



Biznis start centar Bar



PREDUZETNIČKI PODUHVATI

*Priručnik za sprovođenje
preduzetničke edukacije za
učenike uzrasta od 11 do 14 godina*



Preduzetnički poduhvati

Izdavač:

Biznis start centar Bar (BSC Bar), Bar, Crna Gora

Pripremile:

Ivana Tomašević, dipl. ek.
Tatijana Vujović, dipl. pedagog

Lektorka:

Suzana Bulatović, prof. srpskohrvatskog jezika i književnosti

Dizajn i grafička obrada:

3M Makarije, Podgorica

Štampa:

3M Makarije, Podgorica

Tiraž:

100

Biznis start centar Bar

Sva prava zadržana. Sadržaj priručnika može se slobodno koristiti ili umnožavati u nekomercijalne svrhe, pod uslovom da svako takvo reprodukovanje bude praćeno naznakom da je izvor podataka BSC Bar.

Ovaj projekat je dijelom finansirala Ambasada SAD-a u Podgorici.

Mišljenja, nalazi, zaključci ili preporuke koji su ovdje izneseni su stav autora i ne odražavaju nužno stav Stejt departamenta/Vlade SAD-a.



Biznis start centar Bar

PREDUZETNIČKI PODUHVATI

Priručnik za sprovođenje preduzetničke edukacije za
učenike uzrasta od 11 do 14 godina

UVOD.....	7
O ORGANIZACIJI	8
O PROGRAMU „Preduzetnički poduhvati“	11
CILJEVI PROGRAMA	11
NAČIN REALIZACIJE PROGRAMA.....	12
KALENDAR AKTIVNOSTI	14
1. TEMA: KO JE PREDUZETNIK?	19
PREPOZNAVANJE RESURSA	19
PREPOZNAVANJE PREDUZETNIKA.....	21
2. TEMA: TRAŽENJE POSLOVNE IDEJE.....	25
3. TEMA: ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	31
4. TEMA: REKLAMIRANJE.....	35
5. TEMA: FINANSIRANJE BIZNISA - UGOVORI U POSLOVANJU	41
6. TEMA: KALKULACIJA RESURSA I TROŠKOVA.....	49
7. TEMA: PRAĆENJE PRODAJE I OBRAČUN PROFITA	55
8. TEMA: FINALNI IZVJEŠTAJ.....	65
PREDLOG BIZNIS IDEJA POGODNIH ZA DJECU	69
LITERATURA I WEB RESURSI	70

UVOD

Razloga za uvođenje preduzetničkog učenja, odnosno učenja za preduzetništvo, u osnovne škole pa čak i u predškolske ustanove ima mnogo. Prije svega zbog toga što živimo u svijetu koji se ubrzano mijenja, znanja zastarijevaju brže nego ikada do sada u ljudskoj civilizaciji, a samim tim se i mnoga zanimanja mijenjaju, neka nestaju a javljaju se mnoga druga. Današnji učenik osnovac će promijeniti 10 do 14 zaposlenja (US Department of Labor) do svoje trideset osme godine. Deset najtraženijih poslova u 2010. nijesu postojali u 2004. godini. Sve ovo upućuje na neophodnost razvijanja određenih kompetencija kod učenika u 21. vijeku. Evropsko vijeće odavno je definisalo osam ključnih kompetencija nužnih za cjeloživotno učenje, potrebnih svim pojedincima za njihov lični razvoj, kao i za zapošljavanje.

U okviru tih kompetencija preduzetništvo je jedna od ključnih a definiše se kao: „Sposobnost pretvaranja ideja u akciju. Uključuje kreativnost, inovativnost i preuzimanje rizika, kao i sposobnost planiranja i upravljanja projektima, radi postizanja željenih ciljeva. Pojedinaac je svjestan konteksta svog rada i spreman je da iskoristi mogućnosti koje mu se pružaju“.

Preduzetništvo se posmatra ne samo kao proizvodnja roba i usluga već je to i proces stvaranja vrijednosti. Ovo je veoma važno za savremenu školu koja djetetu pristupa holistički, sagledava ga kao cjelovitu ličnost u procesu učenja i razvoja i tako mu omogućava da razvije svoje potencijale uvažavajući i njegova interesovanja.

S tim ciljem je i razvijan ovaj program i pripremljen priručnik koji je pred vama. Namijenjen je, prije svega trenerima/nastavnicima¹ koji sprovode preduzetničko učenje u školi, a pojedine djelove (prilozi za samostalan rad) mogu koristiti i učenici samostalno ili uz podršku nastavnika/roditelja.

Priručnik sadrži tri cjeline:

Uvodni dio sa objašnjenjem koncepta i ciljevima programa;

Metodički dio namijenjen trenerima i nastavnicima koji sprovode program;

Radni materijal za učenike na kraju svake tematske cjeline.

Cilj Priručnika „Preduzetnički poduhvati“³ je da podstakne sve aktere u školi (nastavnike, stručne saradnike, učenike i roditelje) da promišljaju o značaju razvijanja preduzetničkog duha kod djece, a samim tim i o razvoju kreativnosti, samopouzdanja, inicijativnosti i kritičkog mišljenja. Takođe se kroz predložene aktivnosti razvijaju i vještine poput saradnje, timskog rada, prezentovanje ideja, planiranje, predviđanje, odgovorno donošenje odluka i rješavanje problema. Kroz vježbe i praktični dio programa učenici će razviti specifične poslovne vještine i znanja o tome kako pokrenuti i razviti poslovnu ideju na nivou projekta ili malog proizvoda.

¹ Pod ovim podrazumijevamo edukovane trenere, nastavnike, stručne saradnike u školi i eksterne saradnike edukovane za ovaj program

O ORGANIZACIJI

BSC Bar osnovan je 2007. godine sa ciljem podsticanja preduzetništva i *start-up* biznisa kod mladih ljudi u Crnoj Gori. Osnovne aktivnosti biznis centra su: organizovanje obuka i edukacija iz oblasti biznisa, izrada biznis planova, registracija firmi, pružanje raznih savjetodavnih i konsalting usluga i upravljanje poslovnim inkubatorom. U saradnji sa bankom BSC Bar takođe obezbjeđuje mikro-kredite za započinjanje ili za razvoj sopstvenog biznisa. U Biznis start centru rade 3 stalno zaposlena radnika, pripravnici, konsultanti i saradnici.

Od osnivanja centra do danas BSC Bar je kroz edukacije koje sadrže preko 40 trening modula iz oblasti preduzetništva i biznisa obučio preko 3.000 mladih ljudi u Crnoj Gori kao i preko 100 predavača/trenera. Centar je takođe, kroz međunarodne projekte, pružao podršku obrazovnim institucijama u Crnoj Gori tako što je doprinio uvođenju preduzetničkih predmeta na Fakultetu za turizam u Baru, na osnovnim i master studijama, kao i podršku unapređenju nastavnog plana Srednje ekonomske škole u Baru.

Osim navedenih edukativnih aktivnosti BSC Bar se takođe bavi aktivnostima koje doprinose razvoju preduzetništva kao i ekonomskom razvoju zemlje. Do sada je podržano osnivanje i razvoj 180 biznisa i alocirano je 80 mikro-kredita. U poslovnom inkubatoru BSC Bar trenutno posluju 34 preduzeća dok je od njegovog osnivanja 2010. godine do danas kroz inkubator prošlo oko 70 preduzeća. Rezultati BSC Bar se često mijenjaju i unapređuju i uvijek se mogu pratiti na web sajtu www.bscbar.org

Posebna oblast djelovanja BSC Bar je i projektni rad. U saradnji sa donatorima: Evropska unija, Ambasada SAD, Ambasada Norveške, UNDP, IAL Italija, SPARK Holandija sprovedeni su razni projekti koji se tiču ekonomskog razvoja, zapošljavanja, razvoja preduzetništva, ekonomskog i političkog osnaživanja ugroženih grupa, razvoja međunarodne saradnje, razvoja preduzetničkog plana i progama na univerzitetima i srednjim školama i slično.



UVODNI DIO

O PROGRAMU „Preduzetnički poduhvati“

CILJEVI PROGRAMA

Preduzetnički poduhvati je program koji je BSC Bar razvio sa ciljem unapređenja znanja učenika iz oblasti ekonomije kao i sticanja iskustva iz oblasti preduzetništva. Program se oslanja na preduzetničko učenje koje se sprovodi u školama u Sjedinjenim Američkim Državama i koje je odobreno od strane Nacionalnog savjeta za ekonomsko obrazovanje SAD-a.

Učešćem u ovom programu koji se sastoji od obuke, praktičnog rada i sajma kao finalne aktivnosti, učenici imaju mogućnost da nauče na koji način da primijene ekonomske principe u stvarnom životu. Teorijski dio odnosi se na upoznavanje učenika sa osnovnim terminima, odnosima i rezultatima preduzetničkog procesa kao i sa nastankom i razvojem preduzetništva. Poseban fokus ovog programa je praktični dio koji se odnosi na sticanje iskustva u vođenju biznisa kao samostalni preduzetnik ili u partnerstvu.

Opšti cilj programa:

Tokom obuke učenici će naučiti i razumjeti osnovne ekonomske pojmove, a u praktičnom radu će dobiti uvid u svoja znanja i razumijevanje ove oblasti.

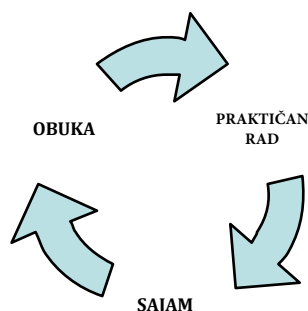
Operativni ciljevi programa:

Učenici/učenice će:

1. Kroz praktične aktivnosti iskusiti prednosti i nedostatke u profesiji vođenja biznisa.
2. Identifikovati kako ekonomski faktori utiču na biznis.
3. Uočiti prednosti i nedostatke samostalnog preduzetništva u odnosu na partnerstvo.
4. Iskusiti profit kao pokretač biznisa.
5. Razumjeti da su sredstva data na zajam pozajmljena i da se moraju vratiti uz kamatu.
6. Steći znanja o osnovnim obračunima u biznisu: prihod, rashod, profit, troškovi prostora i ostali resursi.
7. Razviti poslovne vještine i znanja o tome kako pokrenuti i razviti poslovnu ideju na nivou projekta ili malog proizvoda.
8. Razviti vještine saradnje, timskog rada, prezentovanje ideja, planiranja, predviđanja, odgovornog donošenja odluka i rješavanja problema.

NAČIN REALIZACIJE PROGRAMA

Faze u radu su:



Kome je namijenjen program?

Program je namijenjen učenicima uzrasta od 10 do 14 godina. Može se raditi sa čitavim odjeljenjem a mogu se formirati i grupe sastavljene od učenika iz više odjeljenja ili razreda na osnovu njihovih interesovanja. Optimalan broj učenika u grupi je do 30.

Kako se program realizuje?

Program predviđa tri segmenta:

- Teorijska obuka
- Organizacija i realizacija sajma
- Evaluacija urađenog

Teorijska obuka se odvija u četiri ciklusa. Svaki ciklus sadrži po dvije radionice u trajanju od po 90 minuta i pauzu za odmor između radionica u trajanju od 15 minuta. Nakon svakog ciklusa učenici dobijaju domaći zadatak koji rade u paru ili individualno u skladu sa njihovim izborom i dogovorom sa nastavnikom. Nakon urađenog domaćeg zadatka (optimalno vrijeme je petnaest do dvadeset dana nakon obuke) organizuju se konsultativni sastanci sa učenicima na kojima se prezentuje urađeno, iznose dileme, rješavaju praktični problemi i usmjerava dalji rad. Organizuju se 3 konsultativna sastanka u trajanju od po 90 minuta i to nakon prve i treće obuke i nakon preduzetničkog sajma.

Tokom obuke obrađuju se sljedeće teme:

1. KO JE PREDUZETNIK?
2. TRAŽENJE POSLOVNE IDEJE
3. ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA
4. REKLAMIRANJE
5. POJAM UGOVORA U POSLOVANJU (UGOVOR O ZAKUPU I UGOVOR O ZAJMU)
6. KALKULACIJA RESURSA I TROŠKOVA
7. PRAĆENJE PRODAJE I OBRAČUN PROFITA
8. IZVJEŠTAVANJE UČENIKA O REALIZOVANOM SAJMU I EVALUACIJA PROGRAMA

Prva etapa obuke predviđa obradu tema broj 1 i 2.

Druga etapa obuke predviđa obradu tema broj 3 i 4.

Treća etapa obuke predviđa obradu tema broj 5 i 6.

Četvrta etapa obuke predviđa obradu tema broj 7 i 8.

Kojim metodama i oblicima rada se program realizuje?

Obuka se sastoji od teorijskog i praktičnog dijela koristeći interaktivne trening alate. Dio aktivnosti koje se odnose na istraživanje tržišta i na razvoj svojeg proizvoda ili usluge učenici će obavljati putem domaćih zadataka, samostalno ili u paru.

U implementaciju programa se uključuje i jedan nastavnik za svaku grupu/odjeljenje. Radionice će izvoditi treneri Biznis centra dok će zaduženi nastavnici imati obavezu da prate učenike, da ih podržavaju, savjetuju, prikupljaju i ocjenjuju domaće zadatke kao i da učestvuju u žiriju za ocjenjivanje biznis ideja i asistiraju u implementaciji programa (koordinacija sa učenicima, roditeljima i upravom škole).

Ishodi učenja

U skladu sa ciljevima programa navodimo i ishode učenja. Učenici/učenicice će:

- 1. Steći znanja i vještine da izrade predlog biznis ideje.** Kroz radionice i uz istraživanje interneta učenici će doći do ideje za svoj biznis. Na osnovu te ideje pripremiće samostalno ili u partnerskom timu predlog biznis ideje. Ideje mogu biti proizvodi koje će učenici sami napraviti i osmisliti ili može da bude usluga koja će se prodavati na dan sajma ili po narudžbi.
- 2. Moći da sačine ugovor o zakupu poslovnog prostora.** Učenici će zakupiti prostor za sajam od organizatora za cijenu u iznosu od 10% od profita njihovog biznisa. Ukoliko nakon obračuna uvide da neće doći do profita, neće dugovati ništa organizatoru.
- 3. Moći da sačine ugovor o zajmu.** Ukoliko su učenici za izradu svojih proizvoda dužni da „pozajme“ sredstva od roditelja/prijatelja, moraju popuniti „Ugovor o zajmu“ u kojem će obećati da će im ta sredstva vratiti uz 1% kamate. Pozajmljena sredstva nijesu besplatna nigdje u svijetu!
- 4. Steći znanja i vještine za istraživanje tržišta.** Učenici će obaviti intervju sa svojim drugovima/drugaricama, nastavnicima, roditeljima, prijateljima. Ovi intervjui/razgovori obaviće se sa ciljem da odluče da li njihova ideja (proizvod ili usluga) ima tržište i po kojoj cijeni su ljudi spremni da je kupe.
- 5. Steći znanja i vještine za reklamiranje proizvoda/usluga.** Od učenika se zahtijeva da reklamiraju svoj proizvod/uslugu u djelovima koji su predviđeni za to. Reklame se ističu dvije nedjelje prije sajma. Radi se o posterima/flajerima koji mogu biti urađeni i u nekom dizajnerskom programu. Poster ne smiju biti veći od formata A4 (21cmX30cm)
- 6. Naučiti i praktikovati obračun resursa/troškova.** Učenici u za to predviđenim formularima evidentiraju sve predviđene resurse koji su potrebni i njihove troškove. Ova evidencija se vodi prije sajma i za vrijeme sajma.
- 7. Naučiti i praktikovati vođenje tabele prihoda.** Učenici ispunjavaju tabelu tj. upisuju sve što prodaju za vrijeme sajma (količinu i iznos).
- 8. Naučiti kako se izračunava profit.** Kao jedan od testova razumijevanja od učenika se zahtijeva da sami obračunaju profit koji ostvare. Način obračuna profita se prezentiran na radionici. Kada od prihoda od prodaje oduzmu troškove, kamatu, troškove zakupa ostatak sredstava tj. ostvareni profit učenici mogu da zadrže!
- 9. Naučiti i praktikovati izradu finalnog izvještaja.** Popunjen finalni izvještaj koji je dio ovog priručnika učenici predaju nastavnicima u roku od tri dana nakon sajma.

KALENDAR AKTIVNOSTI

Predviđena dužina trajanja programa je tri mjeseca. Može biti organizovan u prvom ili drugom polugodištu. U skladu sa navedenim aktivnostima potrebno je razraditi detaljan kalendar aktivnosti kojim bi se predvidjeli svi važni datumi i rokovi za predaju domaćih zadataka. Na samom početku obuke neophodno je učenicima objasniti sve aktivnosti kao i ciljeve programa. Važno je da se kalendar aktivnosti podijeli svim učenicima.

Primjer kalendara aktivnosti:

MART							
Ned.	P	U	S	Č	P	S	N
9						1	2
10	3	4	5	6	7	8	9
11	10	11	12	13	14	15	16
12	17	18	19	20	21	22	23
13	24	25	26	27	28	29	30
14	31						

Napomene:

Obuka 1 organizuje se 3. 03. Na obuci 1 dobija se prvi domaći zadatak: prilog 1 - *Predlog biznis ideje* koji je potrebno završiti do 18. 03. Na ovaj datum zakazuje se **prvi sastanak** u trajanju od 90 minuta na kojem će učenici prezentirati svoje predloge biznis ideja i dobiti povratne informacije od trenera.

Obuka 2 organizuje se 24. 03. Na kraju obuke dobijaju se dva domaća zadatka: prilog 2 - *Istraživanje tržišta* i prilog 3 - *Izveštaj o reklamiranju na preduzetničkom sajmu*. Učenici su dužni da pripreme domaće zadatke do sljedećeg sastanka (15. 04).

APRIL							
Ned.	P	U	S	Č	P	S	N
14		1	2	3	4	5	6
15	7	8	9	10	11	12	13
16	14	15	16	17	18	19	20
17	21	22	23	24	25	26	27
18	28	29	30				

Napomene:

Obuka 3 organizuje se 07. 04. Nakon radionice dobijaju se 3 domaća zadatka. Prilog 4 - *Ugovor o zajmu* potpisuje se na početku radionice u 2 primjerka i čuva se do kraja sajma radi obračuna u prilogu 8. Prilog 5 - *Ugovor o zakupu sajamskog prostora* (prilog se potpisuje u 2 primjerka i jedan primjerak zadržava trener) i Prilog 6 - *Kalkulacija troškova resursa* se predaju na radionici 4.

Drugi sastanak slijedi sa učenicima 15. 03. gdje oni prezentiraju domaće zadatke u prilogima 4 i 5. Učenici dogovaraju datum do kojeg moraju kompletirati promotivni materijal i započeti promociju svojih proizvoda/usluga na sajmu (predlog je da promocija počne 2 nedjelje prije datuma organizacije sajma).

MAJ							
Ned.	P	U	S	Č	P	S	N
18				1	2	3	4
19	5	6	7	8	9	10	11
20	12	13	14	15	16	17	18
21	19	20	21	22	23	24	25
22	26	27	28	29	30	31	

Napomene:

Obuka 4 organizuje se 12. 05, a na radionici se dobijaju 2 domaća zadatka: Prilog 7 - *Tabela za praćenje troškova koju su učenici dužni da popunjavaju za vrijeme sajma* i Prilog 8 - *Tabela obračuna profita koji je potrebno završiti i predati na posljednjem sastanku.*

19. 05. TERMIN ZA ODRŽAVANJE SAJMA

26. 05. **Treći sastanak** sa učenicima na kojem oni prezentiraju dva domaća zadatka – esej koji su pripremili i Tabelu obračuna profita. Na kraju sastanka proglašava se pobjednik na sajmu – preduzetnik ili tim koji je ostvario najveći profit.

Značajni datumi za aktivnosti su:

1. Datumi organizovanja radionica – 4 cjelodnevne radionice.
2. Datumi sastanaka – 3 sastanka sa učenicima.
3. Rokovi za predaju domaćih zadataka – 5 domaćih zadataka.
4. Datum pripreme za sajam – predložimo da se prije svih aktivnosti održi jedan roditeljski sastanak kako bi i roditelje upoznali sa svim aktivnostima i sa sajmom. Na tom sastanku predstavili bi roditeljima *program* i *kalendar* aktivnosti kao i *obaveze* koje roditelji imaju, a to su da:
 - a. Potpišu *Ugovore o zajmu* sa svojom djecom (potrebno im je predstaviti ovaj prilog).
 - b. Pomognu prilikom postavljanja i uklanjanja štandova za sajam (roditelji se mogu podijeliti u 2 grupe - jedna grupa da pomaže prilikom postavljanja, a druga prilikom uklanjanja štandova. Nastavnik vodi evidenciju o navedenom).
5. Datum organizovanja sajma – ovaj datum se dogovara na početku svih aktivnosti sa organizatorom, učenicima, trenerima i roditeljima.



TEMA 1.

KO JE PREDUZETNIK?

1. TEMA: KO JE PREDUZETNIK?

Ciljevi:

Učenik/učenica treba da:

1. Razumije ciljeve programa „Preduzetnički poduhvati“.
2. Prepozna osnovne ekonomske pojmove: resursi, proizvodnja, dobra, usluge, izbor.
3. Razumije pojam preduzetnik i prepoznaje osobine preduzetnika.
4. Razumije pojam ekonomskog odlučivanja i kako ono utiče na život (izbor – posljedice).

PREPOZNAVANJE RESURSA

1.1. Aktivnost

Na samom početku nastavnik prezentuje ciljeve, sadržaje i ishode programa „Preduzetnički poduhvati“, a takođe upoznaje učenike sa kalendarom planiranih aktivnosti. Poželjno je pripremiti prezentaciju u PPP. Nakon toga nastavnik poziva učenike da na papirićima zapišu svoja očekivanja od programa (na jedan papirić jedno očekivanje). Učenici kače papiriće sa odgovorima na velikom papiru koji je nastavnik prethodno okačio na zid. Učenici će na kraju programa procjenjivati da li su njihova očekivanja ispunjena.

1.2. Aktivnost

Nastavnik postavlja pitanje čitavoj grupi: Da li ste čuli za pojam – resurs, navedite šta znači? Učenici koji žele odgovaraju, a nastavnik zapisuje odgovore učenika na tabli ili na velikom papiru okačenom na vidno mjesto. Nastavnik zapisuje nazive nekoliko proizvoda (zavisno od uzrasta učenika primjeri mogu biti: čokolada, mlijeko, hljeb, lego kocke, automobil, svemirska letilica...) i pita učenike da navedu šta je sve potrebno da bi se dati proizvod dobio. Nastavnik učeničke odgovore zapisuje na velikom papiru. Zatim im objašnjava da se sve to što su naveli naziva resursima tj. neophodnim izvorima i uslovima za dobijanje nekog proizvoda. Učenici zapisuju u svoj rječnik pojmova o preduzetništvu pojam – resurs i objašnjenje za taj pojam. Nastavnik zatim poziva učenike da razmisle i pokušaju da među navedenim resursima uoče neke kategorije (grupe). Kroz dijalog sa učenicima on im objašnjava pojmove: ljudski, kapitalni i prirodni resursi. Ukoliko se radi sa učenicima mlađeg uzrasta nastavnik sam objašnjava vrste resursa.

Prilog za nastavnike:

Proizvodni resursi su **ljudski resursi**, **kapitalni** i **prirodni resursi** koji su potrebni da bi se proizvodile robe i usluge.

Ljudski resursi su rad ili radna snaga koja se koristi da bi se proizvodila dobra i usluge. Preduzetnik je osoba koja smišlja ideje za proizvodnju dobara i usluga i koja zatim preuzima rizik da bi ih proizvela.

Kapitalni resursi su dobra koja su proizvedena i koja se koriste da bi se pomoću njih proizvela nova dobra i usluge. Da li znate neki primjer kapitalnih resursa?

Prirodni resursi su „darovi prirode“ koji su nastali u prirodi bez ljudske intervencije. Da li znate neki primjer prirodnih resursa? Npr. Pamuk je prirodni resurs dok je tkanina poluproizvod koji se koristi za proizvodnju finalnog dobra kao što su npr. pantalone ili majica.

1.3. Aktivnost

Nastavnik provjerava stepen razumijevanja ovih pojmova tako što učenicima daje vježbu 1. (prethodno je umnoži za svakog učenika)

Vježba 1.1: Vrste resursa

Razvrstaj navedene resurse. Ukoliko se sjetiš navedi još neke. Radnici, traktor, voda, zemlja, fabrika, direktor, mašine, vjetar, novac, nafta, materijal...

Ljudski	Kapitalni
Prirodni	Preduzetništvo









1.4. Aktivnost

Učenici izvještavaju o urađenom, nastavnik poziva ostale da međusobno uporede svoje odgovore. Diskutuju i analiziraju greške i eventualno pojašnjavaju nedoumice.

Nakon toga nastavnik objašnjava da postoji razlika između zanimanja u kojima ljudi proizvode **dobra** (proizvode) i zanimanjima u kojima ljudi proizvode **usluge**. Osnovna razlika između proizvoda i usluga je što se usluge pružaju drugim ljudima dok su proizvodi dobra koja se prave ili uzgajaju i takođe su namijenjeni ljudima. Kako bi učenici bolje razumjeli razliku između navedenih pojmova nastavnik im daje vježbu broj dva.

Vježba 1.2: Proizvodnja dobara ili usluga

Na slikama su prikazani: policajac, automehaničar, pekar, učiteljica, vatrogasac, slikar, krojačica i doktorica. Tvoj zadatak je da ih razvrstaš prema tome da li proizvode proizvode ili pružaju usluge?

 vatrogasac	 pekar	 doktorica	 policajac
PROIZVOD		USLUGA	
 automehaničar	 učiteljica	 krojačica	 slikar

PREPOZNAVANJE PREDUZETNIKA

1.5. Aktivnost

Nastavnik objašnjava da ljudi proizvode proizvode ili usluge a u skladu sa tim postoje dva načina da se zaradi novac. Prvi način je da se napravi ili prikupi nešto što su ljudi voljni da kupe. To nešto što mogu da naprave ili sakupe zove se **proizvod ili dobro**. Drugi način da se zaradi je da se odradi nešto za šta su drugi ljudi voljni da plate. Ovakav rad se zove **usluga**. Možete da radite u svojoj kući: čistite prašinu, perete suđe ili šetate kućnog ljubimca. Za taj rad roditelji su voljni da vam daju džeparac. Zatim postavlja otvorena pitanja za učenike. Da li ste ikada pokušali da prodate proizvod ili uslugu ljudima van vaše porodice – prijateljima, komšijama? U koliko je odgovor *da* vi ste u tom slučaju bili PREDUZETNIK!

Zatim poziva učenike da pokušaju da definišu šta/ko je preduzetnik. Navedite koje osobine prema vašem mišljenju ima osoba koja je preduzetnik (ovo se može uraditi sa starijim učenicima). Nastavnik zapisuje odgovore učenika na velikom papiru ili tabli. Nakon toga zajedno sa učenicima, na osnovu datih ideja definiše pojam preduzetnik a učenici to zapisuju u svoje sveske/rječnike.

Jedna od definicija preduzetnika je: **PREDUZETNIK** je osoba koja preuzima rizik da bi ostvarila profit. Nastavnik objašnjava učenicima u čemu se sastoji rizik koji preuzima preduzetnik.

Zatim nastavnik pita učenike da li znaju šta znači riječ biznis i ukoliko ne znaju objašnjava je.

Uz pomoć PPP objašnjava učenicima šta sve preduzetnik mora da odradi.

1. Mora da uoči šansu da zaradi novac.
2. Da napravi plan.
3. Da započne biznis.
4. Da upravlja svojim biznisom.
5. Da dobije - ostvari profit.

Biznis koji preduzetnik osniva i vodi može biti veliki kao proizvodnja automobila ili kompjutera ili mali kao otvaranje lokalne prodavnice ili prodaja kokica na utakmici.

1.6. Aktivnost

Na kraju nastavnik daje učenicima radni list sa vježbom broj 3. Napomena: nastavnik prethodno provjerava da li učenici razumiju značenje osobina navedenih u vježbi i prema potrebi ih pojašnjava, a učenici zapisuju u svoj rječnik preduzetništva.

Vježba 1.3: Prepoznavanje preduzetnika i etiketiranje.

Sjetite se nekog preduzetnika/preduzetnice iz vaše okoline (iz mjesta u kojem živiš, iz tvoje uže ili šire porodice i prijatelja). Koje su osobine koje taj preduzetnik ili preduzetnica ima? Podvuci ih i objasni. Navedi osobine koje su prema tvom mišljenju najvažnije za preduzetnika. Procijeni koje od navedenih osobina ti posjeduješ.

Osobine preduzetnika

Inovativan

Objasni:

Motivisan

Objasni:

Vrijedan

Objasni:

Organizovan

Objasni:

Odgovoran

Objasni:

Neke druge osobine:

Navedi i objasni:

Koje od navedenih osobina ti posjeduješ:



TEMA 2.

TRAŽENJE POSLOVNE IDEJE

2. TEMA: TRAŽENJE POSLOVNE IDEJE

Ciljevi:

Učenik/učenica treba da:

1. Nauči da koristi računar ili druge tehničke alate da bi prikupio i organizovao informacije i selektovao ideje.
2. Pronalazi nove i konstruktivne ideje za razvoj proizvoda i usluga korišćenjem tehnika kreativnog razmišljanja.
3. Primijeni vještine kritičkog razmišljanja i ekonomske kalkulacije da bi riješio problem i selektovao biznis ideje.

2.1. Aktivnost

Nastavnik uz PPP objašnjava učenicima značaj kako se dolazi do ideja za razvoj biznisa i koliko su ideje važne za uspjeh u preduzetništvu.

Prilog za nastavnike:

Ideje su ključ uspjeha i ekonomskog razvoja u savremenom svijetu. Preduzetnici poslovne ideje prikupljaju na različite načine. Kroz stvaralaštvo i kreativnost oni traže odgovore kojima rješavaju probleme koje prepoznaju u okolini. Tako nastaju nove ideje koje prelaze u nove proizvode ili usluge. Postoje razni načini na koje preduzetnici traže i prepoznaju biznis ideje. Ideje mogu doći iz različitih izvora od kojih su neki: potrošači, kupci, od zaposlenih, od konkurencije, sa tržišta, od konsultantskih institucija, pronalazača, патената, imitacijom nekih drugih preduzetničkih ideja i slično.

Iskustvo pokazuje da su velike preduzetničke ideje rijetko nastajale na osnovu istraživačkog procesa. Do velikih ideja su ljudi najčešće dolazili slučajno - ali samo oni ljudi koji su predano okupirani preduzetništvom i razmišljanjima o različitim mogućnostima počinjanja sopstvenog biznisa. U skladu sa tim, uobičajeno je da prije pokretanja sopstvenog biznisa budući preduzetnik mora imati ideju o tome šta bi radio pa se kao mogući izvori navode²: hobi, nadarenost, stručnost, prilike, pronalazaštvo ili ostalo.

2.2. Aktivnost

Nakon toga nastavnik korišćenjem tehnike *moždane oluje* poziva učenike da kratko razmisle i navedu što više ideja za pokretanje biznisa. Nastavnik zapisuje sve odgovore na velikom papiru koji je okačen na vidnom mjestu u prostoriji a učenicima daje novu instrukciju: Sada u maloj grupi (od troje ili četvoro) razgovarajte i procjenjujte koju biste od navedenih ideja odabrali za pokretanje svog biznisa. Važno je da svoj odabir argumentujete, objasnite zašto ste se za nju opredijelili. Kada učenici završe sa radom slijedi izvještavanje i diskusija na osnovu koje zajedno definišu i zapisuju kriterijume koje dobijene ideje preba da ispune kako bi postale uspješne u realizaciji.

Nastavnik zatim upućuje učenike da brainstorming ili neka druga tehnika može da proizvede mnogo ideja. Preduzetnik treba da nauči da selektuje pravu ideju koju će pretvoriti u sopstveni biznis. Vodimo računa da je za preduzetnika osnovni motiv ostvarenje profita. Nastavnik naglašava da najinovativnija (najneobičnija ili nova) ideja istovremeno ne mora da bude i najprofitabilnija (da donese najbolju zaradu, isplativost).

Prilog za nastavnike:

Postoje razne metode koje preduzetnik može koristiti kako bi došao do ideje. **Brainstorming** tehnika je jedna od najpoznatijih za generisanje ideja. U prevodu brainstorming znači oluja mozgova. Procedura brainstorminga sastoji se od identifikovanja problema koji dolazi iz bilo kojeg od navedenih izvora, zatim se okupi grupa stručnjaka (ili zaposlenih u firmi i sl.) od 6 do 12 osoba koje uz razgovor i razmjenu ideja i komentara dolaze do inovativnih rješenja. Bitno je naglasiti da proces mora voditi neka stručna osoba koja će postavljati pitanja, usmjeravati razgovor, motivisati učesnike, odrediti prioritete i slično.

2 Kuvačić, Nikola. Poduzetnička biblija. Beretin, 2005.

Nastavnik učenicima objašnjava i pravila brainstorminga kako bi mogli samostalno uspješno da koriste ovu tehniku:

1. Potpuna sloboda. Slobodno razmišljanje i diskusija mišljenja. Idelje se dijele sa drugima, čak i ako to podrazumijeva nove ideje koje odstupaju od svrhe.
2. Prioritet se daje kvantitetu ispred kvaliteta. Nudimo koliko je god moguće mišljenja.
3. Nema kritike - ne kritikuju se primjedbe drugih učesnika. Zabranjeno je i hvaliti. Nema ni rasprava.
4. Kombinovanje i unapređivanje. Iskoristite ideje drugih, kombinujte više ideja i stvorite novu.

2.3. Aktivnost

Nakon toga nastavnik objašnjava učenicima kako se tehnikom brainstorming-a može doći do mnogo ideja ali da je bitno procijeniti ideje i odabrati ideju koja će donijeti najbolji rezultat (tj. najveću zaradu). Koristeći zaradu kao osnovni kriterijum za procjenu ideje, nastavnik daje zadatak učenicima:

- Jedna djevojka je odlučila da pokrene mali biznis tako što će praviti i prodavati narukvice. Koliko će zaraditi ili izgubiti ako proda 10 narukvica po 3 eura. Za izradu tih narukvica potrošila je: 3 eura za vrpca na koju niže i 9 eura za perle.

Učenici – dobrovoljci izvještavaju o rezultatu. Svi zajedno diskutuju a nastavnik objašnjava formulu na osnovu koje se može lako izračunati ishod biznisa: $\text{PRIHOD} - \text{RASHOD} = \text{REZULTAT}$ (zarada).

Posebno objašnjava svaki od ova tri pojma na primjeru urađenog zadatka. Važno je da učenici razumiju da je prihod novac koji se dobije prodajom proizvoda ili usluga, da je rashod sve ono što se uloži u proces proizvodnje (sredstva, vrijeme, rad, uslovi - trošenje resursa), a da rezultat može biti u vidu dobitka (uspješan biznis) ili gubitka (manje se zaradilo nego što je uloženo) ili neutralan ishod (nulto stanje, nema zarade ali nema ni gubitka).

2.4. Aktivnost

Radi provjere razumijevanja nastavnik daje učenicima vježbu broj 2.1.

Vježba 2.1: Odabir najbolje biznis ideje

Korišćenjem formule $\text{PRIHOD} - \text{RASHOD} = \text{REZULTAT}$ potrebno je da izračunaš profit ili gubitak za navedene biznise:

1. Prodavanje kolača: Kupili ste za 10 eura u prodavnici materijal koji vam je potreban za pripremu kolača. Dobili ste 20 eura od prodaje kolača. Koliko ste zaradili ili izgubili?
2. Skupljanje praznih limenki – reciklaža. U prodavnici za otkup limenki platili su vam 15 eura za limenke koje ste pokupili. Vaš jedini trošak bio je kupovina kesa u koje ste sakupljali limenke a koje su koštale 1 euro. Koliko ste zaradili?
3. Sakupljanje lišća. Pokupili ste rasuto lišće sa 2 livade u komšiluku. Komšije su vam za to platile po 5 eura. Kada se vaša grabulja polomila opravku ste morali da platite 8 eura. Vaš posao ste morali da reklamirate po komšiluku tako da ste platili 3 eura za flajere koje ste dijelili.

Kada učenici završe sa radom slijedi izvještavanje i provjera sa čitavom grupom. Prema potrebi nastavnik dodatno pojašnjava formulu. Nakon toga slijedi analiza:

Pitanja za analizu:

1. Koja ideja vam je donijela najviše prihoda? (rješenje: narukvice)
2. Koja ideja vam je donijela najmanje profita? (rješenje: sakupljanje lišća)
3. Koja je ideja imala najveće troškove? (rješenje: narukvice)
4. Koja je ideja imala najmanje troškove? (rješenje: reciklaža limenki)
5. Na kojoj ideji ste najviše zaradili? (rješenje: narukvice)
6. Na kojoj ideji ste najmanje zaradili? (rješenje: sakupljanje lišća)
7. Na kojoj ste ideji izgubili novac? (rješenje: sakupljanje lišća)

Nakon navedene analize učenici uočavaju kriterijume i načine za provjeru uspješnosti ideje.

2.5. Aktivnost

Nastavnik poziva učenike da razmisle koristeći znanje koje su stekli iz oblasti preduzetništva i da pokušaju da identifikuju tri posla/biznisa koja bi mogli da rade i zašto smatraju da bi bili uspješni.

Svoje zamisli/ideje zapisuju u tabeli.

NAZIV POSLA 1. (upisati)	Opis posla	Mislim da ću biti uspješan zbog... (navesti)
	Ja ću proizvoditi ili pružati usluge _____ (navesti koju) ZA _____ (kupac).	
NAZIV POSLA 2. (upisati)	Opis posla	Mislim da ću biti uspješan zbog... (navesti)
	Ja ću proizvoditi ili pružati usluge _____ (navesti koju) ZA _____ (kupac).	
NAZIV POSLA 3. (upisati)	Opis posla	Mislim da ću biti uspješan zbog... (navesti)
	Ja ću proizvoditi ili pružati usluge _____ (navesti koju) ZA _____ (kupac).	

2.6. Aktivnost

Slijedi objašnjavanje i davanje domaćeg zadatka (Prilog 1).

Na kraju obuke dogovara se termin prvog sastanka sa učenicima do kada oni moraju završiti domaći zadatak.

Na sastanku će učenici predati domaći zadatak i prezentovati svoje biznis ideje.

Do sastanka je potrebno da učenici odluče da li će svoje biznise voditi samostalno ili u partnerstvu (timu). Timovi mogu imati najviše tri člana a zarada koja se ostvari na sajmu ravnomjerno se dijeli između svih članova tima. Učenici koji odluče da rade u timu moraju među sobom izabrati jednog učenika koji će biti vođa tima.

Za traženje poslovnih ideja nastavnik može kopirati i podijeliti tabelu biznis ideja za djecu i uputiti ih na internet resurse za traženje biznis ideja.

BIZNIS IDEJE ZA DJECU

<p>Suveniri</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Magneti 2. Narukvice 3. Privjesci za ključeve 4. Suveniri od drveta 5. Dekorisane olovke ili notesi 6. Cvijeće u saksijama 7. Kupke i sapuni 8. Okviri za slike 9. Ukrasne sveske, dnevници, spomenari 10. Ekološke torbice 11. Pletene i heklane stvari 12. Bojanke 	<p>Sportovi i igre</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Košarka 2. Fudbal 3. Pikado 4. Bingo lutrija, loto 5. Igrice u vrećici (ne ljuti se čovječe, karte, abeceda, azbuka – ručno pravljene igračke) 6. Stripovi <p>Umjetnost</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mozaici 2. Slike/portreti/karikature (slike od prirodnih materijala) 3. Fotografije
<p>Usluge</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Manikir Studio za nokte http://www.youtube.com/watch?v=D9A_9FH7e-A 2. Bojanje lica 3. Pletenje kose 	<p>Hrana i piće</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peciva razna 2. Sendviči 3. Kolači 4. Čokoladice 5. Milkšejk 6. Limunada 7. Cijeđeni sokovi

Domaći zadatak za učenike

Prilog 1: PREDLOG BIZNIS IDEJE

ROK ZA PREDAJU: _____

1	Ime i prezime	
2	Ime i prezime partnera	1. 2.
3	Ime i prezime nastavnika	
4	Tvoj predlog je (zaokruži)	Proizvod Usluga
5	Tvoj biznis je (zaokruži)	Samostalni biznis Partnerstvo
6	Objasni svoju ideju:	
7.	Navedi resurse koji su ti potrebni i tačne cijene (ako je potrebno pođi u prodavnicu i upiši cijene tvojih resursa)	Potreban resurs Cijena
8.	Koliko proizvoda možeš napraviti sa navedenim resursima ili koliko usluga možeš pružiti? (upisati)	
9.	Upiši predloženu cijenu za svoj proizvod ili uslugu:	
10.	Da li ćeš raditi po narudžbi?	DA NE
11.	Kako i kada ćeš dostavljati ono što ti ljudi naruče (odgovoriti samo ako je u pitanju 10 odgovor DA)	
12.	Naziv tvog biznisa je: (osmisli neko „prima-mljivo“ ime)	

ODOBRENO OD PREDAVAČA: DA

NE

SUGESTIJE: _____



TEMA 3.

ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA?

3. TEMA: ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Ciljevi:

Učenici/učenice će:

1. Razumjeti pojmove: tržište, istraživanje tržišta, ponuda, dobro, usluge, rizici, tržišna cijena.
2. Primjenjivati tehničke i druge alate za istraživanje tržišta: intervju, anketa, baza podataka na internetu i slično.
3. Znati da koriste pravilne forme da bi objasnili ideju različitim slušaocima i sa različitim ciljevima.
4. Osposobiti se da analiziraju podatke i donose odluke bazirane na analizi.

3.1. Aktivnost

Nastavnik uz PPP objašnjava učenicima pojmove: tržište, ponuda, tržišna cijena, navodeći primjere bliske djeci iz svakodnevnog života.

Prilog za nastavnike:

Tržište je mjesto tj. lokacija na kojoj se srijeću prodavac i kupac radi razmjene dobara ili usluga za novac. Vaš preduzetnički poduhvat je **ponuda** proizvoda ili usluga koju vi nudite kupcima na tržištu. S druge strane, zbir svih kupaca koji žele vaš proizvod i imaju novca da ga plate je vaše **ciljno tržište**, dok se cijena koju su kupci voljni da plate da bi dobili vaš proizvod/uslugu zove **tržišna cijena**. Da biste uspjeli da prodate (razmijenite vaše proizvode ili usluge za novac), bitno je da što više saznate o vašem ciljnom tržištu. Ovo ćete postići kroz aktivnost koja se zove istraživanje tržišta uz pomoć koje ćete biti u mogućnosti da sagledate potrebe kupaca i da im ponudite ono što oni žele i to po cijeni koju su voljni da plate.

Istraživanje tržišta je organizovan poduhvat prikupljanja informacija o ciljnom tržištu. Prikupljanje informacija se vrši da bi se više saznalo o potrebama tržišta, cijenama, veličini tržišta i o konkurentima. Na osnovu istraživanja tržišta donosimo značajne odluke koje se tiču cijene, izgleda proizvoda, vrijednosti koje se nude, prodajnih mjesta, ambalaže, načina kupovine i sl.

Da bi se mogla napraviti odluka podatke sa tržišta nije dovoljno samo prikupiti već ih moramo **analizirati** tj. obraditi koristeći razne metode: matematičke, statističke, SWOT analiza i sl.

3.2. Aktivnost

Nakon toga nastavnik provjerava kroz razgovor da li su učenici razumjeli navedene pojmove. Zatim daje detaljne instrukcije učenicima za domaći zadatak: Analiza podataka podrazumijeva da se prikupljeni podaci grupišu i da se rezultati prezentiraju na način da predstave značajne rezultate našeg istraživanja.

Da bi na sajmu uspjeli da ostvarimo prodaju potrebno je da koristeći Formular za istraživanje tržišta dođemo do osnovnih podataka o tržištu koji su važni za vaš preduzetnički poduhvat. Slijedeći instrukcije date u formularu istražićete mišljenje 25 osoba (odraslih osoba ili učenika) o tome da li su voljni da kupe vaš proizvod ili uslugu i koju cijenu su voljni da plate. U polju komentari upisaćete sve značajne komentare za vaš proizvod kao i podatke da li ideja dolazi od odrasle osobe ili od drugog učenika. Nakon prikupljanja podataka potrebno ih je obraditi, prezentirati rezultate i predstaviti koje ćemo odluke donijeti na osnovu ovog istraživanja.

Pazi: Popunjavanjem ovog formulara doći ćete do značajnih podataka na osnovu kojih ćete unaprijediti svoj proizvod ili uslugu i odrediti tržišnu cijenu koju ćete ponuditi na preduzetničkom sajmu. Takođe možete odlučiti i da promijenite izgled ili pakovanje proizvoda, upotpunite uslugu, ponudite drugačiji proizvod i sl.

Učenici dobijaju formular za istraživanje.

Domaći zadatak

Prilog 2: FORMULAR ZA ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

Ime i prezime preduzetnika/svih partnera: _____
_____ i _____

Uputstvo za popunjavanje: *Sprovedi istraživanje tržišta tako što ćeš ispitati ostale đake i odrasle osobe, ukupno 25 osoba, navedena pitanja i upisati njihov komentar ukoliko ga imaju.*

Započni razgovor: „Dobar dan, moje ime je _____ đak sam ___ razreda i novi vlasnik biznisa. Htio bih da vam postavim nekoliko pitanja“. (*Prestavite svoj proizvod ili uslugu licu koje ispituјete*)

Pitanje 1: „Da li biste kupovali ovaj proizvod ili uslugu?“

Pitanje 2: „Da li biste bili spremni da platite _____ eur za ovaj proizvod? (visoka cijena)

Pitanje 3: „Da li biste bili spremni da platite _____ eur za ovaj proizvod? (niska cijena)

TABELA SA ODGOVORIMA

Redni broj	Da li biste kupili? (polje označiti znakom X)		Cijena Visoka		Cijena Niska		Komentar ovdje upisivati: u kojem su razredu đaci koje ispituјete; OO ako se radi o odrasloj osobi; ili neki značajan komentar za proizvod/uslugu
	DA	NE	DA	NE	DA	NE	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							



TEMA 4.

REKLAMIRANJE

4. TEMA: REKLAMIRANJE

Ciljevi:

Učenici/učenice će:

1. Razumjeti i uvidjeti međuzavisnost pojmova: reklama, cijena, potrošač, dobro i usluga.
2. Razviti vještine komuniciranja ideja audio-vizuelnim metodama.
3. Razumjeti i koristiti reklamne poruke.
4. Znati da izvrše selekciju i evaluaciju proizvoda i usluga.
5. Razvijati vještine kreativnog i kritičkog razmišljanja.

4.1. Aktivnost

Nastavnik na samom početku započinje razgovor sa učenicima koristeći neka od navedenih pitanja:

Kad kupujete neki proizvod o čemu vodite računa?

Da li volite reklame?

Koja je vaša omiljena reklama?

Nakon toga nastavnik uz PPP objašnjava učenicima značaj reklame u preduzetništvu.

Prilog za nastavnike

Reklame su osnovni alat koji preduzetnici i preduzeća koriste da upoznaju javnost tj. kupce sa svojim proizvodima ili uslugama. Preduzeća koriste reklamiranje da bi ubijedili potrošače da kupe ono što oni prodaju. Kroz reklamu oni naglašavaju načine na kojima će kupci imati razne dobiti ako kupe proizvod. Ove dobiti tj. benefiti koje će kupci osjetiti ako kupe proizvod zovu se pokretači kupovine. Ukratko reklama ima dvije funkcije **da upozna** kupca sa proizvodom i **da ubijedi** kupca da ga kupi.

Svi programi koje gledamo na TV imaju prekide za reklamu. Svi proizvodi koji se reklamiraju imaju zajedničku crtu da se radi o stvarima koje ljudi žele da imaju ili da kupe. Naravno preduzeća koja se reklamiraju su svjesna da vi imate novac i žele da taj novac potrošite baš na njihov proizvod ili uslugu.

Nastavnik dalje vodi razgovor s učenicima kroz pitanja: *Sjetite se neke reklame koja vam se dopada i navedite zbog čega? Šta vas privlači, privuče vašu pažnju, kod reklame?*

Učenici navode razloge, nastavnik ih zapisuje na tabli/velikom papiru i zajedno sa učenicima ih grupiše u neke od navedenih kategorija:

- Humor
- Poznati likovi: filmske zvijezde, sportisti ili likovi iz crtanog filma
- Korištenje popularne muzike, zvučni efekti i jarke boje
- Korištenje zvučnih riječi kao što su NOVO, BESPLATNO, IZVRSNO, AKCIJA

Sve ovo su razne tehnike za privlačenje pažnje kupaca.

Nastavnik objašnjava učenicima da je veoma bitno da je sve što koriste u reklami provuku i kratke opise svog proizvoda ili usluge. Naglašava da je poželjno **korišćenje opisnih riječi** za proizvode kao što su: lijepo, ukusno, meko, nježno, brzo i sl. Takođe se preporučuje i **korišćenje pozitivnih riječi** jer one treba da bude pozitivna osjećanja kod kupca kako bi ga natjerali da pomisli kako bi se on osjećao kada bi probao vaš proizvod.

Nastavnik naglašava učenicima: Da bismo naučili dobre tehnike reklamiranja prilikom gledanja reklame postavite sebi sljedeća pitanja (učenici ih zapisuju):

1. Ko je ciljna grupa (publika) za ovu reklamu tj. koga prodavac želi da privuče da kupi proizvod?
2. Čime ova reklama privlači našu pažnju? – muzika, igra, kostimi, ličnosti i sl.
3. Zbog čega taj biznis reklamira svoj proizvod? Šta oni žele?

Nastavnik uz PPP i kroz puštanje kratkih TV reklama (najmanje 6 reklama - pogledati izvore reklama u web resursima na kraju priručnika) učenicima objašnjava važna pitanja u vezi sa uspješnim reklamiranjem.

Prilog za nastavnike

Koja je poruka?

Prodavci žele nešto više od privlačenja vaše pažnje, oni žele da vas ubijede da kupite njihov proizvod. Način na koji oni to rade je tako što ističu dobiti i prednosti koje ćete vi imati kupovinom tog proizvoda. Drugim riječima oni kupcu pomažu da nađe svoje razloge/motive za kupovinu.

Motivi za kupovinu mogu da budu novčani ili nenovčani. Uglavnom se reklamiraju nenovčani motivatori za kupovinu: osvježjenje, moda, trend, sigurnost, prestiž i sl. Kada preduzeće reklamira proizvod po sniženim cijenama onda se radi o novčanim motivatorima tj. tada je novac osnovni razlog zbog kojeg će se potrošač opredijeliti za kupovinu ovog proizvoda a ne nekog drugog.

Ko prenosi poruku?

Prenosilac poruke je veoma često jednako važan koliko i sama poruka. Osobe koje se bave reklamiranjem biraju prenosiocce poruka koje ljudi vole i sa kojima se poistovjećuju. To mogu biti *poznate ličnosti* (glumci, pjevači, sportisti i sl.). Smatra se da će potrošači poželjeti da kupe proizvod zato što ga preporučuje poznata osoba. Veoma često se vrhunski sportisti koriste za reklamiranje sportske opreme ili odjeće, filmske zvijezde za reklamiranje automobile, a popularni muzičari za reklamiranje bezalkoholnih pića. Sa druge strane poznate ličnosti prihvataju da se pojavljuju u reklamama zato što su plaćeni za to i zato što vjeruju i žele da budu poistovječeni sa vrijednostima samog proizvoda.

Često se koriste i *eksperti*. Veoma često na TV možemo da vidimo zubara ili glumca koji glumi zubara kako savjetuje ljude koju zubnu pastu da kupe. Isto važi i za doktore i savjete o ljekovima, sirupima za kašalj i sl. Smatra se da će potrošači prilikom izbora o kupovini poslušati savjete koje daju eksperti.

Savjeti *običnih ljudi* takođe se koriste za reklame npr. majka koja savjetuje kako je za njenu porodicu najbolji određeni deterdžent za pranje veša, mlade osobe koje savjetuju koji je telefonski paket povoljan za njih i sl. Ljudi koji se bave reklamiranjem znaju da mnoge osobe više vjeruju reklamama ako je prenose „obični“ ljudi.

Nakon gledanja TV reklama nastavnik postavlja učenicima pitanja za razgovor:

- Šta je poruka reklame? Ko prenosi poruku?
- Na kojoj se od ogledanih TV reklama pojavljuje poznata osoba? Na kojoj ekspert? Na kojoj obični ljudi?
- Koji su nenovčani motivatori (razlozi) korišćeni da bi se ubijedio potrošač da kupi dobro ili uslugu koja se reklamira?
- U kojim reklamama je korišten novčani motivator?
- Da li bi neka od njihovih poruka uspjela tebe da ubijedi da kupiš proizvod? Zašto? Zašto ne bi bio motivisan?

4.2. Aktivnost

Nakon toga nastavnik daje učenicima vježbu:

Vježba 4.1. Pravljenje reklame

Napravite svoju reklamu – poster. Nastavnik odredi 4 do 5 grupa učenika i podijeli im materijal (papire formata A4, flomastere, ljepilo, makaze, stare časopise).

Nastavnik objasni zadatak i na tabli napište neophodne korake u zadatku:

Imamo piće koje se zove SUPER KOLA. To je novi proizvod na tržištu i potrebno je za njega da napravite reklamu. Kako ćete privući ljude da kupe ovaj proizvod?

Koraci:

1. **IZABERITE SLOGAN** (Ovom proizvodu treba dobar slogan kako bi ga ljudi uvijek imali na umu kada dođu u prodavnicu da kupuju. Dobri slogani su npr: Probajte SUPER KOLU! Svidjeće vam se!; SUPER KOLA je COOL!).
2. **IZABERITE SLIKU** (Ovo je najvažniji dio vaše reklame. Ljudi veoma često samo nakratko pogledaju reklamu i odluče da li im se sviđa ili ne. Izaberite sliku zbog koje će se ljudi osjećati lijepo i koja će u njima izazivati lijepe emocije o proizvodu). Prilikom izbora slike vodite računa o tome koga želite da privučete da kupi vaš proizvod. Ko je vaše tržište?

3. **IZABERITE RIJEČI KOJE „ZGRABE“ PAŽNJU** (*U mnoštvu drugih oglasa veoma je teško privući pažnju ljudi na vaš oglas. Izaberite neku riječ kojom ćete uhvatiti - zgrabiti pažnju ljudi npr. Akcija! Nova! Izuzetna! Savršena! Uvodimo...*)
4. **U JEDNOJ REČENICI NAPRAVITE KOPIJU VAŠEG OGLASA** (*Pogledajte kako vaš oglas izgleda kada je kompletiran tj. kada ste završili prethodna 3 koraka i napišite nešto što kombinuje ideje vašeg slogana i slike. Jednom rečenicom ubijedite ljude da je Super Kola dobro i uzbudljivo piće. Primjer kopije oglasa je: Kad pijete SUPER KOLU osjećate se SNAŽNO! i sl.).*)

Na kraju vježbe učenici prezentiraju svoje radove i biraju grupu koja je pripremila najbolju reklamu tj. poster.

Nakon vježbe nastavnik objasni i podijeli učenicima domaći zadatak **Prilog 3** i dogovori naredni sastanak sa (nakon najmanje 15 dana) na kojem će učenici predati domaći zadatak i po 1 primjerak reklamnog postera. Nastavnik će na sastanku dati sugestije za poboljšanje postera. Zadatak učenika je da koriguje poster u skladu sa dobijenim sugestijama i da pripremi finalnu verziju 2 nedjelje prije sajma.

Napomena: Poster mora biti zakačen u određenom periodu, dvije nedjelje prije sajma, na predviđenim mjestima (sa učenicima identifikujte na kojim mjestima u školi i u gradu mogu zakačiti postere). Postere učenici kače koristeći svoje materijale (ovi materijali, kao i materijali koje koristite za izradu reklamnog postera, ulaze u obračun troškova resursa pa moraju voditi evidenciju o cijenama).

Prilog 3: IZVJEŠTAJ O REKLAMIRANJU NA PREDUZETNIČKOM SAJMU

Ime i prezime: _____ Proizvod/usluga: _____

Ime partnera 1: _____ Ime partnera 2: _____

Naziv biznisa: _____

Pitanja za reklamiranje:

1. Da li ste upisali svoje ime i ime svog biznisa na oglasima (zaokružiti)? DA NE

2. Zaokružite promotivne alate koje ćete koristiti:

Flajeri Posteri Novine Web – Banerl Socijalne mreže (Facebook,
Tweeter) Direktna promocija (od usta do usta) Promotivni uzorci
Televizijska reklama Radio reklama

3. Zaokružite tehnike koje ste koristili:

Fokus na zdravlje Fokus na ljepotu Ponavljanje proizvoda Poznata osoba
Ekspertski savjet Upoređivanje proizvoda Nešto drugo: _____

4. Slogan vašeg biznisa je: _____

5. Zaokružite sve što ste od navedenih detalja koristili:

Jarke boje Boldirana slova Crtež Fotografija Simbol
Džingl Zvučne riječi

VAŽNE NAPOMENE ZA REKLAMIRANJE:

Reklama ne smije biti veća od formata A4 tj. (30cm x22cm).

Reklama mora da sadrži osnovne komponente: naziv proizvoda i cijena.

Dizajn - može biti nacrtan rukom ili pomoću kompjutera.

Reklame pravite koristeći svoje materijale.

UZ OVAJ FORMULAR PRIKAČITE I JEDAN PRIMJERAK VAŠE REKLAME!



TEMA 5.

FINANSIRANJE BIZNISA

5. TEMA: FINANSIRANJE BIZNISA - UGOVORI U POSLOVANJU

(UGOVOR O ZAKUPU I UGOVOR O ZAJMU)

Ciljevi:

Učenici/učenice će:

1. Moći da prepoznaju izvore finansiranja biznisa.
2. Upoznati ekonomske termine: kreditor, kamata, kredit, dug i ugovor.
3. Upoznati ekonomske termine: zakupac, renta, troškovi, zajmodavac, kredit, kamata i dug.
4. Razumjeti princip vjerovatnoće i da vrijednost novca raste vremenom.
5. Naučiti da primjenjuju matematičke procedure u rješavanju životnih situacija i problema.
6. Razumjeti etičke vrijednosti i razvijati vještine poslovanja koje vode do uspjeha.

5.1. Aktivnost

Nastavnik postavlja otvoreno pitanje učenicima: Šta je sve potrebno preduzetniku da bi mogao da razvija posao (biznis)? Nastavnik zapisuje odgovore učenika na tabli/velikom papiru. Zatim dodatno pojašnjava i zajedno sa učenicima sistematizuje uslove za započinjanje biznisa.

Nakon toga uz PPP nastavnik objašnjava učenicima različite poslovne odnose u koje preduzetnik stupa sa drugim preduzetnicima ili biznisima da bi mogao da započne svoj biznis. Najznačajnije je objasniti da preduzetnik mora pribaviti novčana sredstva za biznis ukoliko nema sopstvenih sredstava i da ta sredstva mora kasnije vratiti. Prilikom pripreme PPP nastavnik se koristi dolje navedenim prilogom i objašnjava pojmove: izvor finansiranja, kamata, kredit, kreditori, Ugovor o zajmu.

Prilog za nastavnike

Preduzetnik u vođenju biznisa mora da stupa u različite poslovne odnose sa različitim osobama, drugim preduzetnicima i drugim biznisima. Da bi proizvodio preduzetnik mora da dobavi novac i sa tim novcem da kupi ili da plati resurse koje koristi u proizvodnji (prirodne, kapitalne i ljudske). *Preduzetnik mora da obezbijedi novac da bi mogao svoju poslovnu ideju da pretvori u biznis.*

Novac se može obezbijediti tako što preduzetnik ulaže sopstveni novac u biznis npr. svoju štednju. Ukoliko preduzetnik nema sopstvenih sredstava on novac pribavlja iz drugih **izvora finansiranja** kao što su npr. banke ili porodica, prijatelji, drugi biznisi i sl. Naravno, da bi novac dobio od drugih izvora finansiranja preduzetnik se obavezuje da za određeni vremenski period taj novac vrati uvećan za iznos koji se zove **kamata**. Kamata je u stvari nagrada za izvore finansiranja zbog koje su oni voljni da daju novac preduzetniku. Novac koji se daje preduzetniku naziva se **kredit** dok se osobe ili drugi biznisi koji mu daju novac zovu **kreditori**. Između preduzetnika i kreditora treba da postoji saglasnost o iznosu novca koji se pozajmljuje tj. kredita, o iznosu kamate koja se daje kreditoru i o vremenskom roku nakon kojeg će preduzetnik morati da vrati novac. Ta saglasnost se zapisuje u formi **Ugovora o zajmu** koji potpisuju i preduzetnik i kreditor.

Nastavnik objašnjava i pokazuje Ugovor o zajmu i upućuje učenike kada će ga i kako koristiti.

Zatim postavlja pitanje učenicima: Ukoliko ste posudili 15 eura, prema ovom ugovoru ste u obavezi da vratite kreditoru 1% od te sume. Koliko će to iznositi? Ukoliko je potrebno i nakon ovog primjera nastavnik objašnjava učenicima i provjerava da li su razumjeli ovaj postupak.

Nastavnik postavlja pitanje učenicima: Šta možete zaključiti iz ovog ugovora u vezi sa tim kako preduzetnik može riješiti problem nedovoljnih sredstava (novca) za realizaciju biznis ideje?

Nakon iznošenja odgovora nastavnik vodi diskusiju sa učenicima i sumira.

Iz primjera ovih ugovora možemo zaključiti da ukoliko preduzetnik nema svojih resursa tj. novca ili prostor za prodaju on te resurse može da posudi od drugih preduzetnika ili biznisa. Naravno, da bi mu oni ustupili svoje resurse preduzetnik im mora platiti određeni iznos novca kao nadoknadu - kamatu. Vrijednost novca koju preduzetnik dobije ako posuđuje novac manja je nego vrijednost koju će morati da vrati. Na kraju je veoma važno naglasiti da ukoliko posuđujete novac na duži vremenski period i vrijednost koju ćete morati da vratite

biće veća. *Vrijednost novca raste sa protokom vremena!* Drugim riječima što duže držite novac kod vas to ćete više morati da ga platite tj. kamata će biti veća.

Na kraju nastavnik im kroz primjer dodatno objašnjava proces i načine vraćanja pozajmice (kredita).

Primjer: Možete dogovoriti sa roditeljima da im ne vratite odmah nakon sajma sredstva koja ste posudili već da promijenite uslove Ugovora o zajmu i da im vraćate sredstva kroz džeparac ali da vaša kamata bude svaki mjesec po 1%. (Primjer: posudite 15 eura od roditelja a vaš džeparac je 5 eura. Dogovorite sa roditeljima da im svaki mjesec vraćate po 3 eura dok ne vratite ukupan dug uvećan za 1% mjesečno. Na kraju prvog mjeseca vaš dug je 12.15 eura tj. $15 \times 1.01 = 15.15$ umanjeno za 3 eura, drugi mjesec dug je 9.27 tj. $12.15 \times 1.01 = 12.75$ umanjeno za 3 eura. Istim obračunom treći mjesec dug je 6.36 eura, četvrti mjesec 3.42 eura dok je na kraju petog mjeseca vaš dug 46 centi).

Na kraju ove teme nastavnik daje učenicima domaći zadatak - primjerak Ugovora o zajmu. Učenici su dužni da potpišu ovaj ugovor sa svojim roditeljima, organizatorom sajma ili nekim drugim licem radi pribavljanja novca za započinjanje njihove buznis ideje. U ovom ugovoru učenici se obavezuju da će novac koji su pozajmili vratiti iz prihoda koje budu ostvarili na preduzetničkom sajmu. Kreditorima će vratiti posuđeni novac uvećan za kamatu od 1%. Učenici treba da popune Ugovor o zajmu do dogovorenog termina za četvrtu radionicu.

Prilog 4:

UGOVOR O ZAJMU

Ja, _____ (ime i prezime), prihvatam da nadoknadim mojim roditeljima/organizatoru treninga sve troškove koje su imali za kupovinu sirovina za proizvodnju mojih proizvoda koje ću prodavati na Preduzetničkom sajmu koji će biti održan _____ (datum). Navedeni dug isplatiću iz prihoda koji sam ostvario prodajom svojih proizvoda/usluga. Otplatiću tačan iznos duga plus 1% kamate u roku od 3 dana od dana održavanja sajma.

Ime i prezime đaka: _____

Potpis: _____

Ime i prezime roditelja/organizatora: _____

Potpis: _____

Datum potpisivanja ugovora: _____

Kalkulacija sredstava:

Ukupan iznos zajma: _____

Kamata (Ukupan iznos zajma * 0.01): _____

Ukupan iznos sredstava za otplatu: _____

Nastavnik objašnjava učenicima da je izlaganje proizvoda i usluga na sajmu, kako bi ih budući kupci mogli vidjeti, jednako važno kao i pribavljanje sredstava. Prostor u kojem preduzetnici nude svoje proizvode ili usluge takođe nije besplatan. Sa vlasnikom prostora preduzetnik takođe mora da se usaglasi o uslovima korištenja i o cijeni prostora. Ova saglasnost između vlasnika prostora i preduzetnika opisana je u **Ugovoru o zakupu**.

Prilog za nastavnike

Ugovor o zakupu opisuje uslove pod kojima vlasnik prostora daje preduzetniku (on se u ovom ugovoru zove **zakupac**) prostor na korištenje. Taj prostor pripada nekom drugom preduzetniku ili biznisu koji je voljan da nam ga ustupi na korištenje (tj. **rentira**) uz odgovarajuću nagradu. Ta nagrada tj. nadoknada za korištenje poslovnog prostora zove se **renta**. Osoba ili biznis kojem prostor za izlaganje proizvoda ili usluga pripada zove se **vlasnik prostora**.

Nastavnik pozakuje učenicima kao domaći zadatak primjerak Ugovora o zakupu koji preduzetnik sklapa sa osnovnom školom za rentiranje štanda na preduzetničkom sajmu i objašnjava im kada i kako će ga koristiti u razvijanju svoje biznis ideje. U ovom ugovoru preduzetnik se obavezuje da će ukoliko ostvari prihod od prodaje na sajmu, 10% tog prihoda uplatiti na žiro račun osnovne škole na osnovu rente za korištenje štanda. Ukoliko preduzetnik ne ostvari prihod nije dužan da isplati ništa osnovnoj školi. Učenici treba da popune i ovaj ugovor do dogovorenog termina za narednu radionicu.

Prilog 5:

UGOVOR O ZAKUPU SAJAMSKOG PROSTORA

Ja, _____ (ime i prezime), prihvatam da platim _____
Osnovnoj školi _____ (naziv škole), 10% mojeg poslovnog profita (profit x
0.10) ostvarenog na Sajmu preduzetništva za rentiranje sajamskog prostora. Ova renta koju uplaćujem školi,
na odgovarajući žiro račun biće iskorišćena za potrebe odjeljenja u odgovarajućem roku. Uplata navedenog
iznosa mora se obaviti u roku od 3 dana od završetka sajma. Uplatnica kao potvrda o uplati se prilaže uz finalni
materijal. Razumijem da ukoliko moj biznis ne ostvari profit nijesam dužan/dužna da uplatim ništa.

Ime i prezime: _____

Potpis: _____

Datum: _____

U ime škole: _____

(Ime i prezime nastavnika): _____

Potpis: _____



TEMA 6.

KALKULACIJA RESURSA I TROŠKOVA

6. TEMA: KALKULACIJA RESURSA I TROŠKOVA

Ciljevi:

Učenici/učenice će:

1. Upoznati pojam trošak i način računanja troškova resursa (prirodnih, kapitalnih i ljudskih).
2. Razumjeti odnos troška i zarade.
3. Znati pravilno da primijene matematička znanja u ekonomskim kalkulacijama.
4. Pravilno organizovati podatke o troškovima kako bi se na osnovu njih mogle donositi odluke.

6.1. Aktivnost

Nastavnik kratko podsjeća učenike sa onim što su radili u okviru 1. i 2. teme. Kroz razgovor provjerava razumijevanje pojma resurs kao i vrste resursa. Zatim objašnjava učenicima da resursi imaju svoju cijenu. Cijena nekog resursa pomnožena sa količinom resursa koju je potrebno nabaviti (da bi se proizveo proizvod ili pružila usluga) predstavlja **trošak** tog resursa. Nastavnik ispisuje formulu na tabli ili na velikom papiru a učenici u svoje sveske.

$$\text{FORMULA ZA OBRAČUN TROŠKOVA:} \\ \text{KOLIČINA POTREBNOG RESURSA x CIJENA PO JEDINICI = TROŠAK RESURSA}$$

Nastavnik uz PPP objašnjava kretanje troškova i prihoda, vrste troškova u odnosu na resurse, načine smanjenja troškova.

Prilog za nastavnike

Troškovi su suprotna stvar od prihoda i oni, kao što smo naveli, uključuju sva plaćanja koja morate napraviti kako bi proizveli dobro ili pružili uslugu. Ta plaćanja su npr: plaćanja za nabavku materijala od kojih ćete praviti proizvod, plaćanje plata radnicima, zakup prostora, kamata na kredite itd. Kada se saberu troškovi svih resursa koje upotrebljavamo za proizvodnju proizvoda ili usluge dolazimo do troškova proizvodnje tog određenog proizvoda ili usluge. Da bi se zarada tj. prihod nekog biznisa uvećao moramo pokušati da smanjimo troškove ali tako da se ne smanje i prihodi. Troškovi su bitan pokazatelj da li ste uspješno vodili svoj posao ili ne i zato ih treba pratiti.

6.2. Aktivnost

Nastavnik pokreće diskusiju sa učenicima:

- Koji su sve resursi potrebni za proizvodnju određenog proizvoda npr. koji su resursi potrebni da bi se napravila pica?
- Koje su količine tih resursa potrebne?
- Kolika je njihova cijena?
- Koristeći formulu prikazanu gore obračunajte troškove svih resursa potrebnih da se proizvede pica.
- Saberite sve troškove i dođite do iznosa ukupnih troškova za proizvodnju pice.

6.3. Aktivnost

Nastavnik upućuje učenike da u malim grupama diskutuju pomoću sljedećih pitanja:

- Navedite primjere troškova vaše biznis ideje?
- Koji se resursi mogu zamijeniti u proizvodnji da bi se smanjili troškovi?
- Kako će to uticati na vašu zaradu?

Tako će se učenici pripremiti za vježbu.

Nastavnik podijeli učenicima domaći zadatak (prilog 6). On daje učenicima instrukcije za popunjavanje tabele i dodatno pojašnjava sve stavke koje se nalaze u ovoj tabeli.

- Upišite sve resurse koje ćete koristiti za proizvodnju vašeg proizvoda ili za pružanje vaše usluge.
- Treba da prikupite informacije i uneste u tabelu cijenu za svaki resurs (istražite u prodavnici, na internetu, raspitajte se i sl.)
- Na kraju ćete u koloni **Ukupno** dobiti iznos novca koji vam je potreban da biste ostvarili svoju biznis ideju.
- Taj novac je ustvari i iznos novca koji treba da posudite od porodice i prijatelja kako biste uspjeli da pripremite svoje proizvode ili usluge za sajam. Kada posuđujete sredstva ne smijete zaboraviti da potpišete *Ugovor o zajmu!*
- Nakon ostvarene zarade na sajmu bićete u obavezi da vratite posuđena sredstva. Što više posudite, više ćete biti u obavezi da vratite.

Ne zaboravite na odnos troškova i zarade - zarada na sajmu je povezana sa troškovima tako da ako su troškovi veliki zarada će biti manja. Trošak i zarada su u suprotnom odnosu – kada jedno raste drugo se smanjuje. Da bi se zarada uvećala moraju se pokušati smanjiti troškovi ali se isto tako mora voditi računa da se ne ugrozi proizvod ili usluga koja se nudi.

Npr. Možete kupiti jeftiniji materijal ili prikupiti sami neke stvari iz prirode koje se mogu iskoristiti za proizvodnju vašeg proizvoda. Tako ćete smanjiti troškove. Međutim, morate voditi računa da npr. jeftiniji materijal ne ugrozi izgled proizvoda jer će u tom slučaju manje osoba kupiti proizvod i onda ćete smanjiti i vašu zaradu. Učenici su dužni da popune tabelu u prilogu br. 6 i da je predaju treneru/nastavniku.



TEMA 7.

PRAĆENJE PRODAJE I OBRAČUN PROFITA

7. TEMA: PRAĆENJE PRODAJE I OBRAČUN PROFITA

Ciljevi:

Učenici/učenice će :

1. Razumjeti proces prodaje, prihoda, profita, dobiti, gubitka.
2. Razumjeti pojmove tržišta i osnovnog zakona o ponudi i tražnji.
3. Naučiti kako se izračunava profit.
4. Razumjeti kako ponuda i tražnja utiču na profit i obračunavanje profita.
5. Praktikovati pravilno organizovanje podataka o prodaji kako bi se na osnovu njih mogle donositi odluke.

7.1. Aktivnost

Nastavnik objašnjava učenicima koristeći PPP šta je prihod i kako se izračunava.

Prilog za nastavnike

Zarada koju učenici ostvare prodajom proizvoda na sajmu je njihov **prihod**. Prihod je količina novca koja se dobije prodajom nekog proizvoda ili usluge. Prihod se obračunava po sljedećoj formuli:

FORMULA ZA OBRAČUN PRIHODA:

KOLIČINA PRODATIH PROIZVODA ILI PUŽENIH USLUGA x PRODAJNA CIJENA= PRIHOD

Nakon toga učenicima podijeli tabelu (prilog br. 7) i objašnjava im kada, kako i zbog čega će je koristiti. Učenici pregledaju tabelu a nastavnik ih poziva da postavljaju pitanja ukoliko nijesu razumjeli neki od zahtjeva ili im je potrebno dodatno objašnjenje.

Zatim nastavnik dalje objašnjava da izračunavanje ukupnog prihoda od prodaje ne može da nam da pravu sliku o tome da li je neki biznis bio uspješan ili ne. Postavlja pitanje učenicima: Šta još treba da izračunamo kako bismo dobili pravu sliku i tačan iznos svog prihoda?

Prilog za nastavnike

Isto kao što vodimo računa o prihodima ne smijemo da zanemarimo troškove. Kada od ukupnog prihoda od prodaje oduzmemo ukupne troškove dobićemo **profit**. Profit je pravi pokazatelj da li smo uspješno poslovali na tržištu.

FORMULA ZA OBRAČUN PROFITA:

UKUPAN PRIHOD OD PRODAJE – UKUPNI TROŠKOVI = PROFIT

Prodajna cijena proizvoda i usluge formira se na osnovu odnosa između ponude i tražnje na tržištu. Ukoliko se tražnja ne mijenja, prodajna cijena dobra ili usluge opadaće ako se ponuda poveća. Ukoliko se ponuda smanji prodajna cijena će se povećati. Do ovoga dolazi jer su ljudi čije potrebe čine tražnju voljniji da plate više da bi dobili proizvod ili uslugu. U tržišnoj ekonomiji jedan biznis malo može uticati na prodajnu cijenu jer će uglavnom prihvatiti onu cijenu koju je postavilo tržište. Jedini način na koji se može postići uspješnost je da se **smanje troškovi**.

Domaći zadatak: Tabela za praćenje troškova

Prilog 7:

Ovu tabelu ćete nositi sa sobom na sajam i u njoj ćete upisivati količine proizvoda koje budete prodali na sajmu. Iz tabele se vidi da na sajmu možete prodavati najviše do četiri vrste proizvoda koje imaju različite prodajne cijene. Na kraju sajma ćete sabrati koliko ste proizvoda prodali od svake vrste i pomnožiti sa prodajnom cijenom svakog proizvoda. Tako ćete dobiti **prihod od prodaje** za svaki proizvod koji ste ponudili na sajmu. U posljednjem redu, kada saberete prihode od prodaje svakog proizvoda dobićete **Ukupan prihod od prodaje** koji je u stvari zarada koju ste ostvarili na sajmu.

TABELA ZA PRAĆENJE PRODAJE

Ime i prezime: _____

Naziv proizvoda ili usluge: _____

Upiši svaki proizvod koji si prodao. Radi jednostavnosti vodi evidenciju crticama (u prostoru predviđenom za to) da bi na kraju mogao da dođeš do ukupne količine koja je prodana. Kada dobiješ ukupnu količinu pomnoži je sa prodajnom cijenom po jedinici i doći ćeš do ukupnog prihoda od prodaje.

PRODATA KOLIČINA	* CIJENA PO JEDINICI	= PRIHOD OD PRODAJE
Upisuj crticama količinu npr. IIIII UKUPNO (upiši broj)=	prodajna cijena: _____ EUR	Pomnoži UKUPNO sa prodajnom cijenom: = _____ EUR
UKOLIKO STE IMALI SAMO JEDAN PROIZVOD OVDJE SE ZAUSTAVITE! Ako imate više proizvoda po različitim cijenama popunite podatke i za ostale proizvode:		
Upisuj crticama količinu npr. IIIII UKUPNO (upiši broj)=	Prodajna cijena: _____ EUR	Pomnoži UKUPNO sa prodajnom cijenom: = _____ EUR
Upisuj crticama količinu npr. IIIII UKUPNO (upiši broj)=	Prodajna cijena: _____ EUR	Pomnoži UKUPNO sa prodajnom cijenom: = _____ EUR
Upisuj crticama količinu npr. IIIII UKUPNO (upiši broj)=	Prodajna cijena: _____ EUR	Pomnoži UKUPNO sa prodajnom cijenom: = _____ EUR
UKUPAN PRIHOD OD PRODAJE (sabrati prihode):		

Nastavnik podsjeća učenike da su već istraživali tržište (3. tema) i došli do cijene koju su kupci voljni da plate za njihov proizvod i da će to biti cijena koju će oni ponuditi na preduzetničkom sajmu. Zatim najavljuje učenicima da će u okviru ove teme učiti kako da pravilno računaju troškove i prihode i kako da organizuju podatke kako bi na osnovu njih mogli da donesu ispravne odluke. Ova tema se takođe nadovezuje na prethodnu (6. tema) jer su naučili kako se obračunava prihod i kako se od prihoda oduzimaju troškovi da bi se došlo do obračuna profita.

Nastavnik objašnjava **Tabelu obračuna profita** i pravila popunjavanja (prilog 8). Ovu tabelu učenici su dužni da pripreme nakon preduzetničkog sajma. Iz ove tabele učenici će vidjeti koliko su stvarno zaradili na sajmu.

Domaći zadatak: Tabela obračuna profita

Prilog 8:

TABELA OBRAČUNA PROFITA

Ime i prezime: _____
 Imena partnera: _____
 Naziv biznisa: _____

Na kraju sajma:

1.	Ukoliko imaš preostalog start-up novca iz zajma od roditelja/organizatora ukloni ga iz kase	
2.	UKUPAN PRIHOD OD PRODAJE (prebroj novac iz kase)	=
3.	KAMATA NA ZAJAM (oduzmi iznos ili upiši 0 ako nemaš zajam)	- (oduzmi)
4.	TROŠKOVI RESURSA (unesi ukupan iznos iz tabele Aneks 6)	- (oduzmi)
5.	PROFIT (prodaja – troškovi = profit)	=

Ukoliko nijesi ostvario profit ovdje stani. Ne trebaš da nadoknadiš ništa za rentiranje sajamskog prostora.

Ukoliko si ostvario profit nastavi dalje

6.	TROŠAK RENTIRANJA SAJAMSKOG PROSTORA (dobija se kad se PROFIT tačka 5. pomnoži sa 0.10)	- (oduzmi)
7.	FINALNI PROFIT (PROFIT umanjen za Trošak rentiranja tačka 6.)	=

NAPOMENA: PARTNERI PROFIT DIJELE NA JEDNAKE DJELOVE!

7.3. Vježba simulacije

Materijal:

- Plastelin u 3 različite boje i u jednakim količinama
- Tabela prihoda i tabela troškova

Nastavnik objašnjava učenicima da će kroz igru/simulaciju bolje razumjeti proces na koji se u poslu na tržištu obračunava profit.

Zatim daje instrukcije za rad: Učestvovaćete u takmičenju u proizvodnji. Proizviđićete predmete od plastelina. Treba da napravite četiri različite vrste proizvoda za koje je različita dužina pravljenja i težina izrade – korpica sa jabukama, šoljica i tanjirić za kafu, košuljica i pećurka.

Napomena za nastavnika: Možete odrediti i nagradu za pobjednički tim. Budite veoma strogi u kontroli kvaliteta proizvoda koje naprave jer će pojedini učenici zbog brzine praviti proizvode nezadovoljavajućeg oblika. Nemojte prihvatati takve proizvode!

- Učenici se podijele u manje grupe od po četiri člana. Svaka grupa mora da ima isti broj članova.
- Preostali učenici će dobiti zadatak da kontrolišu kvalitet rada svake grupe (ali da se ne uključuju u proizvodnju).
- Potrebno je da grupe rade za posebnim stolovima koji su što je više moguće udaljeni jedni od drugih.
- Svaka grupa treba da izabere po jednog člana za **menadžera** i jednog za **računovođu**. Npr. nekog ko ima dobre liderske sposobnosti i nekog ko je dobar iz matematike.
- Svaka grupa dobija jednaku količinu plastelina u tri boje npr. kafena, crvena i zelena. Učenici se u proizvodnji mogu koristiti rukama ne smiju koristiti pomoćne alate. Naravno, ukoliko žele mogu da organizuju proizvodnu liniju gdje će svaki učenik raditi samo jedan dio posla.
- Učenici koji su izabrani za računovođe dobiće po jednu **Tabelu prihoda** i jednu **Tabelu troškova** u koje će upisivati podatke nakon svakog ciklusa proizvodnje.

Nastavnik objašnjava učenicima da će se takmičenje odvijati u tri dijela od po pet minuta. U svakom dijelu svaka grupa proizvodi bilo koji od četiri vrste proizvoda koje smo zadali. Može se proizvoditi samo jedan proizvod i bilo koja kombinacija proizvoda.

Napomena za nastavnika: Pokažite *uzorke* za sve vrste proizvoda. Svaki proizvod koji učenici budu napravili mora biti iste veličine kao uzorak koji ste pokazali i mora imati makar dvije boje plastelina (npr. košulja kafena sa zelenim dugmadima ili pećurka kafena sa crvenom kapom). Recite učenicima da ćete nakon svakog ciklusa platiti od 2 do 10 eura za svaki proizvod koji grupa proizvede. Tačna cijena proizvoda koju ćete platiti zavisice od ukupne ponude proizvoda svih grupa. S obzirom da se na svakom tržištu cijena formira u skladu sa ponudom i tražnjom postavite pretpostavku da postoji konstantna tražnja za ove četiri vrste proizvoda pa da se tako cijena formira na osnovu ponude.

- Kada završe prvi ciklus proizvodnje svaka grupa postavlja ispred svojeg menadžera gotove proizvode. Menadžer mora da odabere samo one koji odgovaraju uzorku a da odbaci nezavršene ili loše odrađene proizvode.
- Menadžer svake grupe obavještava nastavnika/trenera koliko su kojih proizvoda proizveli. Nastavnik sabere sve proizvode koje su učenici proizveli i na osnovu tabele **Raspored prodajnih cijena** odredi cijenu svakog proizvoda.

Napomena za nastavnika: Cijena se određuje u odnosu na količinu proizvoda tj. onaj proizvod kojeg ima najmanje ima najveću cijenu a onaj kojeg su učenici proizveli najviše ima najmanju cijenu. Npr. ako učenici proizvedu 10 pećuraka onda će nastavnik morati da plati svaku pećurku po 7 eura.

- Učenik koji je računovođa zapisuje sve prihode u tabeli prihoda i sabira prihode po svakom proizvodu da bi na kraju kolone dobio prihod za prvi ciklus.

Napomena za nastavnika: Objasnite učenicima da svaka grupa mora da uzme u obzir i troškove. Od prihoda koje su ostvarili moraju da oduzmu troškove da bi dobili profit. U igri će pobijediti grupa koja ostvari najveći profit a ne ona koja ostvari najveći prihod.

Ukratko prodiskutujte o tome koji su osnovni troškovi koje smo objasnili u prethodnoj temi (6. tema). Npr. troškovi resursa, renta, kamata, troškovi struje, vode. Raspravljajte o tome šta će se dogoditi ako se promijene troškovi resursa. Kako će se pojedine promjene u troškovima resursa reflektovati na proizvodnju? Pogledajte listu promjena troškova i raspravljajte o tome šta će se desiti u pojedinim situacijama.

- Nastavnik podijeli učenicima tabelu **Raspored troškova po proizvodu** i objašnjava im kako da obračunaju troškove po proizvodu i kako da obračunaju profit.
- Nakon prvog ciklusa učenik računovođa mora da obračuna u tabelama koje je dobio prihode i troškove za svoju grupu.
- Grupa onda rasformira proizvode i počinje od početka da pravi koristeći se sada novom strategijom.

Napomena za nastavnika: Ostavite im nekoliko minuta da osmisle strategiju i krenite u ciklus 2. Da bi učenici uzeli u obzir i promjene u troškovima uvedite neku sa **liste promjena troškova** za svaki proizvod. Troškove nekog proizvoda ostavite nepromijenjene. Ove promjene uticaće na strategiju, prihode i na profit svake grupe učenika.

Nakon drugog ciklusa ponovo, na isti način, odredite cijene proizvoda u skladu sa tabelom i dajte učeniku računovođi da obračuna prihode i troškove. Uvedite nove promjene u troškovima i ostavite učenicima opet nekoliko minuta da osmisle strategiju nakon čega ćete krenuti u treći ciklus.

Završite treći ciklus na isti način kao i drugi i proglasite pobjedničku grupu nakon što će svaki učenik računovođa koristeći formulu za obračun profita obračunati profit za svoju grupu.

- Pobjednik u igri je grupa koja je ostvarila najveći profit.

Prilog 9. Tabele prihoda i troškova za učenike - računovođe

TABELA PRIHODA					
Ciklus	Vrsta Proizvoda	Broj Proizvedenih proizvoda	Prodajna cijena	Ostvareni prihodi	Ukupan prihod po ciklusu
CIKLUS 1.	<i>Pečurka</i>				
	<i>Košulja</i>				
	<i>Čaša i tanjirić</i>				
	<i>Košarica sa jabukama</i>				
CIKLUS 2.	<i>Pečurka</i>				
	<i>Košulja</i>				
	<i>Čaša i tanjirić</i>				
	<i>Košarica sa jabukama</i>				
CIKLUS 3.	<i>Pečurka</i>				
	<i>Košulja</i>				
	<i>Čaša i tanjirić</i>				
	<i>Košarica sa jabukama</i>				
Prihodi	UKUPAN PRIHOD U IGRI				

TABELA TROŠKOVA					
Ciklusi	Vrsta Proizvoda	Broj Proizvedenih proizvoda	Troškovi proizvodnje 1 proizvoda	Ukupni troškovi	Ukupan trošak po ciklusu
1.	<i>Pečurka</i>				
	<i>Košulja</i>				
	<i>Čaša i tanjirić</i>				
	<i>Košarica sa jabukama</i>				
2.	<i>Pečurka</i>				
	<i>Košulja</i>				
	<i>Čaša i tanjirić</i>				
	<i>Košarica sa jabukama</i>				
3.	<i>Pečurka</i>				
	<i>Košulja</i>				
	<i>Čaša i tanjirić</i>				
	<i>Košarica sa jabukama</i>				
Troškovi proizvodnje		UKUPAN TROŠAK U IGRI			

Prilog 10. Tabela prodajnih cijena za nastavnika

RASPORED PRODAJNIH CIJENA	
<i>Ukupan broj proizvoda koji je proizveden u ciklusu</i>	<i>Prodajna cijena</i>
<i>0-8</i>	<i>10.00 eur</i>
<i>9-12</i>	<i>7.00 eur</i>
<i>13-16</i>	<i>5.00 eur</i>
<i>17-20</i>	<i>3.00 eur</i>
<i>Preko 20</i>	<i>2.00 eur</i>

Prilog 11. Tabela rasporeda troškova za učenike

RASPORED TROŠKOVA PO PROIZVODU	
<i>Pečurka</i>	<i>2.00 eur</i>
<i>Košulja</i>	<i>2.50 eur</i>
<i>Čaša i tanjirić</i>	<i>3.00 eur</i>
<i>Košarica sa jabukama</i>	<i>3.50 eur</i>

Prilog 12. Spisak promjena troškova za nastavnika

Napomena:

SPISAK PROMJENA TROŠKOVA
<ol style="list-style-type: none">1. Uvođenjem novog kapitalnog resursa u proizvodnju troškovi se smanjuju za 0.50 eura.2. Novi, veoma unaprijeđeni kapitalni resurs smanjuje troškove proizvodnje za 1 euro.3. Troškovi ljudskih resursa su se povećali što dovodi do porasta troškova proizvodnje ovog dobra za 0.50 eura.4. Troškovi prirodnih resursa koje koristimo za proizvodnju proizvoda su porasli što je dovelo do porasta troškova proizvodnje za 1 euro.5. Smanjili su se troškovi ljudskih resursa što je dovelo do pada troškova proizvodnje za 0.50 eura.6. Cijena rente, struje i vode je porasla što je dovelo do porasta troškova za 0.50 eura.7. Kamata na pozajmljena sredstva se smanjila što je dovelo do smanjenja troškova proizvodnje za 0.50 eura.8. Nema promjene u troškovima.



TEMA 8.

FINALNI IZVJEŠTAJ

8. TEMA: FINALNI IZVJEŠTAJ

Ciljevi:

Učenici/učenice će:

1. Steći znanja o pripremanju izvještaja korišćenjem pravilnih formi i stila.
2. Razviti vještine procjene sopstvenog učenja (učenje iz grešaka) i kritičkog i kreativnog mišljenja.

Ova tema se realizuje nakon održanog sajma – na posljednjem konsultativnom sastanku. Za sastanak učenici podnose izvještaj o realizovanom sajmu koji sadrži domaće zadatke iz priloga 7 i 8. Na osnovu izvještaja nastavnik će proglasiti **pobjednika na sajmu** - preduzenika tj. tim koji je ostvario najveći profit.

Takođe, učenici donose urađen i domaći zadatak – pismo u kojem opisuju svoje iskustvo na preduzetničkom sajmu. Naime, učenici prethodno dobiju instrukciju od nastavnika da nakon sajma napišu **motivaciono pismo** budućoj generaciji učenika koji će naredne godine učestvovati na preduzetničkom sajmu. U tom pismu učenici će im opisati svoje iskustvo i pružiti im savjete kako da postanu uspješni preduzetnici.

Pismo može sadržati odgovore na pitanja poput: *Da li su učenici bili zadovoljni u ulozi preduzetnika? Da li bi sada uradili nešto drugačije? Na koje sve načine su još mogli da uvećaju profit? Da li im je lokacija na sajmu bila važna? Koje su 3 stvari najviše uticale na uspješnost njihovog biznisa? i sl.*

Pismo priprema svaki preduzetnik/tim i ono mora da sadrži osnovne podatke: ime i prezime učenika i partnera, naziv njihovog biznisa i naziv proizvoda/usluge koju su nudili na sajmu.

Učenici čitaju svoje eseje a nastavnik stimuliše diskusiju i poziva učenike da iznesu dileme i komentare u vezi sa sajmom.

Mogu pripremiti i zidne novine sa esejima koje će izložiti u holu škole.

Uspješni eseji se mogu promovisati putem lokalnih medija u samoj školi i u lokalnoj zajednici u cilju promocije preduzetničkog učenja.



PRILOZI

PREDLOG BIZNIS IDEJA POGODNIH ZA DJECU

1. Opravke bicikala – kupovina polovnih bicikala, opravka i prodaja.
2. Izrada kućica za ptice.
3. Organizacija rođendana – izrada dekoracija, balona, poklon paketića, animacija na rođendanima (mađioničar, klovn), usluge čišćenja nakon rođendana.
4. Skupljanje i prodaja drva za ogrijev.
5. Uzgoj ili pronalaženje crva za ribolov.
6. Voće, povrće, ljekovito bilje – uzgoj, berba i prodaja.
7. Dekoracije – dekorisanje kuća za različite svečanosti i skidanje dekoracije nakon događaja.
8. Izrada nakita - naušnice, lančići, narukvice, broševi.
9. Usluge slanja pošte – priprema pisama i pošiljaka, distribucija flajera i letaka lokalnih biznisa.
10. Podrška u kancelariji - kopiranje, heftanje, popis inventara i sl.
11. Slikanje - na ogradama, pragovima na spoljašnjem namještaju.
12. Biljke – uzgoj i prodaja cvijeća i ostalog bilja.
13. Vrtlarstvo – zalivanje i održavanje biljaka za osobe koje su na odmoru, održavanje trave, skupljanje smeća i sl.
14. Pravljenje interesantnih slatkiša ili poklona za specijalne prilike: Dan zaljubljenih, Dan žena, za rođendane...
15. Priprema knjiga recepata – prikupljanje i publikovanje recepata.
16. Pjevajući telegram – izrada interesantnih telegrama za specijalne prilike: rođendane, godišnjice, vjenčanja... pisanje i pjevanje poruka.
17. Punjene igračkica za bebe.
18. Čišćenje kuća.
19. Izrada kolača za specijalne prilike: slave, rođendane...
20. Izrada raznih suvenirna.

LITERATURA I WEB RESURSI

1. Preduzetnički sajam, od učionice do sale za sastanke – Ms. Teresa Moore, Kentucky Council on Economic Education:

www.econ.org

2. Proces proizvodnje na farmi koja proizvodi mlijeko:

<http://www.moomilk.com/virtual-tour>

3. Kako radi farma (uzgoj konja, proizvodnja mlijeka, proizvodnja goveđeg mesa, proizvodnja žitarica, farma živine, ribnjak) :

<http://www.sites.ext.vt.edu/virtualfarm/main.html>

4. Web resursi za traženje poslovnih ideja:

<http://www.kidsmoney.org/makemone.htm> i <http://spoonful.com/holidays>

5. Web resursi za gledanje reklama:

<http://adland.tv/commercials> i <https://www.youtube.com/watch?v=vGqvcCxMUO8>

ili neke druge reklame na youtube

6. Kako postati preduzetnik – priručnik za edukatore:

<http://www.econedlink.org/lessons/projector.php?lid=476&type=educator>

7. Razlika između proizvoda i usluge:

<http://www.econedlink.org/lessons/index.php?lid=642&type=student>

8. Alati za roditelje i nastavnike kako da uče djecu da razvijaju dobre finansijske navike:

<http://www.themint.org/>



Priručnik „Preduzetnički poduhvati“ dio je istoimenog projekta koji je implementirao Biznis start centar Bar u saradnji sa Biznis centrom Cetinje, Crnogorsko-američkim udruženjem studenata (MAYAA) i Američkom čitaonicom Cetinje.

Ovaj priručnik je namijenjen prije svega trenerima/nastavnicima koji sprovode preduzetničko učenje u školi. Pojedine djelove (prilozi za samostalan rad) mogu koristiti i učenici samostalno, ili uz podršku nastavnika/roditelja. Cilj priručnika „Preduzetnički poduhvati“ je da podstakne sve aktere u školi (nastavnike, stručne saradnike, učenike i roditelje) da promišljaju o značaju razvijanja preduzetničkog duha kod djece, a samim tim i o razvoju kreativnosti, samopouzdanja, inicijativnosti i kritičkog mišljenja.

Izrada priručnika finansirana je uz podršku američkog naroda kroz 2013 DEMOCRACY COMMISSION SMALL GRANTS, U.S. Embassy Podgorica, Public Affairs Section.