika prema radu i pozitivne poduzetničke klime u školama. U Hrvatsku udrugu učeničkog zadrugarstva danas su učlanjene 643 učeničke zadruge iz cijele Hrvatske. Broj učeničkih zadruga značajno je veći u osnovnim školama gdje se najčešće povezuju s tradicijom školskih vrtova. S druge strane, u srednjim školama njihov je broj osjetno manji. Tako, primjerice, za vrijeme pisanja priručnika, u 97 osnovnih škola osnovano je 119 učeničkih zadruga. Na području Splitsko-dalmatinske županije postoje čak 54 učeničke zadruge u osnovnim školama, dok je u 86 srednjih škola tek 11 zadruga.

Programe koje provodi Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva financira Hrvatska zajednica tehničke kulture iz namjenskih sredstava Ministarstva znanosti i obrazovanja za programe javnih potreba Republike Hrvatske u tehničkoj kulturi.

### 1.2. Učeničko zadrugarstvo nekad i sad

Kao i svaka pedagoška pojava, tako i učeničke zadruge imaju svoj razvojni put od početnih ideja do današnjeg, suvremenog pojma. Početna ideja često nije istovjetna postoećem suvremenom stanju pa ju je teško prepoznati i vremenski točno odrediti. Ova pojava vrijedi i na području učeničkog zadrugarstva.

Učeničke zadruge nisu originalan školski pronalazak HUUZ-a. One se kao vrlo jak, širok i raznovrstan pokretjavljaju krajem 19. i početkom 20. stoljeća u okvirima pokreta nove škole i reformirane pedagogije. U Parizu je već 1881. godine osnovano *Školsko udruženje zajedničkog rada*, a 1909. godine u Aniju *Federacija društva školske uzajamne pomoći ratarskih, pastirskih, voćarskih prijatelja i prijatelja šuma*. Po uzoru na Francusku otvaraju se različiti oblici učeničkih zadruga u državama Europe, Amerike, Azije i Afrike. Prve učeničke zadruge u Hrvatskoj, kao organizacijske forme okupljanja učenika na zajedničkom poslu, javile su se također krajem 19. i početkom 20. stoljeća. To su bile uglavnom učeničke organizacije za štednju, za jeftinije nabavke i prodaju školskih udžbenika i pribora, zdravstvene, sakupljačke i slične akcije. Početne ideje na kojima je utemeljeno učeničko zadrugarstvo bile su u području štedno-kreditnih i sakupljačko-humanitarnih aktivnosti.

Danas su učeničke zadruge školske organizacije u koje je uključeno više sekcija, odnosno grupa, izvannastavnih aktivnosti, koje se bave različitim proizvodnim i proizvodno-umjetničkim programima.

Izvannastavne aktivnosti čine okosnicu učeničke zadruge. Ona ima svoja tijela i organe koji koordiniraju rad mlađih zadrugara, ostvaruje brojne kontakte s nastavnim, tehničkim i drugim djelatnicima škole, roditeljima, vanjskim suradnicima (stručnim osobljem iz lokalne sredine), gospodarskim subjektima i drugim sudionicima zadruge.

### 1.3. Organizacija i ustroj učeničke zadruge

Učenička je zadruga podsustav škole koji ostvaruje značajnu obrazovnu i odgojnu zadaću pa zahtjeva umrežavanje različitih programskih elemenata i koordiniranu aktivnost ljudskog resursa.

Rad učeničkih zadruga organiziran je u sekcije, a sekcije vode nastavnici-voditelji sekcija.

Primjeri sekcija učeničke zadruge:	
POLJOPRIVREDA	ljekovito bilje zavičaja, školski voćnjak, školski vrt, uzgoj cvijeća, uzgoj autohtonih biljaka zavičaja...
UKRASNI I UPORABNI PREDMETI	izrada suvenira, krojačka sekcija, izrada nakita, ljekoviti pripravci, kozmetika, keramika...
NARODNA BAŠTINA	čuvari baštine, čipka, pletenje košara, tradicijske rukotvorine...
USLUGE	fotografiranje, sekcija za videozapise, radionice za djecu i odrasle, recikliranje...

NAPOMENA: učenička zadruga može nazvati sekciju prema sadržaju rada, ali nije obvezujuće.

Učenici koji se uključe u rad učeničke zadruge postaju zadrugari. Biraju jednu ili više sekcija u kojima će sudjelovati. Zadrugare okupljaju voditelji sekcija (učitelji/nastavnici) u vrijeme koje je predviđeno za rad učeničke zadruge. Rad učeničke zadruge može se održavati u prostorima škole (učionice, radionice, kuhinje, školski vrtovi i voćnjaci itd.) ili izvan škole (prostori vanjskih suradnika učeničke zadruge, manifestacije u mjestu, gradu, županiji; sajmovi, izložbe itd.). Voditelj učeničke zadruge, u suradnji s voditeljima sekcija i ravnateljem škole, može dogovarati i organizirati radionice, predavanja, terensku nastavu, posjete ustanovama i drugim učeničkim zadrugama. Učenička zadruga može imati i vanjske suradnike. Vanjski suradnici učeničke zadruge mogu biti roditelji, udruge, stručne službe, stručnjaci određene struke i svi zainteresirani pojedinci. Oni pomažu radu učeničke zadruge savjetima, održavaju radionice ili predavanja, sudjeluju u organizaciji i provođenju aktivnosti učeničke zadruge kao volonteri.

Učenička zadruga može prodavati svoje proizvode i usluge. Prihod od prodaje može se koristiti za nabavu materijala potrebnog za rad, nagrade zadrugarima ili za humanitarne aktivnosti. Način raspodjele i namjene prihoda treba dogоворити са Задруžним odbором učeničke zadruge, односно с ravnateljem ili stručnim službama škole. Prijedloge raspodjele i namjene prihoda daju voditelj učeničke zadruge, voditelji sekcija i zadrugari. Voditelj učeničke zadruge priprema izvještaj o radu učeničke zadruge koji predstavlja na Уčiteljskom vijeću (polugodišnje, godišnje), a izvješće može biti u slobodnoj pisanoj formi. Učenička zadruga dijelom ima proizvodni značaj koji se najprije mora potvrditi na unutarnjem školskom tržištu (školski sajmovi, smotre, izložbe itd.), ali i na stvarnom tržištu, a sve u skladu čl. 39. Zakona o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi (detaljnije opisanom na [18. str.](#)) prema kojem škola može stavljati u promet proizvode i usluge nastale kao rezultat rada učenika.

Učenička zadruга у svojoј organizaciji, а нарочито у programu и ciljevima, nadmašuje tzv. slobodne aktivnosti u školama, iako iz njih neizbjježno potječe. Razlikuju se i po tome što se novčana sredstva učeničke zadruge, bez obzira na izvore, vode pod školskim računom, ali se posebno bilježe i koriste isključivo za potrebe Zadruge.

## Kurikul učeničke zadruge

S obzirom na način rada i djelovanja, učenička zadruga predstavlja vrlo dinamičan i otvoren podsustav koji može uspješno funkcionirati samo onda ako je strukturiran na kurikulskom modelu. U suprotnom, ona postaje radilište gdje svatko radi za sebe, stihiski, bez pravih rezultata, a proizvodi zadrugara ne mogu pokriti sve troškove rada u zadrizi, živi se od poneke donacije, bez entuzijazma i prave perspektive. U modelu mješovitog kurikula, kakav je danas na djelu u većini naprednih sredina, ne traži se enciklopedijska potpunost, već se nude kurikulske jezgre kao radne cjeline. Njih učitelj kreativno pretvara (s učenicima) u izvedbeni materijal u smislu projektnih, istraživačkih i radnih zadataka. Učitelju se prepusta da slobodno odabire organizaciju i metode rada. Ovakav se kurikul smatra dokumentom koji treba *u praksi provesti i oživjeti* i on vrijedi onoliko koliko ga prihvate i koliko su njime izvedbeno zadovoljni učenici i učitelji.

Planiranje i programiranje rada nastavnika vezano je za neposredan rad nastavnika i učenika u sekcijama izvannastavnih aktivnosti učeničke zadruge i njihov rad u školi koji se ostvaruje učeničkom zadrugom. To je proces odlučivanja o oblikovanju sadržaja, vremenskom raspoređivanju sadržaja tijekom obrazovnog razdoblja, proces osmišljavanja postupaka i metoda rada vodeći računa o ciljevima koje trebamo ostvariti u odnosu na učenike. Planiranje i programiranje u učeničkoj zadrudi provodi se u više etapa, a u njemu sudjeluju nastavnici, učenici i drugi sudionici zainteresirani za rad i rezultate rada u učeničkoj zadrudi.

## Godišnji plan i program izvannastavnih aktivnosti

Godišnji plan i program izvannastavnih aktivnosti (sekcije) učeničke zadruge osnovni je dokument učeničke zadruge. Pomoću njega ostvaruju se ciljevi i zadaci odgoja i obrazovanja mladih zadrugara. Iz njega proizlaze druge aktivnosti koje se provode i realiziraju učeničkim zadrugama. Prvi prijedlog programa sekcije učeničke zadruge (okvirni plan i program) dužan je izraditi nastavnik-voditelj sekcije. Takav prijedlog služi kao polazna veličina i dokument na čijoj se osnovi vodi razgovor s učenicima, roditeljima i ostalim sudionicima koji bilo kako sudjeluju u radu sekcije. Kada se obavi razgovor i rasprava sa svima zainteresiranim za rad sekcije, nastavnik će napraviti konačni prijedlog plana i programa sekcije koji postaje sastavni dio Godišnjeg programa učeničke zadruge. U programu slobodnih aktivnosti moraju se razraditi sljedeći bitni elementi:

1. programski ciljevi i zadaci
2. sadržaji rada
3. metode i sociološki oblici rada
4. uvjeti rada i nastavni mediji
5. vrednovanje.

Oblikovanje programske ciljeve za teme koje će se ostvariti tijekom godine u sekciji učeničke zadruge mora biti krajnje precizno i vrlo konkretno. Kako bi nastavnik mogao odabrati ciljeve te ih primjereno oblikovati mora dobro proučiti i poznati program dotične sekcije, uvjeta rada, stručnu literaturu, didaktička sredstva, godišnji program i kalendar škole te ciljeve školske zadruge. U okviru godišnjeg plana sekcije nastavnik-voditelj predviđaće glavne metode za ostvarivanje programa. U okviru dnevne pripreme nastavnik će predviđati algoritam malih metodičkih koraka, bez kojih nema realizacije zadataka. Ako su učenici zaista motivirani za rad i ako je rad dobro organiziran, učenici će sami iznalaziti svoje metode rada koje prikriva kreativan zadatak. Za one djelatnosti ili radnje koje učenici nisu u stanju sami izvoditi, potrebna im je pomoć, odnosno vođenje koje nudi nastavnik. Za vođenje su potrebni dobro razrađeni metodički predlošci u kojima će biti zastupljeni različiti nastavni postupci. Radne aktivnosti, poučavanje i učenje zbiva se u krugu različitih društvenih veza i odnosa i zato je potrebno predviđati različite organizacijske oblike rada. Već prema tome radi li učenik sam za sebe, s učenikom pokraj sebe, nekim drugim učenikom iz grupe ili u većoj skupini nastavnik predviđa različite oblike rada. Pri pojedinačnom radu učenik je aktivan, radi samostalno bez izravnog vodstva nastavnika ili pomoći drugih učenika, a njegove individualne sposobnosti dolaze maksimalno do izražaja. Takvi

zadaci i način rada dosta su česti u sekcijama koje se bave izradom rukotvorina, uporabnih i ukrasnih predmeta. U sekcijama koje se bave poljoprivrednom proizvodnjom više se koristi rad u grupama ili partnerski odnosi.

## 1.4. Ciljevi i zadaci učeničke zadruge

Proces stvaranja u učeničkim zadrugama kreće od ideje, a zadruge se vode idejama kako biti bolji, drukčiji, i u konačnici – zadovoljniji. Pri tome je naglasak na kreativnom izražavanju, zajedničkom radu, istraživanju tržišta i traženju prodajnog kanala za određeni proizvod. Svi nabrojani principi jednakso su važni jer rad u zadruzi približavaju stvarnom životu i tržišnim procesima koje učenici danas usvajaju upravo praksom rada u učeničkoj zadruzi. Drugim riječima, cilj je ostvariti ideju zadovoljavajuće, kvalitetno, cjenovno povoljno, u primjerenoj količini i na vrijeme.

Učenička zadruga osniva se kao izvannastavna aktivnost, s naglašenom dobrovoljnom suradnjom učenika i nastavnika-voditelja sekcije u ostvarivanju ciljeva. Iako je u osnovi naglašen proizvodni značaj zadruge, brojni su ciljevi i aktivnosti, pri čemu svakako treba istaknuti aktivnosti poput *njegovanja tradicije zavičaja i domovine, pružanje prilika zadružarima za učenje u manjim skupinama timskim radom, poticanje kreativnosti i njegovanje kulture rada*. Zadružari, uz vodstvo voditelja sekcija, već od osnovne škole uče kako realizirati određenu ideju do završnog proizvoda, ohrabruju se na spremnost za preuzimanje rizika, a u odgojno-obrazovnom procesu posebno se njeguje inovativnost i poduzetnost. Sudjelovanjem na brojnim izložbama, sajmovima i smotrama zadružari razvijaju komunikacijske i prezentacijske vještine i pri tome uče prve poduzetničke korake. Druga sastavnica, utkana u temeljne principe zadružarstva, odnos je prema prirodi i očuvanju okoliša kao i svijest o ekološkom načinu proizvodnje.

## 1.5. Ekološki odgoj u radu učeničkih zadruga

Posebnu važnost u izboru aktivnosti u učeničkim zadrugama s poljoprivrednim usmjerenjem čine različiti oblici biljne proizvodnje koja je prilično zastupljena u dosadašnjoj praksi. U ovom području vrlo su priznati radovi na tzv. pokusnim parcelama kao i na većim ili manjim proizvodnim površinama. Osobitu vrijednost imaju pokusi s različitim biljnim kulturama na kojima se ispituju čimbenici koji utječu na njihov rast i razvitak do pune rodnosti. Pri tom učenici samostalno, istraživačkim postupcima i relevantnim agrotehničkim metodama, usvajaju nove spoznaje i donose kvalitetne zaključke koji se zatim mogu primijeniti u široj praksi. U dosadašnjem radu učeničkih zadruga poznati su brojni primjeri učeničkih istraživačkih radova koji se temelje na različitim aktualnim temama iz područja gospodarstva, osobito biljne i stočarske proizvodnje, a proistječu iz lokalne sredine te svojim rezultatima pozitivno utječu na njihovo unapređenje. Učenici su za ovakve radove često zavrijedili priznanja i pohvale.

Učenici se upoznaju s različitim oblicima poljoprivredne proizvodnje neposrednim radom u učeničkim zadrugama te ih korisno primjenjuju radom u školskim vrtovima i na zadružnim parcelama te u manjim gospodarstvima, osobito na selu. Tako, radom u zadrugama koje njeguju (i) poljoprivrednu proizvodnju, učenici stječu (sa)znanja o tome da je poljoprivredno tlo osnova života na Zemlji jer samo na njemu zelene biljke mogu, uz pomoć sunčeve energije, vode i ugljikova dioksida, stvarati biomasu potrebnu za hranu svih živih bića. Uče da tlo kao supstrat treba pažljivo održavati jer ono je središte brojnih korisnih organizama koji čine skladan ekosustav. Upoznaju se intenzivnom industrijskom proizvodnjom kojom se, radi postizanja maksimalnih rezultata, tlu dodaju umjetna mineralna gnojiva, pesticidi i različiti veterinarsko-farmaceutski proizvodi koji često uništavaju živi svijet u tlu (gujavice, puževe, kukce i njihove ličinke, gljivice, bakterije i sl.) i tako nepovoljno djeluju na plodnost tla i njegovu strukturu. Uočavaju da takva poljoprivredna proizvodnja troši previše neobnovljivih izvora energije, uzrokuje znatnu eroziju tla i osiromašuje i obezvrjeđuje prirodni krajolik. Sve navedeno dovodi do zdravstvenih tegoba koje uzrokuje sadržaj škodljivih i otrovnih tvari u živežnim namirnicama od čega najviše stradaju djeca. Učenici će o spomenutim pojedinostima najviše saznati s teorijskog stajališta, dok se u praksi učeničkih zadruga posebno mjesto daje idejama i naputcima koji proizlaze iz tzv. organsko-biološke poljoprivrede koja se više koristi na manjim parcelama učeničkih zadruga kao i na obiteljskim

gospodarstvima. Također, često se koriste dragocjena i bogata iskustva ekoimanja s certificiranim ekološkim prehrabbenim proizvodima koje objedinjuje Udruga ekoloških poljoprivrednih proizvođača Hrvatske. Stoga su poljoprivredne učeničke zadruge mesta na kojima se stječu znanja i praktična iskustva u području najkvalitetnije poljoprivredne proizvodnje utemeljene na procesima koje najviše regulira sama priroda, odnosno suživot svih živih bića u suglasju s ekološkim zakonitostima, i u kojima kvantiteta ne ide nauštrb kvalitete kako bi se što učinkovitije izbjegle teške posljedice za sveukupan život u prirodi. U ovakvim okolnostima, uz neposredan i primjerен istraživački i proizvodni rad učenika u bilo kojem obliku poljoprivredne proizvodnje i drugih djelatnosti, mladež razvija jedan suvremeniji stav u odnosu na suprotnosti koje danas postoje u gospodarstvu, a posebno poljoprivredi i okolišu. Isto tako valja očekivati kako će mnogi učenici, koji su radom u učeničkoj zadruzi stekli stanoviti gospodarski i ekološki odgoj i praktično poljoprivredno obrazovanje, i sami postati dobri poljoprivrednici ili će u svojem dalnjem školovanju stasati u stručnjake i znanstvenike orijentirane na održivost.

Važne sastavnice ekološkog odgoja stječu se i u drugim aktivnostima kojima se sve više bave učeničke zadruge. To se ogleda u proizvodima utemeljenim na njegovanju narodne baštine svoga kraja (čipke, zlatovez i sl.), izradi uporabnih i ukrasnih predmeta, posebice keramičkih proizvoda, oplemenjivanju odbačenih predmeta (staklene boce, keramičke pločice, tekstil i sl.) koji dobiju novu uporabnu vrijednost. Posebno valja istaknuti akcije skupljanja sekundarnih sirovina, osobito papira, od kojih se reciklažom dobivaju novi proizvodi. Nisu rijetke ni aktivnosti nekih učeničkih zadruga na oživljavanju starih zanata, brizi o očuvanju spomeničke baštine i običaja svoga kraja i poduzimanju mjera njihova njegovanja i zaštite. Mogli bismo nabrojiti još mnoge aktivnosti i akcije kojima se zadrugari bave, kao što su proizvodnja voćnih sadnica, uzgoj biljaka lončanica i rezanog cvijeća, uzgoj voća i povrća, uzgoj pčela, zatim akcije ozelenjivanja i pošumljavanja okoliša, održavanje različitih tematskih radionica, priređivanje izložbi kao i prigodnih plakata, primjerice uz manifestacije povodom Dana planeta Zemlje, Svjetskog dana zaštite okoliša, Međunarodnog dana biološke raznolikosti, Svjetskog dana voda itd.

Spomenute aktivnosti, akcije, poticaji i podrške u osmišljavanju ekološkog odgoja znače mnogo u stjecanju korisnog znanja i iskustva, ali one ne mogu samostalno dovesti do poželjnog ekološkog ponašanja ako mladi ne izgrade čvrste stavove i uvjerenja kao mostove između znanja i ponašanja. Izgradnji ovih stavova može uvelike pridonijeti osobni interes za aktualne probleme te ponašanje pojedinaca i grupa u učenikovu okruženju (roditelji, nastavnici, mediji...). Također, u radu treba više koristiti neka novija načela, pristupe i postupke i težiti ostvarivanju koncepta cjelovitog ekološkog odgoja koje nužno integrira prirodoslovne, društvene, estetske, zdravstvene, sociološke, psihološke i drugih aspekte. Stoga, učenici trebaju što više biti u poziciji aktivnog sudionika u proučavanju ekoloških problema, njihova praćenja i donošenja učinkovitih zaključaka, sudjelovanjem u različitim istraživanjima, akcijama društveno-korisnog rada i slično.

## 1.6. Participacija u učeničkim zadrugama – zadruge kao projekti

Svjetske društvene i gospodarske promjene tijekom proteklih nekoliko desetljeća dovele su do spoznaje da se u učenju i poučavanju moraju koristiti nove metode. Tim je metodama zajednička interaktivnost, odnosno nastojanje smanjenja mehaničkog prenošenja znanja s nastavnika na učenike (pasivno učenje) i povećanje aktivnog učenja u kojem učenici, više nego ranije i na različite načine, stječu nova znanja. Ovakav tip učenja naziva se i demokratskim oblikom učenja. Sigurno je kako je metoda projektnog poučavanja jedna od novih nastavnih metoda za koju se planira i predviđa korištenje u suvremenoj školi. Suvremena škola bez ove metode učenja nezamisliva je, a u mnogim je školama rad na projektu postao uobičajen. Projektno učenje označava samoodređeno i samostalno suočavanje učenika s predmetom i problemom. Pronalaženje tema, planiranje, organizacija i provođenje rada poglavito su odgovornost učenika.

Povezivanje znanja o jednoj pojavi, odnosno zadanoj temi, učenik provodi samostalnom aktivnošću: promatranjem, gledanjem, čitanjem, mjeranjem, prikupljanjem podataka, interpretiranjem i objedinjavanjem različitih dobivenih podataka u cjelinu (sliku, slikovnicu, priču, članak, shemu, model, album fotografija, pano...). Integrirano poučavanje jest svako poučavanje koje je organizirano tako da

omogućuje povezivanje sadržaja različitih područja (predmeta) kako bi se bolje objasnilo, razumjelo i proučilo, pa time i usvojilo, određenu temu, pojam ili sadržaj učenja. Suvremeno zanimanje za integrirano poučavanje opravdano je novim istraživanjima mozga jer ono je usklađeno (kompatibilno) s aktivnošću pojedinih moždanih područja i usmjereno na istovremeno aktiviranje i korištenje više moždanih regija. Uz navedeno, možemo reći da je projekt najslobodniji oblik nastave koji je u potpunosti usmjeren na učenikove interese.

Prednosti su projektnog učenja:

- poticanje stvaralaštva
- samostalnost u pristupu problemima i nacrtu rješavanja problema
- razvijanje samostalnosti i vlastite poduzetnosti
- samostalno organiziranje i planiranje
- razvijanje i osnaživanje društvenog ponašanja: društvena kompetentnost promiče se obazrivošću, sudjelovanjem, razumijevanjem, pažnjom, spremnošću na pomaganje i emocionalnom toplinom
- natjecateljsko učenje
- sposobnost za kritiku i sukobljavanje
- jačanje osjećaja vlastite vrijednosti
- promjena školske svakodnevnice
- poticanje ostvarivanja nesvakidašnjih ideja.

Prednosti projekata učeničke zadruge:

- smanjene organizacijske poteškoće
- veća spremnost nastavnika na sudjelovanje u projektu
- zajedničko učenje učitelja i učenika
- podrška školske uprave projektnom poučavanju
- odvijanje projekta tijekom čitavog obrazovnog razdoblja
- samostalnost učenika u uočavanju razlika u metodama rada
- poticanje pozitivnog odnosa prema radu
- smotre učeničkih zadruga koje su jedinstven i originalan način predstavljanja projekta.

U okviru rečenoga, možemo utvrditi da je i sama učenička zadruga projekt. Projekt označava namjeru, razrađeni plan, tj. pisani dokument u kojem se opisuje tko, što, kako, kada, s kim i s kojim sredstvima namjerava ostvariti neka aktivnost. Uopćeno, učenička zadruga radi prema željenoj promjeni ljudskog ponašanja, načinu funkciranja sustava ili načinu rada neke institucije. U primjeru učeničke zadruge važno je donatoru predstaviti potrebu ili problem zadruge koji se projektom želi riješiti. Najčešće se provode projekti koji teže ostvarivanju novčane potpore. No, s druge strane, iako se često ističe kako je najveći problem nedostatak sredstava, iskustvo je pokazalo da sredstava ima dovoljno, samo ih treba znati pronaći i iskoristiti. Upravo ovo ukazuje na potrebu kvalitetnog osmišljavanja projekta, njegova planiranja te, konačno, njegova provođenja.

## 1.7. Kako osnovati učeničku zadrugu?

Osnivanje učeničke zadruge ili obnavljanje one koja je nekada djelovala, lako je i jednostavno, a sve informacije o koracima osnivanja, kao i dokumenti za osnivanje učeničke zadruge, nalaze se na mrežnoj stranici HUUZ-a ([www.huuz.hr](http://www.huuz.hr)).

Registrar učeničkih zadruga Republike Hrvatske javna je banka podataka na temelju koje upisane (registrirane) učeničke zadruge ostvaruju svoja prava na razini države. Registrar vodi Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva, a za upis u Registrar potrebno je HUUZ-u dostaviti:

1. Odluku o osnutku/obnovi Učeničke zadruge
2. Pravila Učeničke zadruge
3. Zapisnik s osnivačke/obnoviteljske skupštine Zadruge
4. Program rada Zadruge i programe sekcija.

Kako bi učenička zadruga postala članica HUUZ-a, potrebno je uz navedene dokumente HUUZ-u dostaviti Pristupnicu i vjerodajnicu. Navedeni dokumenti (Odluka o osnutku, Pravila učeničke zadruge te Pristupnica i vjerodajnica) nalaze na mrežnoj stranici HUUZ-a ([www.huuz.hr](http://www.huuz.hr)) te u 5. poglavlju na 47., 49. i 58 str. Odluka o obnovi donosi se ako je u školi/ustanovi djelovala učenička zadruga koja je prekinula svoj rad i to uz uvjet da je moguće prepoznati i uspostaviti njezin kontinuitet. Poštivanje vlastite tradicije i ustanovljavanje kontinuiteta lijep je običaj.

#### Koraci u osnivanju učeničke zadruge:

1. kad se uoči višegodišnji interes učenika postojanjem srodnih slobodnih aktivnosti te kad postoje prostorni, materijalni (oprema, pribor, alat...) i kadrovski (kompetentni voditelji) uvjeti, **ravnatelj škole stavlja na dnevni red nastavničkog vijeća raspravu o osnivanju učeničke zadruge;**
2. nakon rasprave o mogućnostima, sekcijama, aktivnostima i ciljevima **na nastavničkom vijeću donosi se pozitivno mišljenje za osnivanje učeničke zadruge i kao prijedlog upućuje se školskom odboru.** Ujedno se daje i **prijedlog za članove privremenog tročlanog zadružnog odbora;**
3. školski odbor razmatra mišljenje i prijedlog i donosi **odluku o osnivanju učeničke zadruge.** Ovu odluku dostavlja Hrvatskoj udruzi učeničkog zadrugarstva, Ministarstvu znanosti i obrazovanja te odjelu za društvene djelatnosti ili uredu državne uprave u županiji, odnosno u Gradu Zagrebu, i službi za društvene djelatnosti gradskog ureda. Ujedno, **školski odbor imenuje privremeni zadružni odbor;**
4. privremeni zadružni odbor provodi pripremne poslove do proglašenja osnutka i početka rada zadruge: **organizira osnivačku skupštinu na kojoj se usvajaju pravila učeničke zadruge te plan i program rada učeničke zadruge.**

Članom učeničke zadruge može postati svaki učenik škole/ustanove nakon završenog prvog razreda osnovne škole, a članovi mogu postati i roditelji učenika člana zadruge. Učitelji mentorji i ostali stručnjaci koji sudjeluju u radu redovni su članovi, a učenici članovi nazivaju se zadrugari. Članovi zadruge mogu biti i učenici koji su završili školu kao i njihovi roditelji, vanjski suradnici, donatori i pokrovitelji, stručnjaci i pojedinci koji promiču učeničko zadrugarstvo. Ovi su članovi podupirući članovi, a zadruga može imenovati i počasne članove. Krug i broj mogućih podupirućih članova nije ograničen. To, međutim, ne znači da ovu skupinu članova reda radi (odnosno iz formalnih razloga ili prestiža) valja novačiti. Kriterij njihova prijema jest potpora zadrugu (bez obzira na oblik, novčana, materijalna, stručna i sl., i iznos) te promidžba zadruge i zadrugarstva. Oni koji zbog nekog oblika poštivanja trebaju biti članovi spadaju u počasne članove.

Broj članova Zadružnog odbora ovisi o razvijenosti Zadruge i čimbenicima koji su potpuno obrazloženi u *Programu učeničkog zadrugarstva u osnovnim i srednjim školama* (Glasnik Ministarstva prosvjete i športa, broj 12, Zagreb, 14. studenoga 1995.). Način predlaganja i zastupljenost predstavnika u Zadružnom odboru objašnjeni su na 19. i 20. str. Programa. Valja, međutim, skrenuti pozornost barem na dvije važnosti:

- a) član Zadružnog odbora, kao i voditelj Zadruge, može biti i ravnatelj škole, posebice radi naravi djelatnosti i svrhe učeničke zadruge te uloge ravnatelja u stvaranju uvjeta za rad Zadruge;
- b) predstavnika lokalne samouprave (općine/grada) ili četvrti (u Zagrebu) imenuje se članom Zadružnog odbora ako se to procijeni uputnim i ako će on stvarno sudjelovati u radu i pridonositi postizanju rezultata.

### Dodatna pojašnjenja dokumentacije

Naziv Zadruge pitanje je prepoznatljivosti, a u nas je on ponajčešće vezan uz: toponom (naziv mjesta u kojem je sjedište škole), naziv škole, djelatnost zadruge (ponekad izraženu detaljem osebujnog značenja) ili uz pojam koji simbolizira mjesto i ulogu zadruge u obrazovanju i životu učenika. Vrlo su česti nazivi na dijalektu. Pečat, zastava i amblem (zadružno znakovlje) nisu obvezni i 5. članak u Pravilima Učeničke zadruge može se izostaviti. Oni se u učeničkim zadrugama koriste zbog naglašene potrebe mladih za prepoznatljivošću i različitošću. Zbog toga zadruga može imati svoj logotip (slovolik) te je odredbu u oba stavka moguće dopuniti i sa slovolikom. Pečat, zastava, amblem (i slovolik) mogu biti posve izvorni, ali preporuča se da iz njih bude razvidna pripadnost konkretnoj odgojno-obrazovnoj ustanovi.

Pojedine vrste odgojno-obrazovnih ustanova dio Pravila *Ciljevi i zadaće Zadruge* mogu prilagoditi svojoj naravi i temeljnim zadaćama. To se posebice odnosi na dječje vrtiće, centre za odgoj, obrazovanje i osposobljavanje djece i mlađeži te učeničke domove.

Ako je broj sekcija u 12. članku Pravila veći od četiri, nadpisuju se pod novim rednim brojevima. Nazive (imena) sekcija upisuje se sukladno djelatnosti (npr. cvjećarska sekcija, sekcija za proizvodnju biljnih pripravaka, glivarstvo, pčelarska sekcija, sekcija učeničke štednje, stolno izdavaštvo), ali može im se dati i konkretno ime. Ne preporučujemo davanje osobnih imena.

### Zakonski okvir djelovanja učeničkih zadruga

Zakonski su osnivanje, djelovanje i aktivnosti učeničkih zadruga definirane u članku 39. Zakona o odgoju i obrazovanju u osnovnim i srednjim školama (NN broj 87/2008):

#### Članak 39.

(1) Škola može osnovati učeničku zadrugu kao oblik izvannastavne aktivnosti sukladno statutu škole i posebnim propisima.

(2) Škola može stavljati u promet proizvode nastale kao rezultat rada učenika.

(3) Sredstva stečena prometom proizvoda i usluga učeničke zadruge posebno se evidentiraju, a mogu se uporabiti samo za rad učeničke zadruge i unapređenje odgojno-obrazovnog rada škole<sup>1</sup>.

18 <sup>1</sup> <https://www.zakon.hr/z/317/Zakon-o-odgoju-i-obrazovanju-u-osnovnoj-i-srednjoj-%C5%A1koli> (31. siječnja 2022.)

## 2. POGLAVLJE: UČENIČKE ZADRUGE U PRAKSI

### 2.1. Primjeri dobre prakse u Hrvatskoj

Kao što je već napomenuto, u Hrvatskoj postoje čak 643 učeničke zadruge od kojih velik broj može poslužiti kao ogledni primjer za uspješan rad i angažman učenika. Ipak, za potrebe ovog priručnika, morali smo odabrati dva srednjoškolska primjera koji se svojom tematikom i načinom rada poklapaju s projektom. Ostali primjere aktivnosti učeničkih zadruga mogu se pronaći na mrežnoj stranici HUUZ-a.

#### Projekt *Banov brk*



Slika 1. Banov brk, proizvod učeničke zadruge

#### 1) Kratak opis

**Naziv:** projekt *Banov brk* Učeničke zadruge Ban.

**Škola:** Srednja škola *Ban Josip Jelačić*, Zaprešić.

**Dob učenika:** 14 – 18 godina.

**Broj uključenih učenika:** 70.

**Broj uključenih nastavnika:** 15.

**Trajanje:** cijela školska godina 2021./2022.

#### 2) Način provedbe i cilj

Način provedbe projekta:

- a) istraživanje podataka o banu Josipu Jelačiću i postavljanje na zajednički Google Disc
- b) dogovaranje unutar sekcija o izboru oblika i materijala svakog proizvoda utemeljenog na ekološkim načelima
- c) izrada keramičkog suvenira na temu banovog brka: Banov lančić, Banov broš, Banov štapić
- d) izrada Banove šalice na lončarskom kolu
- e) izrada Banovog sapuna i Banove kupke, s prigodnim logom brka, na temelju sastava sapuna banova vremena
- f) izrada Banovih kolačića
- g) oslikavanje lica pri promociji proizvoda
- h) izrada Banovih vrećica
- i) izrada Banovog privjeska na CNC pisaču
- j) osmišljavanje i izrada ambalaže za sve proizvode
- k) izrada marketinških materijala za promociju i prodaju proizvoda (Banov letak, Banov plakat...) u dogовору с Turističkom zajednicom grada Zaprešića i Gradskom knjižnicom Ante Kovačića
- l) vođenje knjige ulaza i izlaza te prodaja proizvoda
- m) uvrštavanje projekta *Banov brk* u eTwinning projekt o ekološkoj samoodrživosti #mojkrajija i u Erasmus+ projekte u školi.

Cilj je provedbe poticati učenike različitih sekcija Učeničke zadruge *Ban* Srednje škole *Ban Josip Jelačić*, a time i različitim obrazovnim profila, na kreativnu interpretaciju lokalne baštine utemeljenu na ekološkim načelima; istražiti podatke o banu Josipu Jelačiću u Zavičajnoj zbirci Gradske knjižnice u Zaprešiću; izraditi suvenire na temu banovog brka u različitim ekološkim materijalima i oblicima; promovirati suvenire u Turističkoj zajednici grada Zaprešića i u Gradskoj knjižnici Ante Kovačića u Zaprešiću; dogоворити otkup suvenira s Turističkom zajednicom; prodavati suvenir na različitim događanjima; poticati suradnju učenika različitih usmjerjenja i sekcija; poticati lokalnu suradnju na eTwinning projektu #mojkrajija i međunarodno na Erasmus+ projektima škole; razvijati meke vještine; koristiti interdisciplinarni pristup; promicati vlastitu kulturnu baštinu kao dio europske; osmisliti primjerena, inovativna rješenja i ekološka rješenja; poticati aktivno djelovanja u školi i zajednici; povećati vidljivost škole; razvijati kreativnost i samostalnost učenika; uvježbavati timski rad; jačati odnos između učenika i nastavnika.

### 3) Rezultati

Rezultati rada Učeničke zadruge *Ban*:

- 1) zadovoljstvo učenika i ostalih sudionika te njihov osvrt na projekt
- 2) materijalni rezultati rada koji trajno ostaju u školi, služe za implementiranje prostora, daljnju edukaciju, ali i prodaju
- 3) pisanje izvješća školi, turističkoj zajednici, gradskoj knjižnici
- 4) predstavljanje rezultata rada lokalno, županijski, državno i međunarodno
  - a) Božićna izložba učeničkih zadruga u organizaciji Hrvatske udruge učeničkog zadrugarstva
  - b) humanitarna aukcija Kluba Zapreščana
  - c) sudjelovanje u projektu *Erasmus+ projekt – STEAM and Robotic; a New Learning Approach*
  - d) državni Zoom webinar *Kreativni voditelji učeničkih zadruga* u organizaciji HUUZ-a na kojem su izlagale i naše voditeljice: Zvonimira Špoljar, Anita Kola Brundić te Zdravka Kramarić na temu *Kreativnost, humanitarni rad i poduzetništvo u učeničkoj zadrugi*
  - e) članak na portalu skole.hr
  - f) organizacija Međužupanijskog skupa *Poduzetništvo u učeničkom zadrugarstvu* s temom Banov brk
  - g) tekst o projektu u časopisu *Struka zove*
  - h) objava na portalu srednja.hr
  - i) predstavljanje *Banovog brka* na 8. danima zadruga s područja Zagrebačke županije



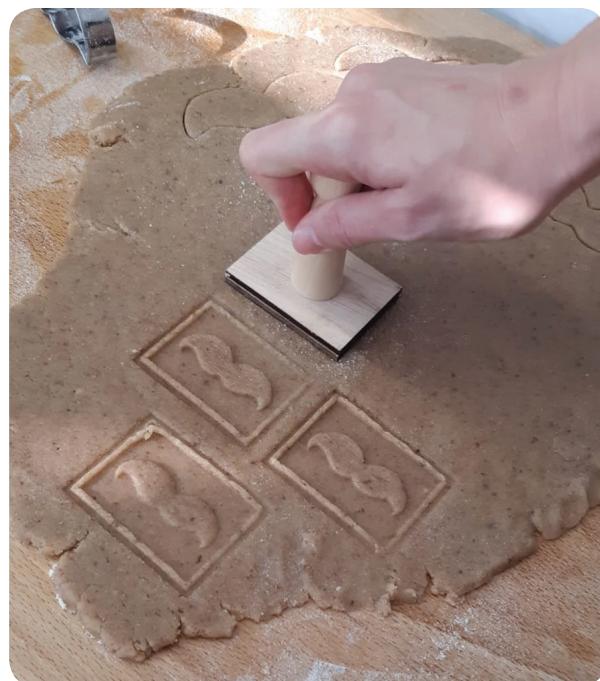
Slika 2. Prezentacija proizvoda Učeničke zadruge Ban



Slika 3. Banov sapun



Slika 4. Banova kupka



Slika 5. Banovi kolačići

- j) prezentacija projekta na Danima grada Zaprešića
  - k) sudjelovanje u eTwinning projektu #mojkrajija
- 5) predstavljanje projekta široj zajednici izložbom u Gradskoj knjižnici na kraju projekta
- 6) medijsko praćenje projekta (Zaprešić TV; Zarazno dobar radio, Zaprešić; *Večernji list*; Časopis za odgoj i obrazovanje *Zrno*; Gradske informativne objekte Zaprešić; mrežna stranica Grada Zaprešića)
- 7) prikaz projekta na smotri *Projekt građanin*
- 8) prikaz projekta na portalu skole.hr i na Edutoriju i u digitalnom časopisu za obrazovne stručnjake *Pogled kroz prozor*
- 9) rezultati projekta dio završnih izvješća Erasmus+ projekata.

### **PERMA-HORTI - Zadarska inicijativa za permakulturalni dizajn i urbanu hortikulturu**



Slika 6. Formirani permakulturalni vrt pripremljen za sjetvu i sadnju, jesen 2019.

#### **1) Kratak opis**

**Naziv:** PERMA-HORTI – Zadarska inicijativa za permakulturalni dizajn i urbanu hortikulturu.

**Škola:** Poljoprivredna, prehrambena i veterinarska škola Stanka Ožanića.

**Broj uključenih učenika:** 80 učenika Poljoprivredne, prehrambene i veterinarske škole Stanka Ožanića i 10 učenika OŠ Voštarnica.

**Trajanje:** od 14. svibnja 2018. do 13. svibnja 2020. godine.

## 2) Način provedbe i cilj

*PERMA-HORTI – Zadarska inicijativa za permakulturalni dizajn i urbanu hortikulturu* inicijativa je usmjerena na jačanje lokalnog partnerstva za zapošljavanje u Zadarskoj županiji, s dva postavljena projektna cilja. Prvi je doprinijeti povećanju zapošljivosti najranjivijih skupina na tržištu rada razvojem i provedbom inovativnog interdisciplinarnog programa oposobljavanja za poslove permakulturalnog dizajna i urbane hortikulture. Drugi je omogućiti učinkovitu provedbu županijske strategije razvoja ljudskih potencijala prilagodbom postojećih i uvođenjem novih obrazovnih metoda i sadržaja u partnerskim školama.

Nositelj projekta je Poljoprivredna, prehrambena i veterinarska škola Stanka Ožanića, dok su partneri Agencija za ruralni razvoj Zadarske županije AGRRA, Udruga apstinensata za pomoći pri resocijalizaciji *Porat*, Sveučilište u Zadru, Osnovna škola *Voštarnica* Zadar i Nasadi d.o.o.

U sklopu projekta dio inovativnog programa za poslove permakulturalnog dizajna i urbane hortikulture implementiran je u školske kurikule te je njegovom primjenom u praktičnom radu, uz dodatne edukacije o poduzetništvu, 80 učenika Poljoprivredne, prehrambene i veterinarske škole Stanka Ožanića steklo nova znanja i vještine te unaprijedilo svoje kompetencije. Razvojem izvannastavnih sadržaja i aktivnosti, te uključivanjem deset učenika s teškoćama u razvoju iz OŠ *Voštarnica* u hortikulturne radove, projekt koristi terapeutsko djelovanje hortikulture.



Slika 7. Prezentacija Učeničke zadruge Vridne ruke na 32. smotri učeničkih zadruga Republike Hrvatske, rujan 2020.



Slika 8. Podizanje permakulturalnog vrta

građane, što znači da će u njemu moći slobodno ubirati plodove povrća, začinsko i ljekovito bilje te uživati u njegovom prostoru. U vrtu su postavljene i solarne i drvene klupe.

Projekt je izrazito humanog karaktera i okupio je sudionike s istim ciljem: pomaganja jednih drugima, poticanja solidarnosti, zdravog života, empatije, uživanja u plodovima vlastitog rada, očuvanja našeg planeta za sljedeće generacije.

## 3) Rezultati

Učenička zadruga *Vridne ruke* sudjelovala je u realizaciji projekta izgradnjom permakulturalnog vrta, sudjelovanjem u njegovom kontinuiranom održavanju i predstavljanjem projekta na Županijskim smotrama učeničkih zadruga Zadarske i Šibensko-kninske županije. Tema izložbenog stola bila je *Permakulturalni uzgoj biljaka na podignutim gredicama u urbanim sredinama*.

Tom prigodom predstavili su prvi permakulturalni urbani vrt na visokim gredicama, postavljen u Novom kampusu Sveučilišta u Zadru. Vrt je otvoren za

## 2.2. Primjeri dobre prakse u Njemačkoj

Robert Lorenz, Njemačko društvo za odgoj i obrazovanje za okoliš (Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung – DGU)

### Schmidova tiskara



Slika 9. Rad u Schmidovoj tiskari



Slika 10. Učenici u Schmidovoj tiskari

jednoj od ekološki najštetnijih industrija. U radu tiskare koristi se i obrađuje samo *fair-trade* i ekološki tekstil. Učeničko poduzeće ima dva područja poslovanja, odnosno dva odjela. Odjel tekstila radi na tisku sajamskog i ekološkog tekstila, a drugi odjel dorađuje šalice i termos-čaše i/ili radi na sublimaciji ostalih proizvoda.

Svi učenici 9. i 10. razreda moraju odabrati obvezni izborni predmet, a dvadesetak učenika bira školsko održivo učeničko poduzeće. Za učenike 12. razreda učeničko poduzeće nudi dopunski kolegij Digitalni svjetovi koristeći postojeću opremu.

Učeničko je društvo u početku koristilo školska sredstva i prostorije, ali se zbog uspjeha u potpunosti može samoodržavati i ima svoju zgradu u blizini škole.

### 3) Rezultati

Radom u ovom održivom učeničkom poduzeću učenici detaljno uče o održivoj proizvodnji sirovina, prijenosu posebnih informatičkih znanja i iskustava te poslovnim modelima, odnosima s javnošću i marketingu svojih proizvoda. Nadalje, svoje proizvode obično predstavljaju na raznim školskim natjecanjima. Jedan od čimbenika uspjeha predstavlja i hardver dizajniran za male narudžbe, koji je prednost u odnosu na konkurenente. Marketing je usmjeren na škole, organizacije i tvrtke diljem Berlina. Zbog rada na odnosima s javnošću, učenička tvrtka vrlo je aktivna na školskim natjecanjima i pozivanju medijskih i političkih predstavnika na radionice.

#### 1) Kratak opis

**Naziv:** Schmidova tiskara (*Schmid's Druck Studio*).

**Škola:** Carlo-Schmid-Oberschule, Berlin.

**Dob učenika:** 15 – 17 godina (srednje obrazovanje).

**Broj uključenih učenika:** između 40 i 60 (s osnovnom grupom od 15 do 20), svake se godine pridruži oko 20 novih učenika.

**Broj nastavnika:** 2 – 3.

**Trajanje:** osnovano 2014. godine, učenici obično pohađaju od jedne do dvije godine (većina učenika upisuje se u 9. razredu i sudjeluje do 11. razreda).

#### 2) Način provedbe i cilj

Cilj je Schmidove tiskare pokazati kako su visoki ekološki, društveni i etički standardi mogući u

## Shema održivog učeničkog poduzeća *Gospodin mrkva*

### 1) Kratak opis

**Naziv:** Shema održivog učeničkog poduzeća *Gospodin mrkva* (*Mc Moehre*).

**Škola:** razne škole koje sudjeluju u ovoj shemi.

**Dob učenika:** 12 – 16 godina (srednje obrazovanje).

**Broj uključenih učenika:** između 10 i 30 po školi, s novim učenicima koji se pridružuju svake godine.

**Broj nastavnika:** 2 – 4 po školi.

**Trajanje:** obično od jedne do tri godine.

### 2) Način provedbe i cilj

Projektna shema, koju su razvili i podržali BUND i Deutsche Umwelthilfe (<https://www.duh.de/home/>), kao i razne tvrtke koje finansijski podupiru učenička poduzeća u različitim školama, pomaže školama i učeničkim inicijativama da stvore vlastito održivo poduzeće za grickalice/trgovinu u školi. Projektna shema savjetuje škole u stvaranju koncepta i financiranju, u početnoj fazi i u svakodnevnom radu te u radu s tijelima i uredima. Nadalje, povezuje škole s proizvođačima i izvannastavnim partnerima.

Fokus je učeničkog poduzeća na učenju i praktičnom iskustvu usmjerenom na akciju, s glavnom namjerom pružanja zdrave hrane i pića napravljenih od održivih resursa školskoj zajednici. Ovaj proces odvija se kroz nekoliko odjela: nabava (dobavljači, ponude), proizvodnja (oprema, recepture), prodaja (prodajni stand), marketing (oglašavanje, najave), računovodstvo (porezna uprava, sponzori, vođenje računa) i menadžment.

### 3) Rezultati

Učeničko poduzeće ne samo da je u mogućnosti ponuditi zdraviju i održiviju hranu i piće po nižoj cijeni u odnosu na standardne vanjske usluge, već se dobivena zarada koristi unutar škole, a o njezinu trošenju demokratski odlučuju članovi učeničkog poduzeća.



Slika 11. Promocija učeničkih proizvoda



Slika 12. Promocija učeničkih proizvoda

### **3. POGLAVLJE: OD IDEJE DO REALIZACIJE**

### 3.1. Pronalaženje ideje

Samo osnivanje učeničkog poduzeća prvi je i najlakši korak u sustavu njegova vođenja. Okupljanje motiviranih učenika i istinski samostalan učenički angažman u radu održivog učeničkog poduzeća, koji će s vremenom dovesti do razvoja već nabrojanih vještina i kompetencija ključnih za nošenje s budućim socioekonomskim i ekološkim izazovima, puno je komplikiraniji proces. Kako bi učenici zaista bili motivirani za rad te osjećali pravo vlasništvo nad krajnjim produktom tog rada, važno je da ta motivacija bude intrinzična i da su učenici i osjećajno povezani s vizijom učeničkog poduzeća. Pronalaženje ideje i vizije koja će ujediniti sve učenike izazovno je za svakog voditelja i zahtjeva određeno vrijeme koje se ne smije zanemariti. Stoga su u nastavku opisane aktivnosti koje su projektno korištene pod vodstvom mentora Cidranija i koje se mogu koristiti u radu učeničkog poduzeća kako bi se pronašla zajednička svrha i postavio temelj putu do uspjeha.

### 3. Poglavlje: Od ideje do realizacije

## ***Massively Transformative Purpose – MTP***

*Massively Transformative Purpose* (MTP), prevedeno masivno preobražajna svrha, pojam je koji je prvi upotrijebio Salim Ismail u svojoj knjizi *Eksponencijalne organizacije* kako bi opisao novu vrstu organizacija koje nadmašuju svoju konkurenčiju u 20. stoljeću više od deset puta. Danas se taj pojam uvelike koristi za takozvanu svrhu nad svrhama, ono što pokreće pojedinca i što u poslovnom svijetu predstavlja samu srž razloga za poslovanje.

*MTP je izjava o viziji velikih razmjera koja: iznenađuje svojom veličinom i inspirativnošću, može uzrokovati značajnu transformaciju ogromnoj skupini ljudi, zajednici, industriji ili čak cijelom planetu, ujedinjuje i potiče na djelovanje svih uključenih<sup>2</sup>.*

MTP se koristi kako bi se oblikovali odgovori na pitanja:

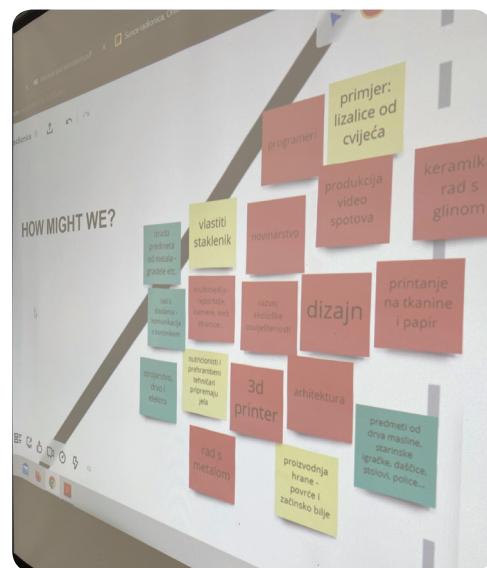
- Zašto radimo to što radimo?
  - Na koga želimo utjecati?
  - Koji problem želimo riješiti?

Odgovori na ova pitanja trebali bi voditi cilju koji se ne može jednostavno postići, onom iskonskom, masivnom cilju koji preobražuje cijeli život pojedinca. Taj se cilj potom uobliči u inspirativni slogan koji pokreće pojedinca i/ili skupinu. Osim što inspirira i potiče, MTP stvara jasnu strukturu za poduzeće.

Peter H. Diamandis, osnivač i predsjednik Zaklade X Prize te suosnivač i izvršni predsjednik Sveučilišta Singularity, navodi:

*MTP mora biti nešto što vas inspirira i izaziva. Mora biti usmjeren ne samo na um, već i na srce. Mora se izjaviti s povjerenjem i iskrenošću. Ne može biti uski cilj pa čak ni tehnološki specifičan. I iznad svega, mora biti jedinstveno vaš<sup>3</sup>*

Radni list koji pomaže učenicima pronaći svoj MTP nalazi se u poglavljiju 5. *POGLAVLJE: MATERIJALI*, na stranici 60.



**Slika 13.** Primjer korištenja MTP-a na projektnim radionicama

<sup>2</sup> <https://moonshotpirates.com/blog/setting-a-goal-for-changing-the-world-massive-transformative-purpose/> (28. siječnja 2022.),  
<sup>3</sup> <https://www.diamandis.com/blog/discovering-your-massively-transformative-purpose> (28. siječnja 2022.)

## Moonshot razmišljanje (*Moonshot Thinking*)

*Moonshot* razmišljanje nadahnuto je govorom američkog predsjednika Johna F. Kennedyja koji je 1962. godine na Sveučilištu Rice izgovorio: „Odabrali smo ići na Mjesec u ovom desetljeću.“ Kennedyjeva namjera, odnosno vremenski postavljeni cilj, rezultirala je usklađivanjem cijele zemlje s njegovom težnjom i, na kraju, njezinom realizacijom. Direktor tvrtke X Astro Teller proširio je jednostavnu Kennedyjevu rečenicu u cijelu filozofiju promišljanja, danas poznatu kao *Moonshot thinking* ili *Moonshot* razmišljanje. U središtu *Moonshot* razmišljanja jest odabir jednog velikog problema/ideje i usredotočivanje na njegovo domisljato rješavanje/ostvarivanje. Dok MTP definira našu životnu misiju i ono što nas pokreće na stvaranje, *Moonshot* iz MTP-a izvlači odgovarajući problem i tako nam olakšava utvrđivanje konkretnih akcija koje će dovesti do rješavanja problema uskladenog s našom svrhom. Vidljivo je kako MTP i *Moonshot* ideja moraju biti usko povezani da bi urodili napretkom.

*Moonshot* razmišljanje primjenjuje se najčešće na početku nekakvog projekta i može se provoditi individualno ili u skupini uparivanjem s nekom drugom metodom, npr. olujom misli. Kako bi se olakšao put do *Moonshot* ideje, osmišljen je set pitanja koji prvenstveno pomaže u utvrđivanju jednog velikog problema povezanog s MTP-om, a dedukcijom vodi do osvješćivanja aktivnosti koje se trebaju poduzeti za njegovo rješavanje. Stoga je dobro da se prije provođenja *Moonshot* razmišljanja odredi MTP učeničkog poduzeća<sup>4</sup>.

Pravi *Moonshot* ne može biti prevelik i previše lud. *Moonshot* ideje ne moraju nužno imati veze s izazovima, osim vrlo važne činjenice da razmišljanje o *Moonshot* ideji podrazumijeva, i dopušta, potpuno nove načine razmišljanja o budućnosti. Drugim riječima, *Moonshot* razmišljanje omogućuje osobama i tvrtkama da se otvorenog uma pozabave izazovima.

Set pitanja za provođenje *Moonshot* razmišljanja nalazi se u poglavljju 5. *POGLAVLJE: MATERIJALI*, na stranici 62.

## Dvostruki dijamant

Dvostruki dijamant proces je razvoja ideje koji je 2004. osmislio Vijeće za dizajn Ujedinjenog Kraljevstva. U metodi dvostrukog dijamanta skupine kreativno i suradnički stvaraju ideje. Osim što naglašava proces dizajniranja ideje, Vijeće za dizajn također koristi ključne principe i metode te potiče idealnu radnu kulturu potrebnu za postizanje značajne i dugotrajne pozitivne promjene<sup>5</sup>. Za provođenje same metode potrebno je otprilike od jednog do dva sata i prilagođena je i manjim i većim skupinama.

### Koraci za razvoj ideja:

#### 1. korak – određivanje cilja

Voditelj dijeli sudionike u skupine, idealno od četiri do šest osoba. Određuje koja je svrha provođenja metode dvostrukog dijamanta ovisno o vašim potrebama (npr. pronalaženje ideje za proizvod/uslugu učeničkog poduzeća ili upoznavanje cijele skupine s odabranom idejom). S obzirom na svrhu provođenja metode, voditelj prilagođava vrijeme provođenja. Ako je cilj metode razviti novu ideju, treba učenicima za svaki korak dati onoliko vremena koliko im je potrebno.

#### 2. korak – načela ideje

Načela ideje jednostavne su smjernice koje u početnoj fazi potiču kreativnost, divergentno razmišljanje i rezultiraju velikim brojem ideja. Voditelj ukratko učenicima objašnjava načela koja se potiču.

- Da, i... – potiče učenike da se nadograđuju na ideje drugih jednostavnom potvrđnom porukom da i dodavanjem svojih ideja. Potrebno je naglasiti kako je za uspješno provođenje ovog načela važno

26 <sup>4</sup> <https://www.linkedin.com/pulse/what-moonshot-thinking-lisa-boukidou> (28. siječnja 2022.); <sup>5</sup> <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond> (28. siječnja 2022.)

aktivno slušati sugovornike.

- Više je više – potiče učenike da u početnoj fazi osmisle što više ideja bez razmišljanja o njihovoj kvaliteti.
- Odgodite prosuđivanje – voditelj objašnjava učenicima kako je važno trenutno prigušiti svog unutarnjeg kritičara i oduprijeti se porivu procjene danih ideja. Sve ideje trebaju biti prihvачene, a kasnije će se vrednovati.
- Tim je sve – naglašava važnost timskog rada. Neophodna je uključenost svih učenika i mogućnost iznošenja svih ideja.

### 3. korak – ključno pitanje

Ključno pitanje treba biti otvoreno, jasno i zanimljivo pitanje koje traži zajedničko rješenje uvjerljivog problema ili potrebe. Po potrebi i dogovoru, umjesto glavnog pitanja voditelja, svaka skupina može postaviti svoje pitanje na koje zasebno odgovara.

### 4. korak – alati za kreiranje ideja

Nakon jasno postavljenog ključnog pitanja, skupine počinju razmišljati o mogućim odgovorima/rješenjima. Kako bi im se olakšao ovaj proces, voditelj može provesti nekoliko dodatnih aktivnosti:

- povezivanje – voditelj u nekoliko navrata prikazuje asocijativne riječi ili slike, a za svaku sliku/rijec učenici imaju nekoliko minuta za razmišljanje o idejama;
- negativno razmišljanje – voditelj ključno pitanje preoblikuje u negaciju, učenici razmišljaju o odgovoru (npr. kakav proizvod ne želimo proizvoditi u održivom učeničkom poduzeću), a potom ga ponovno vraća u prvobitni oblik;
- kako bi to \_\_\_\_\_ napravio – učenici promišljaju o pitanju iz perspektivne nekog poduzeća/tvrtke kojoj se dive (npr. Google);
- korisnička perspektiva – učenici istražuju ključno pitanje iz perspektive određenih korisnika proizvoda ili usluge održivog učeničkog poduzeća;
- *izmiksaj* – učenici promišljaju o tehnologiji i predmetima povezanima s ključnim pitanjem, a zatim izmiješaju i spajaju različite elemente kako bi dobili nove ideje.

### 5. korak – promišljanje

Voditelj osigurava učeničkim skupinama dovoljno vremena za promišljanje o odgovoru na postavljeno pitanje danim alatima.

### 6. korak – grupiranje i sužavanje

Voditelj daje uputu učenicima da se grupiraju i organiziraju svoje odgovore/ideje po sličnosti. Uklanjamaju se odgovori koji se ponavljaju i daje se naziv dobivenim idejama.

### 7. korak – odabir

Nakon što se skupine grupiraju i organiziraju svoje ideje, dogovaraju se o načinu zajedničkog odabira jedne ideje ili nekoliko ideja koje žele provoditi.

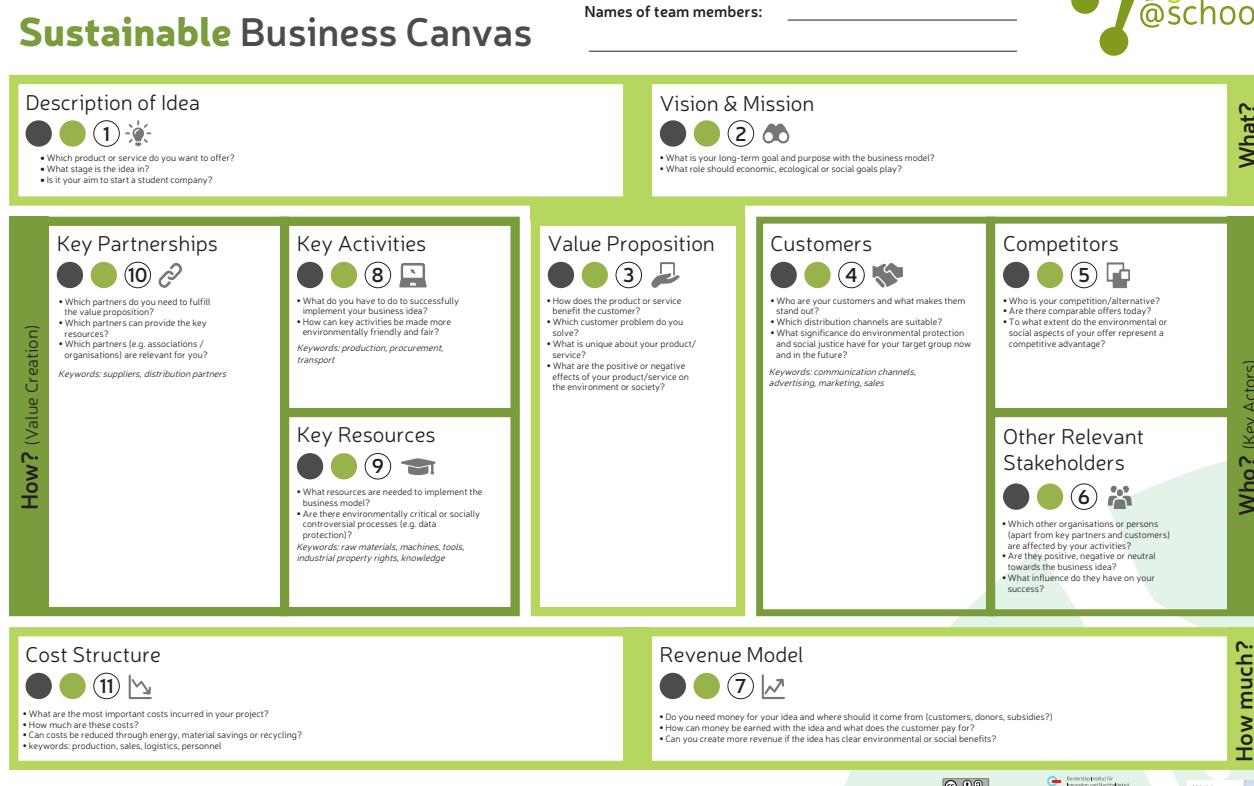
### 8. korak – razvoj ideje

Posljednji korak, razvoj i istraživanje odabrane ideje, može se provesti unutar ove metode ili u samostalnom terminu.

## 3.2. Sustainable Business Canvas (SBC) – dizajnirajte i testirajte održive poslovne modele za održiva učenička poduzeća

Alexander Schabel, Borderstep institut za inovacije i održivost (Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit)

Temelj svake tvrtke ili poduzeća perspektivna je poslovna ideja neovisno o tome je li profitno ili neprofitno orijentirana, razvija li proizvod ili uslugu. Nakon utvrđivanja početne ideje, sljedeći je korak razvoj prikladnog poslovnog modela. U ovom procesu treba ispitati sve čimbenike relevantne za uspjeh tvrtke i analizirati svako područje aktivnosti kako bi se procijenila izvedivost i povećale šanse za uspjeh. *Sustainable Business Canvas*, ili platno poslovnog modela, izvorno su razvili Alexander Osterwalder i Yves Pigneur i koristi se za vizualizaciju i analizu poslovnih modela. Trenutno je jedan od najčešće korištenih alata u upravljanju *start-up* tvrtkama ili organizacijama. U sklopu projekta *StartGreen@School*, Borderstep Institute modificirao je alat s obzirom na aspekte održivosti i sada ga mogu koristiti i učenici i učenička poduzeća.



**Slika 14.** Sustainable Business Canvas (Fichter, K. i Schabel, A. (2017). Borderstep Institute, Berlin. Vlastita modifikacija na temelju Fichter, K. Tiemann, I. (2015), Universität Oldenburg i Osterwalder, A. i Pigneur, N. (2011))

Učenički timovi mogu koristiti SBC kako bi stvorili razrađeni plan za svoje održivo učeničko poduzeće u interaktivnom i zabavnom okruženju radionice. Svaki segment učeničkog poduzeća opisan je na platnu, a specifična pitanja uključuju gledište održivosti relevantnih aktivnosti.

Polazna je točka za vježbu definirana poslovna ideja. Timovi od otprilike tri do šest učenika mogu raspravljati o detaljima planiranog poslovnog modela odgovarajući na dana pitanja i raspravljajući o njima za svih 11 segmenata SBC-a. Baš kao inovatori u stvarnom svijetu, oni koriste ljepljive bilješke za vođenje i dokumentaciju svoje rasprave. Svaka učenička skupina treba imati mentora koji vodi kroz proces. Na kraju učenici, korištenjem platna, prezentiraju svoje zaključke.



Slika 15. Primjer korištenja SBC-a u njemačkoj školi



Slika 16. SBC u praksi

Radionica može biti fleksibilno osmišljena i, ovisno o veličini skupine, može trajati od dva sata do cijelog dana. Učitelji i mentori radionice na početku ukratko prezentiraju segmente SBC-a i, ovisno o grupi, razrađuju zajedničku terminologiju za korištenje. Zatim učenici rade na segmentima kako bi definirali sljedeće korake i pokrenuli proces osnivanja učeničkog poduzeća.

SBC model možete pronaći u poglavlju 5. POGLAVLJE: MATERIJALI na str. 64.

### 3.3. Financiranje održivih učeničkih poduzeća – načini i mogućnosti

*Helena Habdija, Impact Hub Zagreb*

Postoji mnogo različitih načina financiranja projekata u lokalnim zajednicama. Financiranje učeničkih zadruga u nastavku je predstavljeno dvjema radionicama: *Izvori financiranja učeničkih poduzeća i Crowdfunding za učenička poduzeća*.

Ishodi učenja radionica:

- sposobnost razlikovanja različitih vrsta financiranja
- primjena stečenog znanja o vrstama financiranja projekata učeničkih poduzeća i grupnom financiranju (*crowdfunding*)
- sposobnost donošenja odluka i postavljanja ciljeva
- sposobnost izrade plana i prototipa
- vještine vođenja i sposobnost rada u skupinama
- stvaranje ideja, inovacija i rješavanje problema (razvijanje novih strategija)
- kritičko razmišljanje (procjena resursa i tržišta, vrednovanje strategija)
- upravljanje sobom i vremenom (samoorganizacija)
- sposobnost sagledavanja šire slike
- prezentacijske vještine (priprema uvjerljivih prezentacija za različite ciljne publike).

#### Izvori financiranja učeničkih poduzeća

Svrha/cilj: upoznati različite vrste dostupnih izvora financija na tržištu.

Željeni rezultati: sposobnost razlikovanja različitih vrsta financiranja.

Vrijeme: 60 minuta.

Materijali: Powerpoint prezentacija.

Postoji mnogo različitih načina financiranja projekata u lokalnim zajednicama. Odabir jednog ne ovisi samo o dostupnosti novca, već i o tome kakva smo organizacija, koliko novca nam treba, koji je naš cilj, koju razinu sudjelovanja želimo od investitora/donatora, koja je planirana upotreba financija...

### Pregled različitih izvora financiranja

Izvori financiranja:

- *bootstrapping* – razvijanje projekta/ideje bez dodatnog financiranja (štедnja, posudba, poslovni model)
- bespovratna sredstva i drugi izvori financiranja:
  - EU fondovi (npr. program Horizon – usredotočenost je na razvoju ekonomije trima prioritetnim područjima: izvrsnost u znanosti, industrijsko vodstvo i društveni izazovi)
  - međunarodni fondovi (Global Fund for Children, Global Fund for Women, Wallace Global Fund, UNICEF Innovation Fund, Global Fund for Community Foundations...)
  - zaklade (Open Society, Anna Lindh, Cisco, Ford, Robert Bosch...)
  - državni, regionalni i lokalni programi financiranja (mikroinvesticijski zajmovi, mali zajmovi, potpore za samozapošljavanje, potpora Grada Zagreba, Splita, Osijeka...)
  - donacije (npr. inovativan pristup aplikacijom Thank you HR)
  - krediti – bankovni krediti jedan su od najčešćih načina dobivanja sredstava
  - prodaja udjela – prodaja udjela jedan je od najčešćih načina financiranja poslovnog pothvata te može biti teška odluka prodati udio u poduzeću ljudima koje jedva poznajete. Stoga je važno pronaći pravog investitora (osoba visokog imovinskog statusa, poslovni andeo, poslovni fond, fond rizičnog kapitala, korporativno partnerstvo...).
  - Grupno financiranje (*crowdfunding*) – brojni korisnici/donatori ulažu u vaše poslovanje platformom za grupno financiranje
  - DOP (društveno-odgovorno poslovanje) – tvrtke i korporacije financiraju projekte koji imaju pozitivan utjecaj na lokalnu zajednicu
  - donacije ili sponsorstvo – organiziranje događaja ili kampanje prikupljanja sredstava.

Učenicima je potrebno predstaviti sve vrste financiranja kako bi mogli donijeti odluku o onom koji najbolje odgovara njihovom projektu. Potaknite ih na dodatno istraživanje tržišta kako bi se pobliže upoznali sa svim mogućnostima.

### Grupno financiranje (*crowdfunding*) za učenička poduzeća

Svrha/cilj: upoznati prednosti i mane grupnog financiranja i isplanirati kampanju.

Željeni rezultati: izrada prototipa kampanje grupnog financiranja.

Vrijeme: 180 minuta.

Materijali: Powerpoint prezentacija, A4 i A3 papir, papiri za plakat, markeri i flomasteri u boji, reciklirani papir, karton, Lego kockice, drugi materijali.

### Grupno financiranje

*Grupno financiranje (eng. crowdfunding) proces je u kojem se od javnosti traži finansijska podrška za pokretanje kreativnog projekta ili poduzeća. Proces se odvija na internetu, a cilj je, različitim motivacijskim čimbenicima, uključiti veći broj ljudi koji će malim uplatama kumulativno dovesti do značajnog iznosa dovoljnog za ostvarivanje čak i velikih projekata. Smatra se alternativnim oblikom*

financiranja jer ne pripada tradicionalnom finansijskom sustavu. Proces je pregledan jer u stvarnom vremenu za svaki projekt možemo vidjeti koliko je novca prikupljeno i koliko je ljudi sudjelovalo. Vremenski je ograničen jer se novac ne prikuplja beskonačno dugo, već u točno zadanim roku, obično od 30 do 60 dana.

Grupno financiranje mijenja finansijsku industriju na nekoliko razina. Prvenstveno omogućuje validaciju same ideje prije dolaska krajnjeg proizvoda na tržište, a potom omogućava pristup kapitalu bez dodatnih zaloge koje tradicionalni finansijski sektor zahtijeva. Banka će teško dati kredit za pokretanje posla bez uzimanja hipoteke na neku nekretninu i/ili strojeve. Također, bitno je raspršivanje rizika. Pokretač kampanje, koji je dobro razradio svoj poslovni plan, zna koliko mu je novca potrebno za pokretanje posla i neće se ni upuštati u poslovni pothvat ako ne prikupi potrebne financije. S druge strane, donatori uplaćuju relativno male iznose čije su gubitke mogu priuštiti. Na kraju, marketinška dimenzija ključna je za uspješnu kampanju. Ne samo da grupnim financiranjem prikupljate novac za svoj biznis, već ga ujedno i promovirate.<sup>6</sup>

## Uvod i priprema

Na početku radionice učenike je potrebno upoznati s različitim načinima prikupljanja novca grupnim financiranjem, platformama za grupno financiranje i njihovim mogućnostima.

Potrebno je spomenuti da brojni korisnici/donatori ulažu u projekt platformama za grupno financiranje u svrhu podržavanja projekata, dobivanja nagrade, kupnje usluge, proizvoda ili vlasničkog udjela, donacije ili kreditiranja.

Dva su načina grupnog financiranja: financiranje na platformi za grupno financiranje i korištenje *open source* grupnog financiranja.

Bez obzira za koju se vrstu grupnog financiranja odlučite, najvažnija je priprema kampanje. Priprema kampanje uključuje:

- cilj (koliko i što)
- sadržaj/ poruku/ kanal
- vrstu kanala (*online/offline*)
- sadržaj za medije
- mrežu
- budžet i resurse
- aktivnosti
- partnere.

Primjer kampanje za grupno financiranje tvrtke Miret prikazan je na poveznici:



<sup>6</sup> [https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Vodic\\_za\\_Crowdfunding.pdf](https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Vodic_za_Crowdfunding.pdf) (31. siječnja 2022.)

## Postavljanje SMART ciljeva i propozicije vrijednosti

Važno je primjerima predstaviti i objasniti metodu izrade SMART ciljeva. SMART ciljevi specifični su, mjerljivi, ostvarivi, relevantni i vremenski ograničeni.

Primjer cilja: poboljšat će svoje fizičko zdravlje.

Primjer SMART odrednica:

- *Specific* (specifičan): trčat će svaki dan.
- *Measurable* (mjerljiv): pratit će program za trčanje maratona na Nike aplikaciji.
- *Achievable* (ostvarljiv): trčala sam i prije, zdrava sam, maraton je za 6 mjeseci.
- *Relevant* (značajan): unaprijedit će svoje fizičko zdravlje i biti vitalna osoba puna energije.
- *Time-bound* (vremenski ograničen): upisala/uplatila sam maraton koji se održava za šest mjeseci.

Primjer SMART cilja: slijedit će program trčanja na Nike aplikaciji i za šest mjeseci istrčati maraton.

Učenici su podijeljeni u radne skupine. Tijekom rada u skupinama potaknite ih pitanjima i komentarima podsjećajući ih na zadatak.

Učenici trebaju kreirati i postaviti SMART cilj za sljedeća tri mjeseca unutar kojih će organizirati kampanju grupnog financiranja, odgovarajući na sljedeća pitanja:

- Što želite postići?
- Zašto to želite ostvariti?
- Kako ćete mjeriti svoj napredak? Kako ćete znati da je cilj ostvaren?
- Koje korake trebate poduzeti da biste postigli svoj cilj? (Razmislite o svakom koraku: je li potreban, vodi li vas bliže konačnom cilju, imate li potrebne resurse za njegovo provođenje?)
- Koliko će vam vremena trebati da ostvarite cilj? Kada ćete raditi na tome? (vremensko razdoblje)

Nakon postavljanja SMART ciljeva kampanje grupnog financiranja, potrebno je početi planirati samu kampanju. Prvi je korak osmislići propoziciju vrijednosti kampanje i odgovoriti na pitanja:

- Zašto bi netko donirao/uložio novac u vaš projekt?
- Zašto je vaš projekt drukčiji? Zašto bi netko odabrao vaš proizvod/uslugu, a ne neku drugu?
- Kojoj se publici obraćate? (Potrebno je prilagoditi sadržaj, pristup i promocijske kanale publici kojoj se obraćamo.)

Propozicija vrijednosti – jasna izjava koja objašnjava kako vaš proizvod rješava probleme kupaca ili poboljšava njihovu situaciju, donosi specifičnu korist, privlači idealnog kupca/korisnika na kupnju vama, a ne konkurenciju.

## Izrada prototipa

Nakon razrade ideje i koncepta kampanje grupnog financiranja, učenici moraju izraditi prototip rješenja.

Cilj je konkretizacija ideje kreativnim radom kako bi ona postala opipljiva za učenike i dalje se postupno razvijala u funkcionalna rješenja. Ideja bi trebala biti vidljiva, opipljiva ili drukčije predočena

jednostavnim sredstvima (npr. modelirana papirom ili prikazana jednostavnim crtežima). Svrha je aktivnosti osvijestiti koje ideje funkcioniraju po planu, a koje treba izmijeniti kako bi se mogle provesti.

Objasnite učenicima što je prototip i pokažite nekoliko fotografija i videozapisa izrade prototipa.

1. videoprimer *Kako napraviti prototip od kartona:*



2. videoprimer *Izrada prototipa od papira:*



3. videoprimer *Dizajn prototipa mobilne aplikacije od papira:*



3. Poglavlje: Od ideje do realizacije

Učenici trebaju iz jednostavnog materijala napraviti prototip svoje ideje (kampanja grupnog financiranja). Potiče ih se da budu što maštovitiji te koristite vizualne prikaze pri modeliranju prototipa. Aktivnost izrade prototipa stvorit će kreativno okruženje u prostoriji i motivirati učenike. Ovu aktivnost možete učiniti zelenom/ekološkom provođenjem u vanjskom prostoru te korištenjem prirodnih ili recikliranih materijala.

Nakon izrade prototipa učenici bi trebali moći objasniti i predstaviti planiranu kampanju grupnog financiranja i sve prednosti koje ona pruža potencijalnim ulagačima.

### ***Pitch-prezentacija***

*Pitch*-prezentacija kratak je i jasan prijenos informacija o proizvodu/ideji. Važan je sadržaj, struktura i način na koji se prezentira.

Potrebitno je upoznati učenike sa sadržajem i strukturom trominutne prezentacije:

- pozadina – predstavite sebe i svoj tim
- problem koji želite riješiti (činjenice i brojke)
- rješenje – objasnite koje je
- način funkcioniranja – objasnite kako vaše rješenje funkcionira
- donesena vrijednost – objasnite zašto i kako ste drukčiji
- budućnost (ishod i utjecaj) – objasnite na koliko ćete ljudi utjecati i što će se promijeniti u vašoj zajednici
- motivacija iza kampanje – prezentirajte zašto baš vi / vaš tim.

Sudionici imaju tri minute za prezentaciju svoje ideje. Struktura *pitch*-prezentacije tu je kao smjernica, ne kao pravilo.

### **3.4. Marketing proizvoda – ključ uspješnosti rada učeničkog poduzeća**

*Ana Nikol Šprlje, Ekonomski fakultet u Splitu, Sveučilište u Splitu*

U svakodnevnom životu često se koristi pojam marketing, a sinonimi za marketing najčešće su oglašavanje, reklamiranje, promocija, prodaja i slično. Ali što je zapravo marketing? Iako je prva pomisao na marketing najčešće prodaja i oglašavanje, marketing predstavlja puno složeniji proces. Marketing je socijalni i upravljački proces koji prethodi samoj izradi proizvoda, ali ne završava plasiranjem proizvoda na tržište, već se nastavlja tijekom dalnjeg poslovanja poduzeća. Suvremeni marketing označava poslovnu aktivnost koja povezuje proizvodnju s potrošnjom tako da se maksimalno, i profitabilno, zadovolje društvene potrebe koje se na tržištu pojavljuju kao potražnja (Rocco 2020: 16).

Marketing je proces koji započinje istraživanjem tržišta, odnosno definiranjem problema i ciljeva istraživanja. Potrebno je odrediti ponašanje potrošača i razmotriti sve čimbenike koji na njega utječu, odnosno na njihove odluke pri kupnji proizvoda ili usluge. Svaka skupina potrošača ima jedinstvenu potražnju, a cilj poduzeća može biti zadovoljavanje više heterogenih segmenata ili jedne homogene skupine. Prije same izrade proizvoda, poduzeće treba odlučiti koje segmente potrošača želi zadovoljiti i, u skladu s potrebama i željama skupine, započeti s osmišljavanjem proizvoda.

Dakle, zadatak marketinga puno je širi od samog zadovoljenja potreba kupaca. Naime, ponuda i potražnja na tržištu nisu uvijek jednaki. Poduzeće treba stvoriti određenu potražnju kako bi prodalo svoj proizvod. U protivnom, ako se dogodi da potražnja ne postoji ili je neredovita, marketing bi bio nepotreban jer ne bi postojali kupci čije potrebe treba zadovoljiti (Kotler, P. W., Saunders, V. i Armstrong, J. G. 2006: 14).

Kao što je već spomenuto, marketing ne završava pronalaskom kupaca, već se nastavlja i kada se proizvod plasira na tržište, zadržavanjem postojećih i privlačenjem novih kupaca. Troškovi privlačenja novih kupaca puno su veći nego li troškovi zadržavanja postojećih, ali i jedni i drugi nužni su za ostvarivanje profitabilnosti.

**Postoji pet koncepcija na temelju kojih organizacije provode svoje marketinške aktivnosti: koncepcija proizvodnje, proizvoda, prodaje, marketinga i društvenog marketinga.**

Koncepcija proizvodnje jedna je od najstarijih koncepcija, a temelji se na dostupnosti i niskim cijenama proizvoda.

Koncepcija proizvoda temelji se na kvaliteti, izvedbi i inovaciji proizvoda.

Koncepcija prodaje pretpostavlja da su promidžba i prodaja proizvoda ključni čimbenici uspješnosti poslovanja.

Koncepcija marketinga započinje definiranjem tržišta kako bi se zadovoljile želje i potrebe kupaca, odnosno kako bi se stekla konkurentska prednost na tržištu.

Društveni marketing razvija i integrira marketinške koncepte s ostalim pristupima kako bismo utjecali ponašanjima koji koriste pojedincima i zajednicama za veće društveno dobro (J. French, R. Gordon, 2015). Ipak, za uspješan marketing ključni su svi navedeni čimbenici. Danas se sve više razvija društveni marketing.

Društvena odgovornost marketinga ne podrazumijeva samo težnju poduzeća za ostvarivanje vlastitih ciljeva, već mu je u interesu i štititi i jačati interes društva. Poduzeće nema samo odgovornost prema

društvenoj zajednici, već i prema prirodi, zbog čega se često koristi izraz zeleni marketing. Zeleni marketing ili marketing okoliša sastoji se od svih aktivnosti oblikovanih za generaciju i omogućavanje bilo koje razmjene u cilju zadovoljenja ljudskih potreba ili želja, tako da zadovoljenje tih potreba i želja ima minimalan štetan utjecaj na prirodni okoliš (Polonsky 1995: 30).

Zeleni marketing, koji se još naziva i ekološki marketing, potiče promjene i usmjerava ponašanje određene tržišne segmentacije, odnosno stvara nove društvene vrijednosti. Za razliku od klasičnog marketinga, kojem je cilj prodati proizvod potencijalnom kupcu vodeći se navedenim koncepcijama, cilj je ekološkog marketinga na tržište plasirati proizvod koji će uz odgovarajuće cijene, kvalitetu, dostupnost i inovativnost smanjiti štetni utjecaj na okoliš koliko je to moguće (Tišma 2001).

Tablica 1 Nova paradigma marketinga

	KLASIČNI MARKETING	EKOLOŠKI MARKETING
<b>Potrošači</b>	potrošači sa stilom	čovjek
<b>Proizvodi</b>	od kolijevke do groba univerzalnost proizvodi	od kolijevke do kolijevke fleksibilnost usluge
<b>Marketing</b>	prodajno orijentiran materijalna korist	obrazovan vrijednost
<b>Tvrtke/poduzeća/udruge</b>	neovisne reakтивне natjecateljske kratkoročna orijentacija maksimiziranje profit.	međuovisne prodorne suradničke dugoročna orijentacija povećanje standarda i kvalitete života.

**Izvor:** Ottman, J. A. Green marketing, Opportunity for Innovation, NTC Bussines Books, Chicago, 1998. str. 48

Iz tablice je vidljivo da se ekološki marketing po mnogočemu razlikuje od klasičnog marketinga, ali ipak imaju jednu zajedničku komponentu a to je zadovoljenje želja i potreba kupaca. Ali za razliku od klasičnog marketinga, kojem je cilj maksimalizacija profita, cilj je ekološkog marketinga maksimizirati koristi koje će okoliš imati od tog proizvoda. Dakle, ekološki marketing usmjeren je k očuvanju okoliša, bilo da je riječ o onečišćenju vode, zraka i tla, iscrpljivanju prirodnih resursa, gubitku ekološke raznolikosti, zbrinjavanju otpada i slično.

Ekološki marketing puno je složeniji proces od klasičnog marketinga i zahtjeva puno više vremena, a često i veće troškove, jer je potrebno naći nove alternative. Poduzeća koja u svome poslovanju koriste ekološki marketing najčešće, osim ekološki prihvatljivog proizvoda, pronalaze nove načine proizvodnje koji neće utjecati na okoliš. Ovakva poduzeća imaju još jedan dodatan segment, a to su kupci koji brinu o zaštiti okoliša. Štoviše, danas se sve više cijene takozvani *zeleni proizvodi*, ali i proizvodi koji se ne testiraju na životinjama.

Osnovni su ciljevi i zadaci promocijskih aktivnosti u zaštiti okoliša:

- izvještavanje, poticanje i podsjećanje pojedinaca u cilju promicanja i unapređenja zaštite ekosustava
- izvještavanje i poticanje tvrtki, različitih društava i udruženja te zajednica na konkretne ekološke aktivnosti
- promocijske aktivnosti sudjelovanja u organizaciji i ostvarivanju ekološke prevencije
- poticanje neformalnih oblika ekološkog obrazovanja pojedinaca, posebice djece predškolskog i školskog uzrasta
- širenje ekološke kulture svih sudionika i njihova okruženja (Mađarić 1987).

Ciljevi ekološkog marketinga sve više se razvijaju i šire, ne samo kako bi se očuvalo okoliš, već kako bi se povećala i kvaliteta ljudskih života.

## **4. OGLOŠLJENJE: PROJEKT ODRŽIVA UČENIČKA PODUZEĆA U HRVATSKIM SREDNJIM ŠKOLAMA – ZELENA PODUZEĆA PROMIČU ODRŽIVO PODUZETNIČKO RAZMIŠLJANJE I DJELOVANJE MLADIH LJUDI U HRVATSKOJ**

### **4.1. O projektu – pozadina i cilj**

Nakon uspješne provedbe dvaju projekata, *Sudjeluj u održivom razvoju* (2013. – 2015.) i *Studenti uče o građanskom angažmanu – društveno-korisno učenje u zaštiti prirode i okoliša* (2016. – 2018.), kojima je cilj bio educirati i osposobiti mlade ljude za aktivno građansko sudjelovanje te potaknuti volonterske djelatnosti u području zaštite okoliša, na početku 2020. započeo je treći projekt *Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje mladih ljudi u Hrvatskoj* u partnerstvu s Njemačkim društvom za odgoj i obrazovanje za okoliš (Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung – DGU). Projekt financira Njemačka savezna zaklada za okoliš (Deutsche Bundesstiftung Umwelt – DBU), jedna od najvećih europskih fondacija koja promovira inovativne okolišne projekte. Projekt sufinancira Ministarstvo znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske.

Projektni su partneri od samog početka Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva (HUUZ), kao krovna organizacija za učeničke zadruge u Hrvatskoj, i Društvo za zaštitu i unapređenje Marjana Marjan. Za vrijeme trajanja projekta ostvarena je suradnja s Cidranijem, hrvatskim start-upom koji uzurpira svjetsku *wellbeing* scenu i postavlja nove standarde u području zdravlja, kreativnosti i dugovječnosti kao primjer održivog poduzeća, i Impact Hubom Zagreb, inkubatorom koji nudi prilike za stvaranje pozitivnih promjena jedinstvenim ekosustavom resursa, inspiracije i suradnje. I Cidrani i Impact Hub Zagreb uključeni su kako bi sudionicima prenijeli znanja za pokretanje vlastitih tvrtki, ali i jačali njihove poduzetničke vještine i kompetencije.

Projektom je cilj bio u tri škole u Hrvatskoj (Obrtna tehnička škola Split, Škola za dizajn grafiku i održivu gradnju i SŠ Braće Radić iz Kaštel Štafilića) integrirati održivost u područje učeničkog poduzetništva te promicati održivi poduzetnički duh. Kako učenička poduzeća imaju važnu ulogu pri prelasku mladih ljudi u svijet rada, projektne aktivnosti fokusirane su na srednje škole, točnije na učenike i nastavnike. Sudjelovanje u projektu u mladih ljudi rezultirat će razvojem održivog poduzetničkog razmišljanja i djelovanja te zelenom usmjerenu njihova profesionalnog izbora.

Specifični projektni ciljevi, poput osnivanja i razvoja održivih učeničkih poduzeća u srednjim školama, usmjereni su na unaprjeđenje rada postojeće učeničke zadruge *Trišnja* SŠ Braće Radić iz Kaštel Štafilića, kao i na osnivanje dvaju novih održivih učeničkih poduzeća za Obrtnu tehničku školu Split i za Školu za dizajn grafiku i održivu gradnju Split. Tako je Obrtna tehnička škola za vrijeme projekta osnovala Učeničku zadrugu *Karika*, a Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju GOGSS. Koraci u osnivanju učeničkih zadruga iscrpno su opisani u potpoglavlju 1.7. *Kako osnovati učeničku zadrugu?*. Zajedničkim radom u učeničkim poduzećima jača se svijest o održivosti i održivom ponašanju učenika i promiče se poduzetnički duh.

U svrhu ostvarivanja ciljeva, projektom su predviđene aktivnosti poput proučavanja dobrih primjera održivih učeničkih poduzeća te načina za primjenu u školama. Na konferenciji *Učenička zelena poduzeća – promicanje održivog poduzetničkog razmišljanja*, te na zajedničkim radionicama (više u idućem poglavlju), prolazio se proces promišljanja i stvaranja ideja i mogućnosti umrežavanja s već postojećim poduzećima. Osposobljavanje i korištenje prodajnog kioska Društva Marjan unutar Park-šume Marjan detaljnije je opisano u potpoglavlju 4.3. *Projektni rezultati* na 42. str.

## 4.2. Provedba projekta

### 4.2.1. Radionica *Održivo učeničko poduzeće – karakteristike i struktura*

**Datum:** petak, 19. ožujka 2021.

**Vrijeme održavanja:** 9:00 – 13:15 h

**Mjesto održavanja:** UNIST Tehnološki park, A. G. Matoša 56, Split



Slika 17. Prezentacija Cidrani proizvoda

Prva projekta radionica bila je ujedno i prvi susret uživo projektnih sudionika. Na radionici su se okupili učenici i nastavnici iz triju suradničkih škola, edukatorice Udruge Sunce te osnivači hrvatskog *start-upa* Cidrani, Nika i Bruno.

Nakon uvodne riječi edukatorice Udruge Sunce, Nika i Bruno, kao mentori učeničkih poduzeća, predstavili su Cidrani koncept i motivirali učenike na samouvjeren korak u poslovne vode. Uz pomoć MTP-a i dvostrukog dijamanta, metoda već opisanih u priručniku, pomogli su

učenicima da prodube svoje promišljanje o istinski kvalitetnom i održivom proizvodu u skladu s vizijom učeničkih poduzeća.



Slika 18. Edukatorice Sunca i Cidrani tim



Slika 19. Motivacijski govor mentora

### 4.2.2. Radionica *Pronalaženje poslovnih ideja i razvijanje modela poslovanja*

**Datum:** petak, 6. svibnja 2021.

**Vrijeme održavanja:** 8:30 – 13:00 h

**Mjesto održavanja:** UNIST Tehnološki park, A. G. Matoša 56, Split i Zoom za sudionike koji nisu bili u mogućnosti prisustvovati uživo

Druga projektna radionica temeljila se na *Sustainable Business Canvas* (SBC) alatu. Na početku radionice studentice Ekonomskog fakulteta u Splitu Ana Nikol Šprlje i Mirna Radović iscrpno su prezentirale SBC kako bi ga sudionici, uz participativne metode, koristili za razradu poslovne ideje u model poslovanja za

svoje održivo učeničko poduzeće. Uz pomoć mentora iz Cidranija i na temelju SBC-a sudionici (učenici i nastavnici) detaljno su razrađivali sljedeće aspekte:

- ŠTO (ideja, vizija/misija, što se obećava kupcima)
- TKO (kupci, konkurenčija, interesna skupina)
- KAKO (ključni partneri, ključne aktivnosti i ključni resursi).

Također, kako bi dobili širu sliku za razvoj poslovnog plana, studentice su ukratko održale općenitu prezentaciju o marketingu, a student Filozofskog fakulteta u Splitu Marijan Pušić prezentirao je pregled mrežnih stranica partnerskih škola. S druge strane, Hrvatska udruga učeničkog zadrugarstva predstavila je marketing učeničkih proizvoda na nekoliko konkretnih primjera. Na ovoj radionici konačno je i odabran zajednički proizvod među nekoliko mogućnosti – veganska pašticada A' La Pašticada.



Slika 20. Mentorstvo i praćenje učenika na daljinu



Slika 21. Grupni rad na osmišljavanju proizvoda

#### 4.2.3. Radionica *Održivo gospodarstvo na primjeru partnerske tvrtke*

**Datum:** srijeda, 23. lipnja 2021.

**Vrijeme održavanja:** 8:00 – 20:00 h

**Mjesto održavanja:** Ekoimanje Zrno, Habjanovac 45, Habjanovac i Bistro Zrno, Medulićeva ul. 20, Zagreb



Slika 22. Studijski posjet ekoimanju Zrno



Slika 23. Intenzivan uzgoj na ekoimanju Zrno

U nemogućnosti organiziranja osmišljenog studijskog putovanja u Njemačku zbog logističkih poteškoća prouzrokovanih pandemijom koronaviursa, krajem lipnja, umjesto posjeta Njemačkoj, organiziran je posjet hrvatskim primjerima dobre prakse. U srijedu 23. lipnja učenici i nastavnici suradničkih škola, te edukatorice Udruge Sunce, uputili su se iz Splita za Habjanovac, malo selo u kojem je smješteno ekoimanje Zrno. Nakon ukusnog ručka pripremljenog od svježih namirnica polja i vrtova Zrna, voditeljica Ksenija Piršljin povela je sudionike u obilazak Zrna i približila im ekološke načine proizvodnje bez pesticida i herbicida, posebice biointezivne, te proces certifikacije i uspostave standarda i povjerenja. Dan je završio večerom u bistrou Zrno koji za pripremu organskih jela koristi svježe namirnice s imanja.

**Datum:** četvrtak, 24. lipnja 2021.

**Vrijeme održavanja:** 9:00 – 21:00 h

**Mjesto održavanja:** Impact Hub Zagreb, Boškovićeva ul. 2, Zagreb  
BIRD incubator, Ul. Franje Petračića 4, Zagreb  
HUUZ, Dalmatinska 12, 10000 Zagreb



Slika 24. Predavanje u Impact Hubu Zagreb



Slika 25. Projektni sudionici u posjetu BIRD Incubatoru

Dok je prvi dan studijskog putovanja bio više usmjeren na samu proizvodnju, drugi dan trebao je približiti učenicima rad koji dolazi nakon konkretizacije početne ideje. U prostorima Impact Huba, zajednici poduzetnika i inovatora usmјerenih na boljšak društva, voditeljica projekta Helena Habdija sudionicima je je pobliže objasnila što je to *impact*, odnosno koja je važnost društvenog utjecaja u



Slika 26. Radni sastanak u BIRD Incubatoru



Slika 27. Prezentacija stanja srednjoškolskih učeničkih zadruga u Hrvatskoj

poslovnom svijetu te dala broje savijete o razvoju i financiranju poslovne ideje. Potom su sudionici posjetili BIRD inkubator, čije prostore za svoj rad koriste i projektni partneri Cidrani. Osnivači Cidranija i projektni mentori, Nika i Bruno, vodili su refleksiju dosadašnjeg razvoja poslovne ideje partnerskih škola te dali savjete i proširili vidike za njezin razvoj. Potom su sudionike upoznali s gospodom Renatom Brkić iz investicijskog fonda Feelsgood Social Impact. Feelsgood Social Impact ulaže u hrvatske i slovenske poslovne pothvate snažnih i sposobnih timova koji će ostaviti mjerljivi društveni utjecaj. Gospođa Brkić predstavila je projekt *Znanstveni piknik* Udruge Baltazar – projekt popularizacije znanosti i umjetnosti čiji je glavni cilj promovirati znanost u najširem smislu te zainteresirati mlade ljude, i one koji se tako osjećaju, na odabir znanosti kao svog životnog poziva. Prije povratka u Split sudionici su posjetili i Hrvatsku udrugu učeničkog zadrugarstva u kojoj su pregledali izložene rade učeničkih zadruga te iskusili kako je to raditi na lončarskom kolu.



Slika 28. Rad na lončarskom kolu



Slika 29. Pregled radova zadrugara

#### 4.2.4. Radionica *Osnivanje i financiranje održivih učeničkih poduzeća*

**Datum:** ponedjeljak, 4. listopada 2021.

**Vrijeme održavanja:** 9:00 – 13:00 h

**Mjesto održavanja:** UNIST Tehnološki park, A. G. Matoša 56, Split

Na četvrtoj radionici ponovno nam se pridružila Blanka Horvat iz Hrvatske udruge učeničkog zadrugarstva i uputila dvije srednje škole bez učeničke zadruge, korak po korak, kako osnovati zadrugu i iscrpno im predstavila svu nužnu papirologiju. Druga predavačica, Helena Habdija iz Impact HUB-a Zagreb, pružila je učenicima i nastavnicima stručno vodstvo u osmišljavanju kampanje grupnog financiranja za svoju poslovnu ideju. Također, na radionici se pregledalo trenutno stanje učeničkog proizvoda te predstavila projektna aktivnost osposobljavanja i korištenja kioska Društva *Marjan*.



Slika 30. Rad na financiranju poslovne ideje



Slika 31. Predstavljanje rezultata grupnog rada

#### 4.2.5. Radionica *Crowdfunding kampanja, proces kreiranja cijene proizvoda i lansiranje na tržište*

**Datum:** četvrtak, 4. studenog 2021.

**Vrijeme održavanja:** 8:45 – 12:15 h

**Mjesto održavanja:** UNIST Tehnološki park, A. G. Matoša 56, Split

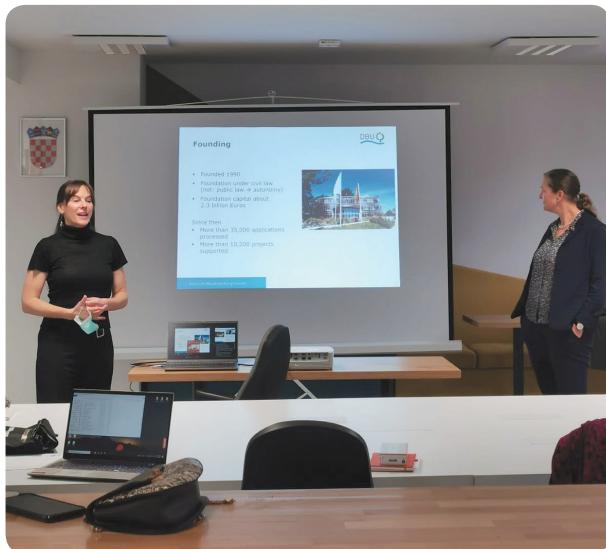
Na zadnjoj radionici kao počasne gošće sudjelovale su i predstavnice DBU zaklade, dr. Cornelia Soetbeer, voditeljica Odjela za okolišnu komunikaciju i zaštitu kulturnih dobara, i Claudia Domel kao posebna predstavnica u zemljama srednje, istočne i jugoistočne Europe od 2009. godine. DBU predstavnice ukratko su svim sudionicima radionice predstavile rad svoje zaklade, njezine aktivnosti i mogućnosti za sudjelovanje projektom uključenih učenika i nastavnika triju srednjih škola. S druge strane, učenici i nastavnici ponosno su predstavili svoj proizvod, vegansku pašticadu, mrežnu stranicu proizvoda te vizualni identitet koji su samostalno izradili. Također, DBU predstavnicama poklonili su primjerak svoje A' La Pašticade kako bi i same mogle svjedočiti punoći njezina okusa. Dodatno, na radionici je praktičnim radom napravljen detaljni plan izrade proizvoda u dogovorenim količinama i plan njegove daljnje promocije. Pregledao se i unaprijedio troškovnik te su dogovoreni distributivni kanali u cilju mogućnosti skorašnjeg predstavljanja finalnog učeničkog proizvoda.



Slika 32. Završni dogовори mentora i učenika



Slika 33. Proces kreiranja cijene proizvoda



Slika 34. Prezentacija predstavnica DBU-a, Claudia Domel i dr. Cornelija Soetbeer



Slika 35. Dokumentiranje zajedničkog rada u svrhu promocije proizvoda

### 4.3. Projektni rezultati

Jedna je od projektnih aktivnosti i osposobljavanje i korištenje prodajnog kioska Društva *Marjan* unutar Park-šume *Marjan* za prezentaciju i prodaju učeničkih proizvoda. Ugovorom s Društvom *Marjan*, vlasnikom kioska, dogovoreno je da će se kiosk u ovu svrhu koristiti i po završetku projekta na korist vlasnika kioska i učeničkih poduzeća.

Kiosk je na raspolaganju Udrudi Sunce, odnosno suradničkim školama, za vrijeme trajanja projekta i 24 mjeseca po njegovu završetku. Udruga Sunce, odnosno suradničke škole, njime mogu raspolagati 24 sata tjedno. Udruga Sunce i Društvo *Marjan* obvezali su se koristiti kiosk za doprinos promociji zaštite prirode, osobito PŠ *Marjan*, te poticanje okolišno-odgovornog ponašanja, principa *smanji stvaranje otpada, ponovno koristi i recikliraj* i društvene odgovornosti. Dodatno, Udruga Sunce raspolažeće prostorom kao dobar domaćin, sudjelovati u snošenju troškova redovnog održavanja kioska za vrijeme njegova korištenja, a nakon korištenja ostaviti prostor kioska u zatečenom stanju. Također, Sunce će osigurati osobu zaduženu za izlaganje proizvoda.

Prije samog početka projekta kiosk nije bio u funkciji pa je iz tog razloga osmišljeno i ostvareno njegovo uređenje. U kiosk se dovele struja, sanirao se pod i betonski pult, zamijenila postojeća rasvjeta te uredili zidovi i zatvori. Neke od aktivnosti, poput sanacije podova ili dovođenja struje, odradili su stručnjaci, dok su neke aktivnosti, poput brušenja, obrade zidova, bojanja i čišćenja, odradili projektni sudionici organiziranom volonterskom akcijom. U volonterskoj akciji, osim učenika i nastavnica na projektu, sudjelovali su i drugi učenici suradničkih škola te volonteri i zaposlenici Sunca.



Slika 36. Početno stanje kioska Društva Marjan, Prva Vidilica, Split



Slika 37. Renovacija kioska



Slika 38. Volonterska akcija preuređenja kioska

Iako je projektom planirano da učenici u sklopu projektnih radionica osmisle i izrade jedan proizvod koji reflektira njihovu školu i najbolje promovira njihove vještine i znanja, dogovorom i aktivnostima odlučeno je da se izrađuje zajednički proizvod. Taj proizvod rezultat je truda i rada te kombinira različite vještine učenika i nastavnika triju srednjih škola. Kako su za izradu svi dali ono najbolje od sebe, potvrđuje činjenica da finalni proizvod nije jedan proizvod, već paket proizvoda koji uključuje: teglicu od 370 ml s vegetarijanskim umakom A' La pašticada, ukrasnu naljepnicu s potrebnim informacijama, ukrasnu drvenu kutiju od bukve, knjižicu s receptima, kuhinjsku krpu s logotipom proizvoda, prateći promotivni videozapis i poveznicu na mrežnu stranicu (<https://alapasticada.webflow.io/>).



Slika 39. Izrada umaka



Slika 40. Ukrasna drvena kutija od bukve



Slika 41. Teglice s umakom spremne za mikrobiološku analizu

Planirana je samostalna prodaja teglica s vegetarijanskim umakom kao i posebno izdanje koje uključuje dvije teglice umaka, drvenu kutiju, knjižicu s receptima i kuhinjsku krpu.



Slika 42. Izrada ukrasnih kutija



Slika 43. Izrada ukrasnih kutija



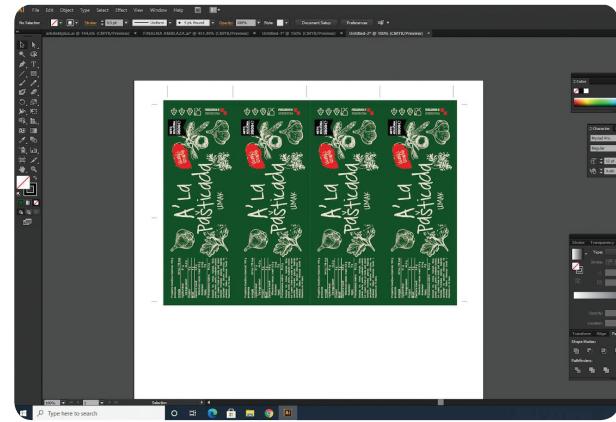
Slika 44. Dio tima učeničkih zadruga



Slika 45. Priprema promocijskih materijala



Slika 46. Osmišljeni recepti za umak



Slika 47. Izrada naljepnice za proizvod



Slika 48. Završni proizvod - A' La pašticada

#### 4.4. Izazovi u provedbi

Svaki projekt neupitno nosi izazove kojima stječemo nova znanja i usavršavamo vještine. Jedan od izazova, na samom početku projekta, bio je pronalazak održive tvrtke koja bi bila primjer dobre prakse uključenim školama – koja bi pokazala kako biti održiv i kako voditi uspješno poslovanje te koja bi preuzeila mentorsku ulogu u osnivanju učeničkih poduzeća. Drugim riječima, pronaći tvrtku koja u svom poslovanju poštuje principe održivosti te ima kapacitete za sudjelovanje na projektu (rad s učenicima, sudjelovanje na radionicama i praćenje učenika) nije bilo jednostavno. Za vrijeme pisanja projekta kontaktirali smo i odabrali jednu tvrtku, međutim, kada je projekt započeo, suradnja se ipak nije ostvarila i Udruga Sunce započela je s potragom novog partnera. Pri dogovaranju suradnje, tvrtke su najčešće odustajale zbog upitnika o održivosti koji je Sunce slalo na ispunjavanje kao uvjet za partnerstvo. Zahvalni smo što smo ipak pronašli partnera koji su se zaista potrudili i motivirali učenike, učili ih te uložili svoje vrijeme i energiju kako bi što bolje približili model poslovanja i izazove poslovnog svijeta te bili na raspolaganju tijekom trajanja projekta.

Nadalje, ovaj projekt započeo je prije pandemije koronavirusa i većinom se provodio za njezina trajanja i trajanja *online* nastave. Posljedično, projektne aktivnosti morale su se *ad hoc* mijenjati. Projektno studijsko putovanje, koje je bilo jak poticaj svim partnerima i sudionicima na uključivanje u sam projekt, moralо se odgoditi, a ostale su se aktivnosti s početka gotovo isključivo premjestile na mrežne platforme. Reorganizacija aktivnosti iz živog medija u onaj *online* zahtijevala je detaljnu pripremu koordinatorica, odnosno edukatorica Sunca, kao i istraživanje sadržaja i platformi koje će omogućiti što veću interakciju i participaciju sudionika. Uz mnogo truda, uspješno smo održali *online* konferenciju i uvodnu radionicu te aktivno komunicirali sa sudionicima do trenutka kada smo se opet mogli družiti uživo. Nastavno, provođenje aktivnosti uživo nosilo je i svoje izazove povezane s prilagodbom pandemijskim mjerama te neizvjesnošću do krajnog roka o mogućnostima provedbe aktivnosti.

Na radost edukatorica Sunca, uključeni su učenici ostvarili dobre međusobne odnose i odlučili se na osmišljavanje jednog zajedničkog proizvoda umjesto zasebnih proizvoda po školama, kako je prvotno projektno zamišljeno. Ovakvo osmišljavanje proizvoda koji će obuhvatiti učenike iz triju različitih škola, i s različitim znanjima, vještinama i kompetencijama predstavljalo je dodatan izazov. Također, odabir jednog zajedničkog proizvoda otežavao je u realizaciji jednaku uključenost velikog broja učenika. Sve ovo, rezultiralo je premašivanjem rokova za njegovu izradu. Međutim, zadovoljstvo krajnjim produktom učenika, ali i svih uključenih, vrijedilo je truda.

Za kraj, poseban izazov predstavljala je komunikacija među projektnim sudionicima, poglavito školama, nastavnicima, učenicima i edukatoricama Sunca. Zahvaljujući iznimnom trudu projektnih partnera da motiviraju učenike na suradnju, možemo reći da su učenici samostalno vodili inovativni i kreativni posao osmišljavanja produkta njihovih učeničkih poduzeća kao i međusobnu organizaciju. Ipak, naišli smo na poteškoće u prijenosu informacija o njihovu radu na ostale projektne sudionike. Naime, učenici su se među sobom dogovarali, ali svoje zaključke i rezultate nisu prenosili predviđenim komunikacijskim kanalima ostalima. Stoga smo morali uložiti dodatne napore kako bismo dobili povratne informacije o proizvodima i njihovu napretku. Problem smo predstavili na zajedničkim radionicama, što je donekle poboljšalo situaciju.

Unatoč izazovima, na kraju ne samo da su uspješno ostvareni svi projektni ciljevi, već je i stvorena dodatna vrijednost očitvana u rezultatima koji premašuju projektna očekivanja.

## 4.5. Osvrt projektnih sudionika

### Obrtna tehnička škola

*Suradnja sa Suncem, kao i uvijek do sada, prije svega je jako motivirajuće iskustvo. Razina profesionalnosti koju nudite u radu svakako je edukativna za sve nas koji s vama surađujemo. Spremnost da se problemi rješavaju i ishodi postižu prisutna je u svakoj situaciji – kad nam pandemija diktira oblike rada kao i onda kada zbog raznih nepredvidivih razloga nismo u mogućnosti odraditi ono što je bilo planirano.*

*Uključivanje učenika u ovaku projektu aktivnost omogućava im da se ostvaruju vlastitim uspjehom i neuspjehom te da izgrađuju povjerenje u vlastite sposobnosti. Iskustva stečena timskim radom premašuju okvire onoga što im može ponuditi klasičan oblik obrazovanja. Biti u situaciji koja zahtjeva da se iznade rješenje suradnjom i dogовором s ostalim članovima tima, a uz to prezentaciju različitih socijalnih i kognitivnih vještina na višim razinama, neupitno osposobljava mlade da u svojim okolinama (obiteljskim, profesionalnim, obrazovnim...) kreativnije, korisnije i funkcionalnije pristupaju rješavanju problema te sudjeluju u interpersonalnim odnosima.*

dipl. psih. Marijana Petrić Maršić, stručna suradnica

*Suradnja sa školama sudionicama bila je vrlo živahna i konstruktivna, u ugodnoj atmosferi, u vrlo ugodnom prostoru, što je također imalo pozitivan utjecaj na sveukupan zajednički rad.*

*Ono što je nama kao školi predstavljalo izazov, i produživalo vremenske raspone u obavljanju zadataka, poteškoće su uzrokovane načinom komunikacije u uvjetima COVID-19 pandemije, samoizolacijom učenika i privremenom nesposobnošću za rad djelatnika koji su nezamjenjivi u praktičnom dijelu izvedbe s naše strane.*

*Rekla bih da je organizacija i vođenje edukatorica Sunca bilo na zavidnoj razini.*

prof. engleskog jezika i književnosti i pedagogije Ružica Vorgić, stručni suradnik pedagog

## SŠ Braće Radić Kaštela

*U projektu „Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje mladih ljudi u Hrvatskoj“ sudjelovala je naša škola i suradnja s Udrugom Sunce i ostalim partnerima bila je korisna i poučna. Ideje su odlično prezentirane i obrađene na radionicama. Naša dosadašnja kreativnost u radu i razvijanju poduzetništva u agroturističkim i prehrambenim zanimanjima osnažena je brojnim informacijama i iskustvima partnera. Uz znanje razvila su se priateljstva te mogućnosti daljnje suradnje.*

dipl. ing. agronomije Marijana Bjeliš, prof. savjetnik

## Škola za dizajn grafiku i održivu gradnju

*Projekt je učenicima Škole za dizajn grafiku i održivu gradnju otvorio vidike i približio im problematiku poduzetništva, od mogućnosti samozapošljavanja i osnivanja vlastitih poduzeća, oblikovanja ideje, pokretanja proizvodnje do plasiranja proizvoda na tržište.*

*Učenici Škole za dizajn grafiku i održivu gradnju uložili su velike napore, ponekad i vlastita sredstva i slobodno vrijeme, kako bi dizajnirali i proizveli ambalažu, osmislili i snimili promocijski videozapis i reklamu te analizirali i testirali tržište.*

*Nakon završetka projekta i sabiranja svih iskustava i znanja koje su primili i savladali, mišljenje i želja svih sudionika, učenika i profesora jest kako bi se ovakvi projekti trebali pokretati svake godine u svim srednjim školama, a možda, u ne tako dalekoj budućnosti, uvesti u kurikule na razini države.*

prof. biologije i kemije Darija Ćerdić Vukušić, nastavnica biologije i kemije

## 5. POGLAVLJE: MATERIJALI

### 5.1. Odluka o osnutku (obnovi) učeničke zadruge

Na temelju članka 39. stavka 1. Zakona o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi (*Narodne novine*, br. 87/2008.) i članka \_\_\_\_\_ Statuta \_\_\_\_\_ (puni naziv škole/ustanove), Školski odbor donio je u sjednici održanoj \_\_\_. \_\_\_\_\_. 20\_. godine

#### **ODLUKU o osnutku (obnovi) Učeničke zadruge**

##### Članak 1.

Pri \_\_\_\_\_ (u daljem tekstu: Škola/ustanova) osniva/obnavlja se Učenička zadruga \_\_\_\_\_ (ime zadruge) (u daljem tekstu: Zadruga).

##### Članak 2.

Pripremne poslove do proglašenja osnutka i početka rada Zadruge te poslove zadružne uprave do izbora Zadružnog odbora obavlja Privremeni zadružni odbor u sljedećem sastavu:

1. \_\_\_\_\_, predsjednik/ca
2. \_\_\_\_\_, član/ica
3. \_\_\_\_\_, član/ica.

##### Članak 3.

Zadaće Privremenog zadružnog odbora jesu:

- a) pripremiti prijedlog pravila, ustroja i imena Zadruge
- b) izraditi prijedlog programa rada Zadruge
- c) voditi u Školi/ustanovi i izvan Škole/ustanove poslove u svezi s osnutkom i početkom rada Zadruge
- d) organizirati upis učenika/ca u članstvo Zadruge
- e) utvrditi prijedlog za imenovanje članova/ica Zadružnog odbora
- f) održati osnivačku skupštinu Zadruge na kojoj će se proglašiti osnutak i početak rada te prihvatići pravila Zadruge
- g) obaviti i druge poslove u svezi s pripremom početka rada Zadruge.

##### Članak 4.

Sjedište je Zadruge u Školi/ustanovi, \_\_\_\_\_ (mjesto, ulica i kućni broj).

##### Članak 5.

Škola/ustanova za djelatnost Zadruge osigurava prostorije, zemljište i inventar u vlasništvu Škole/ustanove.

Zadruga će se služiti priborom, alatom i sredstvima koje dobije od darovatelja, pokrovitelja i drugih.

### Članak 6.

Novčana sredstva Zadruge, bez obzira na izvore, vodit će se preko računa Škole/ustanove, posebno se evidentirati, a mogu se uporabiti samo za rad učeničke zadruge i unaprjeđenje odgojno-obrazovnog rada škole/ustanove.

Računovodstvo i druge stručne službe Škole/ustanove obavljat će finansijske, računovodstvene i ostale administrativne poslove za potrebe Zadruge.

### Članak 7.

Ova odluka dostavlja se Hrvatskoj udruzi učeničkog zadrugarstva, Ministarstvu znanosti i obrazovanja te upravnom odjelu za društvene djelatnosti i uredu državne uprave u županiji, službi za društvene djelatnosti – (pod)odsjeku za prosvjetu i kulturu (odnosno Gradskom uredu za obrazovanje i šport Grada Zagreba).

Klasa:

Ur. broj:

U \_\_\_\_\_ - . \_\_\_\_\_ 20\_.

Predsjednik/ca  
Školskog odbora:

Ravnatelj/ica Škole/ustanove:

## 5.2. Pravila učeničke zadruge

Na temelju članka 39. stavka 1. Zakona o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi (*Narodne novine*, br. 87/2008.) i članka \_\_\_. Statuta \_\_\_\_\_ (puni naziv škole/ustanove), Zadružni odbor Učeničke zadruge \_\_\_\_\_ (puni naziv Zadruge) donio je u sjednici održanoj \_\_\_. \_\_\_\_\_. 20\_\_.

### PRAVILA UČENIČKE ZADRUGE \_\_\_\_\_ (puni naziv Zadruge)

#### 1. Temeljne odredbe

##### Članak 1.

Učenička zadruga \_\_\_\_\_ (u daljem tekstu: Zadruga) dragovoljna je interesna učenička organizacija koja pridonosi postizanju odgojno-obrazovnih i društveno-gospodarskih ciljeva škole/ustanove jer kao oblik izvannastavne aktivnosti učenicima/ama omogućuje stjecanje radno-tehničkoga, ekološkoga, gospodarskoga, društvenog i etnoodgoja i obrazovanja te razvoj sposobnosti i korisno provođenje slobodnog vremena.

##### Članak 2.

Osnivač Zadruge je \_\_\_\_\_ škola/ustanova \_\_\_\_\_ (u daljem tekstu: Škola/ustanova).

Osnivaču Zadruge mogu se pridružiti i drugi utemeljitelji – suosnivači.

Suosnivači Zadruge mogu biti pravne osobe (poduzeća, ustanove, udruge) i pojedinci koji novčanim ili drugim darom, stručnom pomoći, omogućivanjem korištenja sredstava rada, prodajom proizvoda i na druge načine pomognu osnivanju i stvaranju uvjeta za rad Zadruge.

##### Članak 3.

Zadruga nema svojstvo pravne osobe.

Odluka uprave Zadruge postaje pravomoćna kada se s njom složi Školski odbor.

Zadruga se može udruživati u srodne udruge ili saveze u Republici Hrvatskoj, a član je Hrvatske udruge učeničkog zadrugarstva pri Hrvatskoj zajednici tehničke kulture.

##### Članak 4.

Sjedište Zadruge je u Školi/ustanovi, \_\_\_\_\_ (mjesto, ulica i kućni broj).

##### Članak 5.

Zadruga ima svoj pečat, zastavu i amblem.

Sadržaj, oblik i izgled pečata, zastave i amblema određuje uprava Zadruge odlukom.

## *Ciljevi i zadaće Zadruge*

### Članak 6.

Zadruga pridonosi ostvarivanju ciljeva i zadaća odgoja i obrazovanja učenika programom rada u kojem se spajaju znanstvene spoznaje i učenje te određen proizvodni i koristan rad.

Cilj je Zadruge dragovoljno okupiti što veći broj učenika i primjerenum metodičkim postupcima te pod vodstvom učitelja mentora omogućiti im razvoj sklonosti, interesa i sposobnosti te stjecanje, produbljivanje i primjenu bioloških, tehničkih, gospodarskih, društvenih i srodnih znanja iz područja važnih za cijelokupan proizvodni proces od njegova planiranja do tržišnog i drugog vrednovanja rezultata rada.

U Zadruzi se posebno razvijaju i njeguju radne navike, radne vrijednosti i stvaralaštvo, stječe znanje i svijest o načinima i potrebi očuvanja prirode, kao i njegovanja baštine i pučkog stvaralaštva, učenici profesionalno informiraju i usmjeravaju te stvaraju preduvjeti za prijenos i praktičnu primjenu znanja u životu i lokalnoj sredini.

### Članak 7.

Temeljne odgojne i obrazovne zadaće Zadruge jesu, što ranije i što većem broju učenika:

- pobuditi i razviti svijest o nužnosti i vrijednosti rada za čovjekov život;
- razvijati i njegovati radne navike te odgovornost, inovativnost, samostalnost, poduzetnost, snošljivost i potrebu za suradnjom;
- omogućiti stjecanje, produbljivanje, proširivanje i primjenu znanja te razvoj sposobnosti bitnih za gospodarstvo i organizaciju rada;
- razvijati svijest o mogućnosti, dosezima i potrebi primjene suvremenih znanstvenih, tehničkih i tehnoloških dostignuća;
- pridonositi prijenosu znanja iz nastave u praktične djelatnosti Zadruge i, obrnuto, znanja iz rada u Zadruzi u nastavu;
- razvijati ljubav prema prirodi i vrijednostima koje je čovjek stvorio svojim radom te svijest o nužnosti očuvanja ravnoteže u prirodi, zaštite okoliša i njegovanja baštine;
- omogućiti najveći razvitak sposobnosti i ostvarenje osobnih interesa, a time i samopotvrđivanje te spoznaju vlastitih sklonosti i sposobnosti;
- pripremati izbor školskih programa i budućih zanimanja iz djelatnosti Zadruge.

Te se zadaće ostvaruju:

- poštivanjem učeničke dragovoljnosti, interesa, predznanja i sposobnosti u pripremi i izvedbi programa rada i njihovim sudjelovanjem u vrednovanju rezultata rada;
- pružanjem dobrih izvora znanja (nastavnih pomagala, suvremeno opremljenih kabinet, literature, sposobnih i motiviranih voditelja);
- osiguranjem sredstava za rad (zemljišta, strojeva, alata, stoke, reproduksijskog materijala itd.) koja su nužna za proizvodnu i uslužnu djelatnost Zadruge;
- problemskom, egzemplarnom i istraživačkom podukom a poglavito sudjelovanjem učenika u pokusima i izradi samostalnih istraživačkih radova;
- osiguranjem stručne pomoći, i to stručnih voditelja i potpore (od uključivanja specijalista u rad s mlađim zadružarima do sudjelovanja učenika u radu stručnih ustanova);
- omogućivanjem nastupa članova s prikazom rezultata rada i stjecanja priznanja za svoje sposobnosti, znanje i vještine na smotrama, susretima i natjecanjima;

- prepoznavanjem, praćenjem i potporom pojedinaca i skupina oblikovanijeg interesa i izraženijih predispozicija te omogućivanjem svladavanja diferenciranih programa (ljetne škole, kampovi i drugo);
- suradnjom s roditeljima, poduzećima i ustanovama u mjestu te stručnim službama, visokim učilištima, fakultetima i znanstvenim institutima.

### Članovi Zadruge

#### Članak 8.

Članom Zadruge može postati svaki učenik Škole/ustanove nakon završenoga prvog razreda osnovne škole, roditelj učenika člana Zadruge, učitelji mentori i ostali stručnjaci koji sudjeluju u radu.

Članovi Zadruge mogu biti učenici koji su završili Školu i njihovi roditelji, vanjski suradnici, donatori i pokrovitelji, stručnjaci i pojedinci koji nalaze svoj interes u promicanju učeničkog zadružarstva i potpori ostvarenju ciljeva i zadaća Zadruge.

Članovi iz stavka 1. ovoga članka imaju položaj redovnih članova, a iz stavka 2. položaj podupirućih članova. Učenici članovi nazivaju se mladim zadružarima.

Uprava Zadruge može imenovati i počasne članove.

#### Članak 9.

Članstvo u Zadruzi je dragovoljno, što se potvrđuje potpisom pristupnice.

Stupanjem u članstvo pojedinac preuzima obveze i prava utvrđena ovim Pravilima.

Redovito članstvo može prestati na osobni zahtjev člana ili njegovim isključenjem zbog neispunjavanja zadaća i djelovanja suprotnog ciljevima i zadaćama Zadruge.

O članovima Zadruge vodi se evidencija. Članstvo se dokazuje iskaznicom čiji sadržaj i oblik utvrđuje uprava Zadruge.

## 2. Djelatnost i sredstva Zadruge

#### Članak 10.

Djelatnost Zadruge obuhvaća proizvodni i uslužni rad organiziran na način koji učenicima omogućuje upoznavanje i ovladavanje temeljnim elementima procesa proizvodnje.

Rad se ustrojava kao odgojni i obrazovni proces kojim učenici upoznaju suvremena znanstvena i tehničko-tehnološka dostignuća, stječu gospodarska i druga znanja i primjećujući ih racionalno organiziraju rad i koriste čimbenike proizvodnje te raspodjeljuju dobit, tj. ovladavaju načinom postizanja optimalnih rezultata racionalnim korištenjem resursa uz najmanje moguće ugrožavanje prirodnog okoliša. Sudjelujući u pripremi, proizvodnji i upravljanju učenici upoznaju sveukupni proces kao tehničko-tehnološki, gospodarski i društveni, radni i stvaralački.

## Članak 11.

Opseg djelatnosti i radni zadaci utvrđuju se godišnjim planom i programom rada Zadruge, koji je sastavni dio programa Škole/ustanove.

Godišnji plan i program Zadruge usklađuje se s odgojno-obrazovnim ciljevima i zadaćama Škole/ustanove i psihičkim i tjelesnim mogućnostima (sposobnostima) i predznanjem učenika.

Proizvodni rad i istraživanja članovi Zadruge mogu obavljati i u gospodarskim tvrtkama, istraživačkim i stručnim ustanovama, s tim što proizvodni rad uvijek može pružiti prepoznatljiv gospodarski (ekonomski) učinak.

O djelatnosti Zadruge vode se ljetopis Zadruge i matična knjiga Zadruge.

U matičnu se knjigu upisuju ključni događaji i rezultati Zadruge, sekcija, učenika, voditelja i suradnika. Osobu koja vodi ljetopis i matičnu knjigu imenuje Zadružni odbor.

## Članak 12.

Interesi učenika ostvaruju se ustrojavanjem rada u jednoj ili više srodnih proizvodnih i uslužnih djelatnosti, odnosno osnutkom sekcija.

Sekcija je temeljna odgojno-obrazovna i radna jedinica Zadruge.

Zadruga ima ove sekcije:

1. \_\_\_\_\_,
2. \_\_\_\_\_,
3. \_\_\_\_\_,
4. \_\_\_\_\_.

Uprava Zadruge može na početku školske godine odlučiti o ustrojstvu dodatnih sekcija kako bi se udovoljilo interesima članova.

Ustrojstvene oblike djelovanja sekcija određuje uprava Zadruge.

## Članak 13.

Članovi sekcije obavljaju ove zadaće:

- planiraju, programiraju i ostvaruju program
- raspoređuju i evidentiraju rad svakog člana
- vrednuju rad i predlažu nagrade prema rezultatima rada
- skrbe se o poštivanju radnih obveza (o radnoj stezi)
- brinu se o inventaru i potrošnom materijalu, nadziru stanje sredstava za rad, predlažu nabavke, vode knjigu blagajne i pregled rada.

Sekcija ima učitelja voditelja, a može imati jednoga ili više suradnika.

## Članak 14.

Djelatnost Zadruge javna je.

## Članak 15.

Sredstva za rad kojima se Zadruga služi u proizvodnim i uslužnim djelatnostima čine zemljište, strojevi,

alati, stoka i drugo, a osigurava ih Škola/ustanova i osnovna su sredstva Škole/ustanove.

Osnovna se sredstva mogu osigurati i darovima poduzeća, udruga, poduzetnika i iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

### Članak 16.

Novčana sredstva za djelovanje Zadruge stječu se:

- članarinom
- prodajom proizvoda i usluga nastalih radom učenika u Zadruzi
- potporom iz državnoga, županijskoga i gradskog/općinskog proračuna
- donacijama i sponzorstvom
- darovima
- iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

Proizvode i usluge u promet stavlja Škola.

### Članak 17.

Zadruga nema poseban račun, nego se njezina novčana sredstva vode na računu Škole/ustanove.

Prihodi i troškovi Zadruge u knjigovodstvu Škole/ustanove bilježe se na zasebnoj kartici.

Ukupan prihod Zadruge čine sva novčana sredstva iz članka 16. koja Zadruga ostvari tijekom godine i mogu se koristiti isključivo za rad Zadruge.

Novčana se sredstva mogu trošiti na temelju odluke upravnih tijela Zadruge. Nalogodavac za isplate ravnatelj/ica je Škole/ustanove.

## 3. Upravljanje

### Članak 18.

Upravna tijela u Zadruzi jesu:

- Skupština Zadruge
- uprava Zadruge.

### Članak 19.

Skupštinu Zadruge čine svi članovi Zadruge.

Skupština se saziva najmanje jedanput godišnje. Saziva je i predsjeda joj predsjednik/ica Zadruge. U izvanrednim okolnostima Skupštinu može sazvati i Zadružni odbor.

Skupština utvrđuje stajališta i smjernice za vođenje Zadruge i oni obvezuju upravu Zadruge.

### Članak 20.

Zadrugom neposredno upravlja i njezine poslove vodi uprava Zadruge. Upravu čine:

- Zadružni odbor
- predsjednik/ica Zadruge

- tajnik/ica Zadruge.

Mandat uprave traje 2 (dvije) godine i može se ponoviti. Pojedinog člana uprave može se zamijeniti i prije isteka mandata. Zamjena se obavlja po istom postupku kao i imenovanje.

#### Članak 21.

Zadružni odbor ima 7 (sedam) članova koje imenuje odnosno bira Školski odbor, i to:

- 2 (dva) člana iz reda osoblja Škole/ustanove
- 1 (jednog) člana iz reda roditelja učenika članova (članak 8., stavak 1. Pravila)
- 1 (jednog) člana iz reda suosnivača odnosno članova Zadruge (članak 2., stavak 3. odnosno članak 8., stavak 2. Pravila)
- 2 (dva) člana iz reda učenika zadrugara, članova sekcija odnosno interesnih skupina (članak 8., stavak 1. Pravila)
- 1 (jednog) člana predstavnika jedinice lokalne samouprave (općine/grada ili gradske četvrti u Zagrebu) na čijem je području sjedište Zadruge.

Zadružni odbor među svojim članovima bira predsjednika/icu, zamjenika/icu predsjednika/ice i tajnika/icu Zadruge.

#### Članak 22.

Zadružni odbor radi u sjednicama, koje saziva i vodi predsjednik/ica.

Odbor se sastaje prema potrebi, kako zahtijevaju njegovi poslovi i zadaće.

Odbor odlučuje većinom glasova svih svojih članova.

#### Članak 23.

Zadružni odbor obavlja ove poslove:

- donosi Pravila Zadruge
- odlučuje u svezi s djelatnošću Zadruge i usklađuje rad sekcija
- utvrđuje programe rada sekcija i donosi program rada Zadruge
- donosi finansijski plan (proračun) Zadruge te raspolaže sredstvima Zadruge
- odlučuje o statusu, imenu, pečatu, zastavi, amblemu (i slovoliku) Zadruge
- odlučuje o članstvu u Zadruzi
- određuje visinu članarine
- odlučuje o nagradama i priznanjima za rad
- vodi poslove u ovlasti Zadruge.

#### Članak 24.

Zadružni odbor može radi dogovora, obavlješćivanja ili drugih razloga, važnih za djelovanje i napredak Zadruge, organizirati sastanke pojedinih sekcija. Dužan ih je održati na zahtjev najmanje jedne trećine ukupnog broja sekcija.

Zaključci tih sastanaka smjernice su za dalji rad uprave Zadruge.

#### Članak 25.

Predsjednik/ica Zadruge vodi rad upravnih tijela i poslove Zadruge.

Predsjednik/ica Zadruge ujedno je predsjednik/ica Zadružnog odbora i Skupštine Zadruge.

Predsjednik/ica Zadruge predstavlja i zastupa Zadrugu. O pitanjima koja se odnose na prava i obveze Škole prije zastupanja mora dobiti ovlaštenje ravnatelja/ice Škole.

Predsjednik/ica potpisuje zaključke upravnih tijela, Pravila i druge akte Zadruge, raspolaže novčanim sredstvima u skladu s rasporedom sredstava utvrđenim finansijskim planom (proračunom) Zadruge i obavlja druge poslove od interesa za Zadrugu.

U slučaju spriječenosti predsjednika/ice, njegove obveze obnaša zamjenik/ica predsjednika/ice.

#### Članak 26.

Tajnik/ica Zadruge organizira i vodi opće, administrativne, finansijske, pravne i druge poslove te pomaže predsjedniku/ici Zadruge u obnašanju njegovih zadaća i pripremi sjednica.

Tajnik/ica vodi poslovnu komunikaciju s drugim sudionicima u programu Zadruge.

#### Članak 27.

Stručnog voditelja Zadruge i stručne voditelje sekcija imenuje Školski odbor na prijedlog Učiteljskog vijeća i uz prethodnu suglasnost uprave Zadruge.

Voditelji:

- uz neposrednu suradnju učenika planiraju, programiraju i organiziraju proizvodni rad
- odabiru najdjelotvornije metode i oblike rada
- prate, usmjeravaju i potiču rad učenika
- omogućuju učenicima vezu s drugim stručnjacima i dostupnost dobrih izvora znanja
- odgovorni su za sigurnost učenika u radu
- surađuju s roditeljima i suodgojiteljima te upoznaju druge učitelje s radnim rezultatima.

Voditeljem može biti imenovan i stručnjak izvan Škole/ustanove, ako ispunjava uvjete propisane za učitelja.

Voditelji čine Zadružno stručno vijeće i u ostvarivanju svojih zadaća poštuju stručne pedagoške i znanstvene zasade.

### 4. Mjere za poticaj i potporu učenika

#### Članak 28.

Poticanje učenika ostvaruje se sudjelovanjem na smotrama, susretima, natjecanjima, sajmovima, ljetnim školama i kampovima te dodjeljivanjem pohvala, priznanja i nagrada.

Za neposredan prinos ostvarenju zadružnih proizvodnih rezultata i usluga učenicima se mogu dodijeliti novčane nagrade.

Prigodom vrednovanja rada prosuđuju se postignuća, zalaganje i ponašanje.

Priznanja, pohvale i nagrade mogu izricati odnosno dodjeljivati:

- Skupština Zadruge
- Zadružni odbor
- Školski odbor

- Učiteljsko vijeće
- učitelj (profesor) voditelj.

#### Članak 29.

Učenici, koji tijekom školske godine postignu najbolje rezultate, stječu pravo sudjelovanja na smotrama, susretima i natjecanjima višeg stupnja, a ponajbolji u ljetnim školama i kampovima.

Na susretima i smotrama rezultate rada i pokusa prikazuju pojedinci i vrste.

Smotre, susreti i natjecanja organiziraju se iz teoretskih i praktičnih znanja.

#### Članak 30.

Učenik za rad u Zadruzi može biti pohvaljen. Pohvala se izriče usmeno ili daje napisano.

#### Članak 31.

Nagrada se dodjeljuje pojedincima, zadrugama ili sekcijama u zadruzi za iznimne rezultate u radu i unapređivanju učeničkog zadrugarstva.

Nagrada pojedincu, zadrugama ili sekcijama dodjeljuje se za izvanredna postignuća na natjecanjima, i to kao novčani iznos za obrazovne, kulturno-umjetničke, športske i druge potrebe (za ulaznice, izlete, kupnju knjiga i sl.).

Uz novčani se iznos nagrađenima uručuje isprava iz koje se vidi zašto je nagrada dodijeljena i o kakvoj se nagradi radi.

### 5. Prijelazne i završne odredbe

#### Članak 33.

Zadruga može prestati s radom zbog nepostojanja osnovnih radnih uvjeta.

Odluku o prestanku rada Zadruge donosi osnivač.

Ostatak sredstava prenosi se u vlasništvo Škole/ustanove.

#### Članak 34.

Ova Pravila mijenjaju se i dopunjaju isto kako su donesena.

Izmjene i dopune mogu predlagati uprava Zadruge, pojedine sekcije, Školski odbor i ravnatelj/ica Škole/ustanove.

#### Članak 35.

Ova Pravila stupaju na snagu nakon što ih potvrdi Školski odbor.

Jedan primjerak potvrđenih Pravila dostavlja se Hrvatskoj udruzi učeničkog zadrugarstva.

Predsjednik/ica Zadruge:

---

Školski odbor potvrdio je ova Pravila na svojoj \_\_\_. sjednici održanoj \_\_\_. \_\_\_\_ 20\_\_.

Predsjednik/ica Školskog odbora:

---



### 5.3. Pristupnica i vjerodajnica

#### P R I S T U P N I C A

Sukladno članku 2. stavak 1. i 2., članku 17. stavak 2. i članku 28. stavak 1. Statuta Hrvatske

udruge učeničkog zadrugarstva \_\_\_\_\_

(naziv osnovne ili srednje škole, učeničkog doma ili centra za odgoj i obrazovanje)

zastupan/a po ravnatelju/ici \_\_\_\_\_

(ime i prezime ravnatelja/ice)

u kojoj djeluje učenička zadruga \_\_\_\_\_

(naziv učeničke zadruge)

odlučila je udružiti se u Hrvatsku udrugu učeničkog zadrugarstva kao redovita članica.

Naš zastupnik u Hrvatskoj udruzi učeničkog zadrugarstva u naredne četiri godine bit će

voditelj/ica učeničke zadruge \_\_\_\_\_

(ime i prezime voditelja/ice učeničke zadruge, adresa i telefonski kontakt)

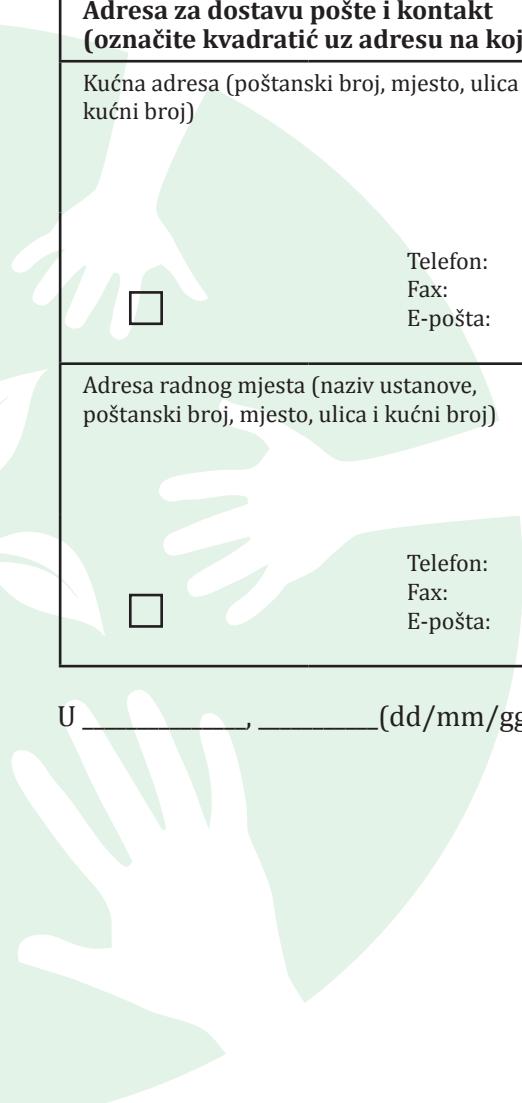
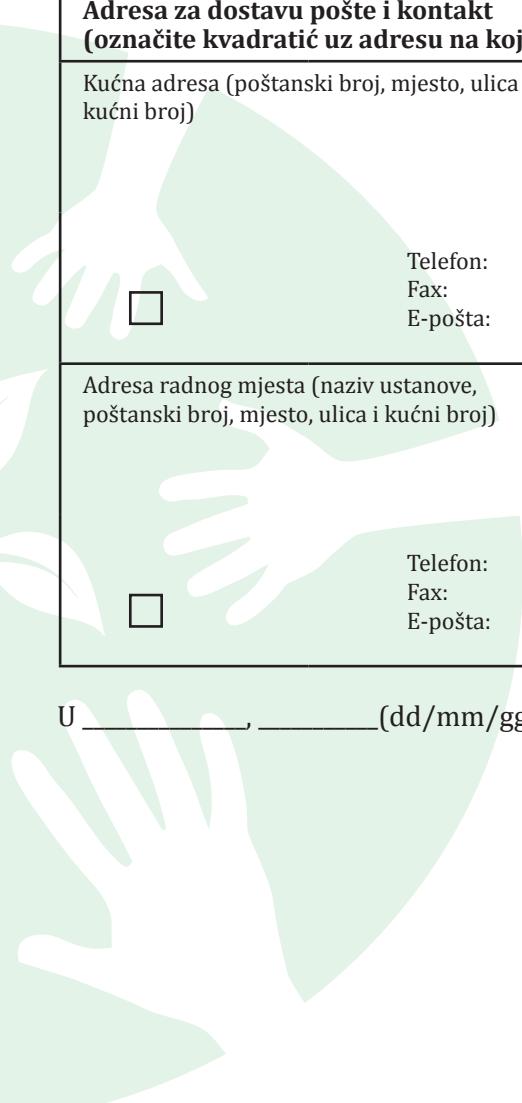
**Pristupnici prilažemo popunjenu vjerodajnicu za našeg zastupnika u Skupštini Hrvatske udruge učeničkog zadrugarstva. Obvezujemo se da ćemo o svakoj promjeni voditelja naše učeničke zadruge i našeg zastupnika u Skupštini pisano obavijestiti Hrvatsku udrugu učeničkog zadrugarstva.**

\_\_\_\_\_  
(mjesto i datum popunjavanja pristupnice)

M.P.

\_\_\_\_\_  
(vlastoručni potpis ravnatelja/ice)

**VJERODAJNICA ZASTUPNIKA  
U SKUPŠTINI HRVATSKE UDRUGE UČENIČKOG ZADRUGARSTVA**

Puni naziv odgojno-obrazovne ustanove koja je izabrala zastupnika	
OIB ustanove	
Naziv učeničke zadruge	
Datum izbora zastupnika	
Mandatno razdoblje izbora	
<b>Osobni podaci zastupnika</b>	
Ime i prezime zastupnika	
Mjesto i godina rođenja	
Puni naziv zvanja zanimanja	
Naziv radnog mesta	
Ustanova zaposlenja	
Posebna znanja i vještine iz područja učeničkog zadrugarstva	
<b>Adresa za dostavu pošte i kontakt (označite kvadratičić uz adresu na koju želite primati poštu)</b>	
Kućna adresa (poštanski broj, mjesto, ulica i kućni broj)  	<input type="checkbox"/> Telefon: Fax: E-pošta:
Adresa radnog mjeseta (naziv ustanove, poštanski broj, mjesto, ulica i kućni broj)  	<input type="checkbox"/> Telefon: Fax: E-pošta:

U \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ (dd/mm/gggg)

Potpis ovlaštene osobe

### **5.3. Massively Transformative Purpose (MTP) – radni list**

Ime:

Datum:

#### **1. Navedi inspirirajuća područja koja te ispunjavaju uzbudnjem, čuđenjem i čežnjom.**

Što si želio/la biti kad odrasteš?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

#### **2. Navedi velike izazove ili probleme koje bi volio/voljela riješiti.**

Koje te nepravde posebno povrjeđuju ili ljute? Kako bi potrošio/la milijardu kuna da učiniš svijet boljim mjestom?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

#### **3. Kome želiš biti heroj?**

Tko ima korist od tvog MTP-a?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.



**4. Napiši riječi koje opisuje akcije koje želiš poduzeti. Zaokruži najmoćnije.**

Na primjer: riješiti, inspirirati, preobraziti, utjecati, stvoriti...

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

**5. Zapiši probne verzije potencijalnih MTP-ova. Zaokruži one s kojima se najviše povezuješ.**

Napomena: neka budu ispod 20 riječi i lako pamtljivi.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.



## 5.4. Moonshot razmišljanje – radni list

Ime:

Datum:

### 1. Zapiši nekoliko *Moonshot* ideja i zaokruži one s kojima se najviše povezuješ.

Uvjjeti:

- povezana je s tvojim MTP-om
- velika je, odvažna, pomalo zastrašujuća i uzbudljiva
- ne znaš još kako ćeš je ostvariti
- ako je ostvariš, promijenit će tvoj život
- lako je odrediva i mjerljiva
- jasno ćeš znati kada se ostvari (i svi ostali).

1.

2.

3.

### 2. Jasno opiši kako će tvoja *Moonshot* ideja izgledati za pet godina.

Upotrijebi određene brojeve i datume kako bi ideja bila objektivno mjerljiva.

### 3. Koje konkretnе i mjerljive ishode, koji će voditi k ostvarenju *Moonshot* ideje, možeš ostvariti nakon jedne godine?

### 4. Što možeš u idućih 30 dana napraviti da testiraš i smanjiš rizike za ostvarenje svojih jednogodišnjih i petogodišnjih ishoda?

**5. Kako možeš dokazati da je tvoja *Moonshot* ideja ostvariva?**

Npr. sličnu *Moonshot* ideju ostvario je netko drugi.

**6. Koju akciju možeš poduzeti sada da napraviš korak bliže k ostvarenju *Moonshot* ideje?**



## 5.5. Sustainable Business Canvas (SBC)

# Sustainable Business Canvas



Srednja škola:

Naziv ideje:

Vizija i misija:

KOJI JE DUGOROČNI CILJ I SVRHA VAČEG POSLOVNOG MODELA?

KOJI SU VAŠI EKONOMSKI, EKOLOŠKI I SOCIJALNI CILJEVI?

ŠTO?

Kupci:

TKO SU I PO ČEMU SE ISTIČU?

KOJI SU IM DISTIBUICIJSKI KANALI PRIKLADNI?

KAKAV JE UTJECAJ ZAŠTITE OKOLIŠA NA VAŠU CILJANU SKUPINU SADA I U BUDUĆNOSTI?

Konkurenca:

TKO JE?

POSTOJI LI SLIČNA PONUDA NA TRŽIŠTU?

KAKO MOŽETE OSTVARITI PREDNOSTI?

TKO?

Ostali relevantni dionici:

NA KOGA UTJEČU VAŠE AKTIVNOSTI OSIM PARTNERA I KUPACA?

KAKO MOGU REAGIRATI NA POSLOVNU IDEJU?

KOLIKO MOGU UTJECATI NA VAŠU IDEJU?

KOLIKO?

Model:

TREBATE LI NOVAC ZA SVOJU IDEJU I ODAKLE ĆE TE GA NABAVITI (KUPCI, DONATORI, SUBVENTIJE)?

KAKO MOŽETE ZARADITI SVOJOM IDEJOM I ŠTO KUPCI PLAĆAJU?

MOŽETE LI POVEĆATI PRIHOD AKO IDEJAIMA POZITIVNI DRUŠTVENI ILI OKOLIŠNI UČINAK?

## Literatura i poveznice



Alayón, D. 2018. *Understanding Moonshot Thinking.*  
<https://medium.com/future-today/understanding-moonshot-thinking-783e3399c611>

Boikidou, L. 2019. *What is moonshot thinking?.*  
<https://www.linkedin.com/pulse/what-moonshot-thinking-lisa-boukidou>

Bučar i ostali. 2008. *Školska učenička zadruga u razvoju djece i mlađeži.* HUUZ. Zagreb.

Design Council. 2019. *What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond.*  
<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Diamandis, P. H. 2017. *Discovering Your Massively Transformative Purpose.*  
<https://www.diamandis.com/blog/discovering-your-massively-transformative-purpose>

French, J. i Gordon, R. 2015. *Strategic social marketing.* SAGE Publication Inc. 2015, 20 (1).

Grupa autora. 2018. *Priručnik za provedbu istraživačkog rada u učeničkoj zadruzi.* HUUZ. Zagreb.

Grupa autora. 2019. *Početnica učeničkog zadrugarstva.* HUUZ. Zagreb.

Hafner, H. 2017. *Vodič za crowdfunding.* Udruga za razvoj civilnog društva SMART. Rijeka.  
[https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Vodic\\_za\\_Crowdfunding.pdf](https://www.civilnodrustvo-istra.hr/images/uploads/files/Vodic_za_Crowdfunding.pdf)

Kotler, P. W.; Saunders, V.; Armstrong, J. G. 2006. *Osnove Marketinga.* MATE i Zagrebačka škola ekonomije i managementa. Zagreb.

Mađarić D. 1987. *Promocijske aktivnosti u zaštiti ekosistema.* Ekomska biblioteka Birotehnika. Zagreb.

Olsen, K. (2020). *Setting a Goal for Changing the World: Massive Transformative Purpose.*  
<https://moonshotpirates.com/blog/setting-a-goal-for-changing-the-world-massive-transformative-purpose/>

Osterwalder, A. i Pigneur, N. (2011). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.* Strategyzer.

Ottman, J. A. 1998. *Green marketing, Opportunity for Innovation.* NTC Business Books. Chicago.

Rocco, F. 2020. *Marketinško upravljanje.* Školska knjiga, Zagreb.

Zakon o odgoju i obrazovanju u osnovnoj i srednjoj školi. 2022.  
<https://www.zakon.hr/z/317/Zakon-o-odgoju-i-obrazovanju-u-osnovnoj-i-srednjo-%C5%A1koli>

## O nositelju projekta i projektnom timu

Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce (<https://sunce-st.org/>) osnovana je 1998. godine u Splitu kao odgovor na rastuću potrebu društva za neovisnim i stručnim tijelom koje će ponuditi rješenja u pitanjima zaštite okoliša i prirode. Danas je Udruga Sunce nacionalno i međunarodno prisutna kao jedna od vodećih organizacija za zaštitu prirode i okoliša u Hrvatskoj. Udruga Sunce zauzima se za povećanje standarda i unapređenje sustava zaštite okoliša i prirode, potiče uključivanje i sudjelovanje javnosti te zagovara stvaranje odgovornog društva svjesnog povezanosti ljudi i prirode. Isto tako, štiti interes i pravo javnosti na zdrav okoliš te stvara rješenja za očuvanje prirode i razumno korištenje prirodnih resursa na dobrobit svih građana. Važnost edukacije svih naraštaja o potrebi zaštite okoliša, očuvanja prirode i principima održivog razvoja ističe se od samog osnutka Udruge. Edukaciju učenika osnovnih i srednjih škola Udruga Sunce provodi različitim projektima koji su usmjereni samo na edukaciju ili edukacija predstavlja jedan projektni dio. U suradnji s ostalim programima Udruge Sunce do danas je izrađen cijeli niz edukacijskih materijala namijenjenih učenicima i nastavnicima.

**Margita Radman**, voditeljica Odjela za edukaciju i informiranje, rođena je 1987. godine u Splitu gdje je 2012. godine magistrirala biologiju i ekologiju mora na Sveučilišnom odjelu za studije mora Sveučilišta u Splitu. Nakon jednogodišnjeg stručnog usavršavanja kao muzejski pedagog vježbenik u Prirodoslovnom muzeju Split, položila je ispit za muzejskog pedagoga. Istodobno se angažirala u Udrizi Sunce, najprije kao volonter, uglavnom na programu Zaštite prirode i međuprogramu Edukacije i informiranja, a od 2012. zaposlena je na poziciji suradnice edukatorice. Na Filozofskom fakultetu u Splitu, u sklopu Centra za istraživanje i razvoj cjeloživotnog obrazovanja, 2015. završila je program pedagoško-psihološko-didaktičko-metodičkog obrazovanja, a 2018. godine postaje voditeljica Odjela za edukaciju i informiranje.

**Maja Golem**, stručna suradnica edukatorica, rođena je 1992. godine u Splitu. Na Sveučilištu u Splitu 2016. godine magistrira edukaciju hrvatskog jezika i književnosti te pedagogije. Odmah po završetku studiranja odrađuje stručnu praksu na Sveučilištu u Galwayu (NUI Galway), točnije u Irskom centru za autizam i neurorazvojna istraživanja, a potom radi u OŠ Split 3 te u Centru za autizam Split. Od 2020. zaposlena je u Udrizi Sunce.

**Tea Kuzmičić Rosandić**, voditeljica projekata i stručna suradnica edukatorica, rođena je 1988. godine u Splitu gdje je 2012. magistrirala biologiju i ekologiju mora na Sveučilišnom odjelu za studije mora Sveučilišta u Splitu. Radila je kao turistički vodič u putničkoj agenciji i kao suradnik u Odjelu za ekologiju Podgore čistoće d.o.o. Nakon razdoblja volontiranja, od 2015. zaposlena je Suncu. Program pedagoško-psihološko-didaktičko-metodičkog obrazovanja na Filozofskom fakultetu u Splitu, u sklopu Centra za istraživanje i razvoj cjeloživotnog obrazovanja, završava 2016.

**Miranda Šimac**, stručna suradnica edukatorica, rođena je 1989. godine u Dubrovniku. Godine 2015. magistrira biologiju i zemljopis na Fakultetu prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti Sveučilišta u Mostaru. Od 2016. godine radi kao nastavnica biologije i srodnih predmeta u Medicinskoj školi Dubrovnik, a 2017. postaje dio stručnog tima edukatora Udruge Sunce.

## Zahvala projektnim partnerima i sudionicima

Zahvaljujemo svima koji su nas pratili i podržavali tijekom provedbe projekta *Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje mladih ljudi u Hrvatskoj* i pri izradi ovog priručnika. Osobito zahvaljujemo svim nastavnicima i obrazovnim institucijama koji su svojim zalaganjem i oduševljenjem omogućili ostvarenje projekta i priručnika. Hvala i svim studentima koji su pomagali u uspješnom provođenju edukacijskih aktivnosti. Napose zahvaljujemo sljedećim obrazovnim institucijama koje su aktivno sudjelovale u projektu kao i institucijama/organizacijama koje su podržale projekt:

- Cidrani, Zagreb – Nika Pintar i Bruno Balen
- Deutsche Gesellschaft fuer Umwelterziehung (DGU), Erfurt – Robert Lorenz
- Ekonomski fakultet, Split – Ana Nikol Šprlje, Mirna Radović i doc. dr. sc. Sladana Pavlinović Mršić
- Gimnazija održivog razvoja, Škola za dizajn, grafiku i održivu gradnju, Split – prof. biologije i kemije Darija Čerdić Vukušić, mag. paed. Ana Marija Ugrin i mag. komunikologije i baštine Teodora Grgić-Jeličić
- Hrvatska udruga učeničkih zadruga, Zagreb – Blanka Horvat i Domagoj Bajtal
- Impact Hub Zagreb, Zagreb – Helena Habdija
- Obrtna tehnička škola, Split – dipl. psih. Marijana Petrić Maršić, prof. engleskog jezika i književnosti i pedagogije Ružica Vorgić Krvavica i strukovni učitelj Milan Lučin
- SŠ Braće Radić, Kaštel Štafilić – dipl. ing. agr. Marijana Bjeliš i dipl. oec. Ivana Lelas.

Također, zahvaljujemo svima onima koji su donacijom ili uloženim vremenom pomogli u realizaciji projektnih aktivnosti, poput tvrtke MARK 2 i udruge Permakultura Dalmacija. Nапослјетку, osobito zahvaljujemo njemačkoj zakladi Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) i Ministarstvu znanosti i obrazovanja Republike Hrvatske na finansijskoj potpori u provedbi projekta *Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje mladih ljudi u Hrvatskoj* u čijem je sklopu nastao ovaj priručnik.

Projektni tim Udruge Sunce

Maja Golem, Tea Kuzmičić Rosandić, Margita Radman, Miranda Šimac







DEUTSCHE GESELLSCHAFT  
FÜR UMWELTERZIEHUNG

**Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung**  
**Lindenstraße 6, 19406 Neu-Pastin, Deutschland**

- 🌐 [www.umwelterziehung.de](http://www.umwelterziehung.de)
- ✉️ [sekretariat@umwelterziehung.de](mailto:sekretariat@umwelterziehung.de)
- 📞 0049 (0)3847 2964

UDRUGA ZA PRIRODU, OKOLIŠ I ODRŽIVI RAZVOJ

**sunce**

**Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce**  
**Obala hrvatskog narodnog preporoda 7/III, 21000 Split, Hrvatska**

- 🌐 [www.sunce-st.org](http://www.sunce-st.org)
- ✉️ [info@sunce-st.org](mailto:info@sunce-st.org)
- 📞 00385 (0)21 360779
- 📱 00385 (0)91 3607790

*Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama  
Sudjeluj u održivom razvoju: shvati – provedi – oblikuj  
Praktičan priručnik za odgojno-obrazovne ustanove i organizacije civilnog društva*



Priručnik je nastao u okviru projekta *Održiva učenička poduzeća u hrvatskim srednjim školama – zelena poduzeća promiču održivo poduzetničko razmišljanje i djelovanje mladih ljudi u Hrvatskoj* (2020. – 2022.) kojeg je financirala njemačka zaklada The Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU). Dio aktivnosti sufinanciralo je Ministarstvo znanosti i obrazovanja.



Ministarstvo  
znanosti i  
obrazovanja