

# OPEN FUTURE

Program: Erasmus plus

Ključna aktivnost: ERASMUS-EDU-2023-CB-VET

Naziv projekta: Ključne preduzetničke kompetencije i zapošljivost

Akronim projekta: Open Future

Broj projekta: 101128456

Koordinator projekta: Naučni centar za kreativni razvoj Ideall Novi Sad

Učesnici projekta:

Ekonomska i upravna škola Osijek, Hrvatska

Mješovita škola 'Danilo Kis' Budva, Crna Gora

Srednja ekonomska škola Sarajevo, Bosna i Hercegovina



NOVI SAD



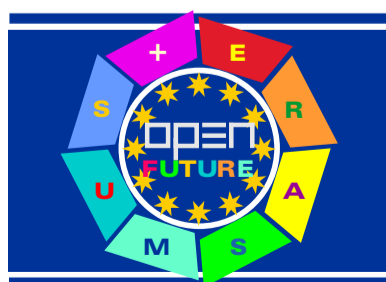
SARAJEVO



BUDVA



OSIJEK



Let's make our dreams come true Co-funded by the European Union



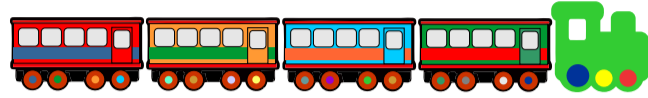
Erasmus+



## OPEN FUTURE PROJECT

*Dobrodošli na putovanje našim neodoljivim vozicom, koji će nas voditi u nove predele, omogućiti da razmenimo svoja iskustva i razmišljanja, saznamo puno novih stvari, da bi stigli do naše krajnje destinacije – inovativnog preduzetničkog razmišljanja.*

### Korak 1: Smišljanje ideja bez straha ili autocenzure



Našim putnicima najpre ćemo pokazati kako da se oslobode straha od novog i nepoznatog: ovo putovanje je jedna zanimljiva igra, gde svako treba da se maksimalno potruži, prema svojim mogućnostima, da odigra svoju ulogu najbolje što zna i ume, sa željom da pobedi sa svojim timom, ali svestan da je ovo ipak samo igra koja svakog učesnika oslobađa tereta posledica donošenja odluka. Time ćemo jačati samopouzdanje i samopoštovanje svakog putnika, i pomoći mu da se oslobodi autocenzure i glasa osude (voice of judgment), glavnih neprijatelja kreativnosti.

Kreativnost je sastavni deo DNK svakog pojedinca, potrebno ju je samo otključati i osloboditi. To je prvi korak ka slobodnom i uspešnom preduzetničkom razmišljanju: „mogu da stvaram i oblikujem budućnost umesto da se uklapam u postojeće granice.“ Ajnštajn je govorio da je mašta važnija od znanja, jer znanje je ograničeno od A do Z, a mašta nema granica. Mnoge stvari koje danas koristimo su plod mašte, kao na primer Internet, mobilni telefon, avion ili leteći automobil u bliskoj budućnosti. Do juče ovo je bilo nezamislivo, da tokom šetnje u parku razgovaraš sa svojim prijateljem preko okeana. Ali, neki ljudi su imali viziju i našli način da tu svoju viziju pretvore u stvarnost. Dakle, ohrabrićemo naše putnike da razmišljaju izvan okvira, da projektuju svoju viziju i smišljaju put kako do te zamišljene stvarnosti stići.

Na tom putu je lakše ići u društvu nego sam. Ideje su kao iskra koja nestaje u trenu ako se ne potpali vatra. Ideje treba podeliti sa drugima, bez straha da će je neko ukrasti. Više očiju bolje vide nego jedan par – ohrabrićemo naše putnike da iznesu svoje ideje i da dobiju grupno mišljenje i sugestije kako ideju unaprediti da bude još bolja nego na početku. Opet nova igra – podelićemo 6 šešira u šest različitih boja i proceniti ideju iz svih uglova, kao što je to osmislio Edward de Bono. A da bi proverili vrednost poslovnih ideja, kako bi potencijalni ulagači na berzi procenili njenu isplativost, organizovaćemo virtuelnu berzu gde će putnici „ulagati“ novac u ideje za koje imaju najviše poverenja da će biti uspešne. Pri tome, skrenućemo pažnju na važnost etičkih aspekata i održivost poduhvata, na primer kako da se promovišu rodna ravnopravnost i očuvanje životne sredine, kao integralni delovi svakog biznis plana.

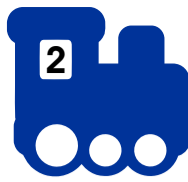
### Korak 2: Prenesite svoju ideju sa strašću



Treba ubediti druge ljude u svoju viziju, da bi imali podršku za svoj zamišljeni poduhvat. Ako pojedinac ni sam nije ubeđen u vrednost i snagu svoje ideje, teško će ubediti druge da ga podrže. Za to je neophodna strast – kad se nešto radi iz sveg srca, iz sopstvenog zadovoljstva, ne mareći za novčanu dobit. Takođe, i upornost da se cilj dostigne bez obzira na prepreke na putu do uspeha. Ako je pojedinac zaljubljen u ono što radi, ulaže sav svoj talenat i vreme, veruje u sebe, brzo će pridobiti pristalice za svoj poduhvat. Opet nam treba nova igra: zamisli da si osvojio Jackpot i sada možeš da ostvariš svoj davnašnji san, i konačno radiš ono što si oduvek želeo. Na primer, da otvoriš kafe bar u kome će se služiti samo topla čokolada, sa puno različitih ukusa i dodataka, gde će svaki gost moći da pravi svoju omiljenu kombinaciju, sa dodatkom malina, sladoleda od badema i vanile, komadića Oreo keksa, ruma i cimeta. Zvuči sjajno, već osećaš ukus u ustima. Sa takvom strašću, kad se uživiš u ulogu kao da je stvarnost, imaćeš podršku svojih prijatelja za ostvarenje svoje ideje. Svaki pojedinac će dobiti ulogu režisera u ostvarenju svog sna i priliku da ubedi druge da ga u tome podrže.

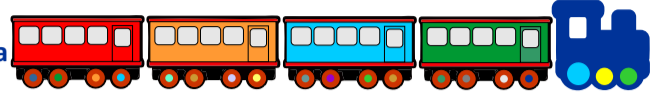
E, sada je neophodno ohrabriti naše putnike da razviju svoje komunikacione veštine. Nije svako ubeđen da je harizmatičan kao Oprah Winfrey koja vodi popularni talk-show na američkoj televiziji. Zapravo većina misli da nisu dobili taj talenat svojim rođenjem. Ali u čemu je tajna dobre komunikacije? Ako govorite u ono što zaista verujete, bez skrivanja emocija i pokušaja da govorite ono što drugi očekuju da čuju od Vas, onda ste na najboljem putu da kod auditorijuma izazovete snažne emocije, da ih ubedite u svoje ideje i inspirišete da dele viziju sa Vama. Obraćanje sa iskrenim ubeđenjem je bolji recept od bilo kog naučenog modela, koji se najčešće koriste u politici za propagandne svrhe. Treba izbegavati šablone koji zvuče neiskreno i naučeno napamet. Za razbijanje treme treba koristiti jednostavan savet: zamislite da se obraćate osobi koja za Vas uvek ima puno ljubavi i razumevanja. Ovo je izazov za vežbu, svaki putnik će dobiti priliku da vežba komunikaciju u svom okruženju i stekne potrebno samopouzdanje.





## OPEN FUTURE PROJECT

### Korak 3: Kreiranje kampanje javnog finansiranja putem društvenih mreža



Da bi mogli realizovati ideju, potrebni su resursi. Ljudski, tehnički, finansijski. Putnike ćemo ohrabriti da novac nije nepremostiva prepreka da bi svoj san pretvorili u stvarnost. Čak i bez Jackpot-a ili zaduživanja u banci, mogu se naći izvori finansiranja. Kao što se lako skupi novac da bi kupili rođendanski poklon svom drugu u razredu, na sličan način mogu se prikupiti finansijska sredstva za pokretanje poduhvata. Ono što je nekad bilo dostupno samo na berzi, sada se preko društvenih mreža može jednako efikasno sakupiti novac za start-up preduzeće.

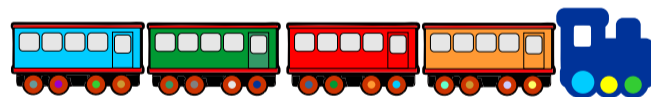
Sledi nova igra: smišljanje kampanje preko društvenih mreža za crowd-funding. Ocena uspešnosti svake kampanje vršiće se na osnovu odziva putnika iz drugih vagona, koji ne znaju čija je kampanja u pitanju, da bi se izbegla pristrasnost i nezameranje svojim drugarima. Motivacije za ulaganje u predložene poduhvate mogu biti različite, ekološka - na primer poduhvati koji imaju za cilj zaštitu životne sredine (npr. filteri za cigarete sa semenkama cveća), profitna - tehnološke inovacije (kao što su upotreba dronova za kurirsku dostavu), rentabilna - renting economy modele (kao što su Uber, AirBnB, Rent the Runway), ili filantropska – dresura pasa lutilica za terapijske posete pacijentima u bolnicama itd. Mašta nema granica, ili, samo je nebo granica, za one malo više skeptične.



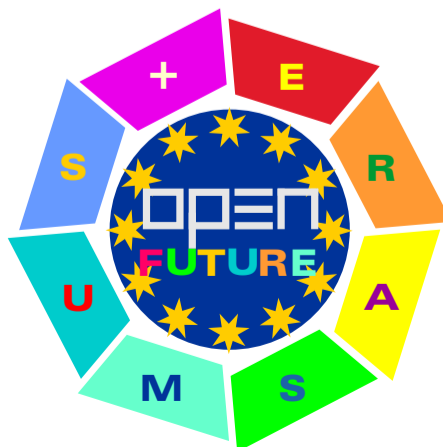
### Korak 4: Pretvorite svoju ideju u stvarnost postavljanjem ciljeva i prioriteta

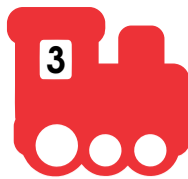
Sada je vreme da se pređe sa reči na dela. Da ideja ne ostane mrtvo slovo na papiru, već da se pretvori u akciju. Walt Disney je rekao: Dream-Believe-Dare-Do! Pošto smo prešli više od polovine puta, putnici su spremni da naprave plan kako da ostvare svoju biznis ideju. Sledi završni deo – usudi se i učini to. Just do it (kako glasi slogan firme Nike – prema Grčkoj boginji pobeđe - Greek goddess of victory!). Ovaj voz ide samo napred, znači nema nazad. Pa hajde da osmislimo plan – šta uraditi u kratkom, srednjem i dugom roku. Logično, treba odrediti ciljeve i prioritete: obavezno i neophodno (Must have), ono što bi trebalo ali nije kritično (Should have), ono što je poželjno ali nije neophodno (Could have) i ono što nije neophodno (Won't have). Jednostavno rečeno, akcije bez kojih poduhvat nije moguće pokrenuti, akcije koje su neophodne ali na duži rok, akcije koje bi trebalo realizovati samo ako su troškovi niski i akcije koje treba da sačekaju bolje dane.

### Korak 5: Identifikujte rizike i načine za njihovo ublažavanje



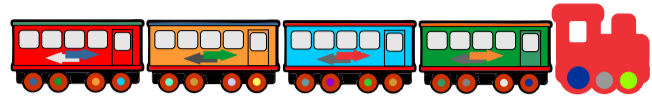
Svaki poduhvat se suočava sa rizicima, pa je potrebno sagledati potencijalne rizike, kao što su npr.: tržišni, konkurentski, tehnološki i operativni, finansijski, pravni i regulatorni, ljudski rizici itd. Ali kao što u životu postoje mnogi rizici, npr. da može pasti meteorit u sobu dok spavamo, to nije razlog za paranoju, pa tako ćemo na isti način ohrabriti putnike da koriste zdrav razum za prepoznavanje i ublažavanje najočiglednijih rizika na isplativ način, koristeći neke od proverenih tehnika, o kojima ćemo razgovarati tokom putovanja, i da razviju kulturu reagovanja na neočekivani razvoj događaja – odnosno „gašenja požara“ – na miran, racionalan način. Preduzetnici su, po definiciji, oni koji preuzimaju rizik. Oni drugi, koji ne žele da se bave rizicima, preferiraju da ostanu u svojim komfornim zonama. Ali jedan mudrac je davno rekao: „ako želiš da osvojiš novi planinski vrh, prvo moraš sići sa svoje planine.“





## OPEN FUTURE PROJECT

### Korak 6: Pronalaženje veza i učenje od drugih



I kada sve izgleda idealno, ostaje još jedan zadatak: nemojte ostati sami na udaljenom ostrvu. Povežite se sa drugima, umrežite se kao što to radite na Facebook-u ili Instagramu. Sa ljudima i kompanijama koje rade slične stvari ili ste kompatibilni sa njima. Putnike iz različitih vagona ćemo uputiti da se povežu sa sebi sličnim putnicima, koji imaju slične i ideje koje se međusobno dopunjuju, da razmene svoja gledišta, da daju predloge za saradnju, razviju zajednički nove ideje na postojećim polaznim osnovama ili inspirisane poduhvatima treće strane. Mogućnosti su mnogobrojne, a efekat sinergije otvara nove perspektive – zajedno smo jači.

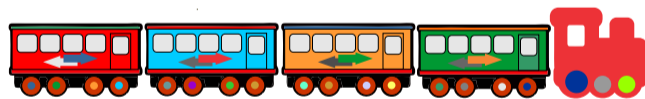
I još nešto. Dobro je učiti na greškama – svojim, i još bolje, tuđim. I izvlačiti pouke: šta je pošlo naopako i zbog čega, gde su mogle biti izbegnute greške, šta je bilo najbolje što smo uradili za uspešan start. Prethodno treba analizirati i proceniti tuđe greške – zašto je neka startup kompanija bankrotirala – zbog pogrešne procene tržišta, pogrešnog vremena lansiranja novog proizvoda, nedostatka on-line prodaje, visokih promotivnih troškova na klasičnim kanalima, suviše jake i etablirane konkurencije itd. Sve ove informacije su korisne za definisanje strateškog plana tj. koraka koje ćemo realizovati da bismo odredili pravac naše organizacije (naša vizija), šta ćemo raditi i za koga (naša misija) i da utvrdimo način da to izmerimo i da nam to bude vodič na putu za postizanje ciljeva.



### Korak 7: Naučite kako da koristite najefikasnije alate za pokretanje i vođenje kompanije

Na našem putovanju upoznaćemo putnike sa alatima i metodama koji su pokazali veliku efikasnost u praktičnoj primeni u najboljim i najuspešnijim kompanijama u svetu. Naravno, sve ove alate putnici neće morati da memorišu napamet i reprodukuju, kako se to najčešće čini u klasičnom obrazovanju. Primenićemo tehniku PBL (učenje zasnovano na projektima) gde učesnici aktivno učestvuju u pronalaženju solucija za rešavanje problema. Podstićaćemo grupno i individualno kritičko i kreativno razmišljanje. Neki od alata, kao što su Lean Model Canvas, Business Model Canvas, ADKAR, PEST, SMART objectives, Hoshin-Kanri X matrix, A3 problem-solving tool, Activity value analysis, Change management, Prioritization planning, Tactical implementation planning, Problem statement itd. većinom su nepoznati u srednjim stručnim školama, pa će to biti prilika da se putnici upoznaju sa njima. Ali, ponavljam, neće ih učiti napamet niti biti testirani, dovoljno je da znaju za čega služe i kako da ih praktično primene u stvarnom životu.

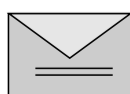
Osnovna svrha sticanja preduzetničkih kompetencija za svakog pojedinca je razvijanje sposobnosti za aktivno učešće u društvu, upravljanje sopstvenim životom i karijerom i preduzimanje inicijativa za stvaranje novih vrednosti. Tako je i cilj ovog putovanja razvoj i jačanje nivoa ključnih preduzetničkih kompetencija profesora i učenika stručnih škola primenom sistematske metodologije, inovativnog pristupa i posebno razvijenih materijala za ove namene, što će rezultirati poboljšanim nivoom potencijala zapošljivosti u uslovima savremenih tehnoloških, demografskih i društvenih izazova.



Projekat OPEN FUTURE ima ambiciozan ali ostvariv cilj – da gore nabrojano prenese svim direktnim učesnicima projekta, da sve materijale i rezultate koji proisteknu iz njegovih kreativnih radionica učini dostupnim svim zainteresovanim stranama, podstakne nove veze i saradnju pojedinaca i institucija širom Evrope i iz trećih zemalja, sa ciljem boljeg razumevanja ljudi dobre volje na svim meridijanima. Za bolju budućnost svih nas.

S poštovanjem,  
Prof. dr. Zdravko Živković

*Odricanje od odgovornosti: Finansira Evropska unija. Izneti stavovi i mišljenja su, međutim, samo autora i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije ili Evropske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Evropska unija ni EACEA ne mogu biti odgovorne za njih..*



[zdravko.zivkovic@fimek.edu.rs](mailto:zdravko.zivkovic@fimek.edu.rs)



Erasmus+