

OD IDEJA DO PILOT AKTIVNOSTI I PRAKSE

Unapređenje položaja žena na tržištu rada
u perifernim industrijskim regionima



**BROŠURA O
SOCIJALNIM
INOVACIJAMA**

Interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

Brošura o socijalnim inovacijama: Unapređenje položaja žena na tržištu rada u zemljama Dunavskog regiona

Autor: dr Lachezar Afrikanov

Naučni urednik: dr Jani Kozina

Saradnici: Istraživački centar Slovenačke akademije nauka i umetnosti (Slovenija), Udruženje poslovnih žena Srbije (Srbija), Centralna transdanubijska regionalna inovaciona agencija – neprofitna organizacija (Mađarska), LAG Sokolovsko (Češka Republika), Ministarstvo privrede Hercegbosanske županije / Kanton 10 (Bosna i Hercegovina), Nacionalna škola za menadžment (Bugarska), Udruženje za kulturu i obrazovanje PiNA (Slovenija), Univerzitet u Gracu (Austrija), Udruženje Štajerski gvozdeni put (Austrija), Zavod za zapošljavanje Hercegbosanske županije / Kanton 10 (Bosna i Hercegovina)

Grafički dizajn: Iana Avramova

Izdavač: Nacionalna škola za menadžment, Bugarska, u ime konzorcijuma projekta WIN

© 2026 Konzorcijum projekta WIN

Elektronsko izdanje

www.interreg-danube.eu/projects/win

NAPOMENA O FINANSIRANJU

Ova publikacija kreirana je u okviru projekta WIN, koji kofinansira Evropska unija kroz Interreg program za Dunavski region, a koordinira Istraživački centar Slovenačke akademije nauka i umetnosti (Slovenija). Projekat WIN promoviše rodnu ravnopravnost i socio-ekonomsko osnaživanje žena u perifernim industrijskim regionima duž Dunava, kroz podršku u kreiranju, testiranju i evaluaciji socijalnih inovacija koje unapređuju pristup tržištu rada.

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Informacije i stavovi izneti u ovoj publikaciji predstavljaju mišljenje autora i ne odražavaju nužno zvanične stavove Evropske unije, Interreg programa za Dunavski region ili Upravljačkog tela / Zajedničkog sekretarijata. Ni Evropska unija, niti bilo koja partnerska institucija, ne mogu se smatrati odgovornim za bilo kakvu upotrebu informacija sadržanih u ovoj publikaciji.

Umnožavanje u obrazovne ili nekomercijalne svrhe dozvoljeno je uz obavezno navođenje izvora.

Predloženi citat: Afrikanov, L. (2026). Social innovation booklet: Improving the Position of Women in the Labour Markets of the Danube Region. WIN Project Consortium, National Management School, Bugarska.

interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

WIN

SADRŽAJ

1 Predgovor

2 Kratki pregled

3 Deo I: Priče iz regiona

4 Austrija – Region Štajerski gvozdeni put

5 Bosna i Hercegovina – Hercegbosanska županija / Kanton 10

6 Bugarska – Region Radomir

7 Češka Republika – Region Karlovih Vari

8 Mađarska – Županija Komarom-Estergom

9 Srbija – Region Loznice

10 Slovenija – Trbovlje

11 Deo II: Međuregionalna iskustva

12 Širenje WIN duha

13 Glas učesnika

14 Glas zainteresovanih učesnika (stejkholdera)

15 Metode i dobre prakse koje se mogu preneti

16 Preporuke ključnih aktera

17 Od pilot aktivnosti do razvojnih pravaca



PREDGOVOR

WIN je osmišljen da unapredi položaj žena na tržištu rada u perifernim industrijskim regionima Dunavskog područja. Projekat je iniciran jednostavnim zapažanjem da mnoge prepreke nisu samo ekonomske prirode. One su takođe kulturne i institucionalne, oblikovane strukturom lokalnih mogućnosti, stereotipima, usklađivanjem poslovnog i privatnog života, kao i dostupnošću mreža podrške i usluga. Rešavanje ovih izazova zahteva više od pojedinačnih aktivnosti. Zahteva strukturiran pristup zajedničkom kreiranju rešenja, sa relevantnim akterima, njihovom testiranju u realnim uslovima i otvorenom učenju iz stečenih iskustava.

Zato je WIN kreirao dve komplementarne publikacije. WIN Metodološki priručnik opisuje tok našeg rada, odnosno kako su partneri razvijali, testirali i analizirali socijalne inovacije u sedam pilot regiona. Ova Brošura o socijalnim inovacijama usmerena je na rezultate tog procesa. Ona predstavlja ideje za socijalne inovacije, razvijene u svakom od regiona, ističe inovacije koje su izabrane za pilotiranje i prikazuje šta je u praksi sprovedeno i postignuto.

Rezultati su zasnovani na iskustvima u procesu implementacije, kao i osvrtu na sprovedene aktivnosti. Tokom projekta, 26 ideja zajednički je razvijeno kroz WIN grupe za inovacije, a 13 je testirano kao pilot aktivnosti. Ciljne grupe su dale povratne informacije putem strukturisanog onlajn upitnika, osmišljenog za razmenu iskustva i poređenje pilot aktivnosti obuhvaćenih socijalnim inovacijama. Upitnik je sproveden u periodu od oktobra 2025. do januara 2026. godine. Paralelno, zainteresovane strane (stejholderi) su iznosili svoja zapažanja kroz intervjue i fokus grupe, prema zajedničkom okviru, uključujući članove WIN grupa za inovacije i spoljne aktere u svim partnerskim zemljama.

Zadovoljan sam onim što su WIN partneri postigli i pored realnih ograničenja. Pilot aktivnosti pokazuju da je značajan napredak moguć kada se podizanje svesti poveže sa konkretnim vidovima učešća, kada je učenje veština praktično i povezano sa narednim koracima, i kada se zajednica i mreže posmatraju kao

ključni mehanizam a ne kao “dodatna korist”. Istovremeno, evaluacija jasno pokazuje šta bi trebalo dodatno unaprediti: više praktičnih formata, više vremena za diskusiju i razmenu među kolegama, kao i jasnije mehanizme praćenja koji povezuju pilot-projekte sa dugoročnijim prilikama i institucionalnom podrškom.

Ova brošura namenjena je široj javnosti praktičara i regionalnih aktera koji pokreću promene. Ako radite u opštinama, službama za zapošljavanje, organizacijama poslodavaca, obrazovnim i omladinskim institucijama, nevladinim organizacijama ili telima za regionalni razvoj, ovde ćete pronaći konkretne primere, realne naučene lekcije i pristupe koji se mogu prilagoditi vašem kontekstu. Metodološki priručnik objašnjava kako se razvija proces. Ova brošura pokazuje šta taj proces može da proizvede.

Dr Jani Kozina

Koordinator projekta WIN



KRATKI PREGLED

Sa zajedničkog kreiranja socijalnih inovacija, WIN je prešao na testiranje u stvarnim uslovima, u sedam perifernih industrijskih regiona Dunavskog područja. Lokalne WIN grupe za inovacije zajednički su razvile portfolio od 26 ideja socijalnih inovacija, a partneri su zatim izabrali 13 inovacija za implementaciju, dajući prioritet onima koje su bile lokalno prihvatljive i moguće za primenu u vremenskom trajanju projekta.

Sprovedene socijalne inovacije pokazale su nekoliko komplementarnih pravaca promena. Neke pilot aktivnosti bile su usmerene na promenu stavova i stereotipa u sredinama u kojima dominiraju muškarci, čineći žene vidljivijima kroz škole, medije, javne simbole i priče uzora. Druge su bile usmerene na jačanje zapošljivosti žena i spremnost za preduzetništvo, kroz praktične formate učenja, koji daju konkretne rezultate i jasnije naredne korake. Treći pravac je jačao zajednicu i mreže, stvarajući sigurne prostore, u kojima žene mogu da se sretnu, uče i međusobno se podržavaju, što je često predstavljalo preduslov za samopouzdanje i održivo delovanje.

Učesnici su posebno cenili podsticajno okruženje, učenje kroz praksu i povezivanje sa drugima. Istovremeno, naglašavali su potrebu za snažnijim praktičnim elementima, više vremena za diskusiju i umrežavanje, kao i jasnijim narednim koracima, poput mentorstva, stažiranja ili dodatnih radionica koje pomažu da se znanje pretvori u akciju. Zainteresovane strane (stejholderi) su isticali da su pilot aktivnosti početni korak, a ne krajnji cilj, naglašavajući značaj institucionalne podrške i koordinacije između različitih sektora, kako bi se njihovi efekti povezali sa dugoročnijim merama i programima u oblasti tržišta rada.

WIN je pratio jednostavnu logiku: razumeti lokalnu stvarnost, zajednički kreirati ideje sa zainteresovanim stranama, testirati šta je od toga izvodljivo i učiti na sistematičan način.

U svakom pilot regionu, WIN grupa za inovacije je okupljala lokalne aktere, kako bi definisali izazove koji utiču na položaj žena na tržištu rada i kreirali portfolio ideja za socijalne inovacije. Iz ovog niza ideja, partneri su zatim birali i sprovodili

pilot aktivnosti koje je zaista bilo moguće sprovesti tokom projekta, a istovremeno su odgovarale lokalnim potrebama. Pilot projekti su zatim razmatrani kroz povratne informacije od strane učesnika i iz perspektive zainteresovanih strana (stejkholdera), kako bi projekat, pored aktivnosti, razvio i iskustva koje se mogu ponovo koristiti.

WIN metodološki priručnik objašnjava ovaj proces detaljno. Ova brošura dopunjuje priručnik, usmeravajući se na ono što je taj proces kreirao: skup ideja, sprovedene socijalne inovacije, rezultate i prve pokazatelje napretka, kao i naučene lekcije koje drugi mogu prilagoditi. Ona dokumentuje procese u regionima, od početnih ideja do sprovedenih pilot aktivnosti, pretvarajući stečena iskustva u prenosive pristupe i preporuke za dalju primenu. Namenjena je praktičarima i pokretačima promena, opštinama/gradovima, službama za zapošljavanje, poslodavcima i privrednim komorama, obrazovnim i omladinskim institucijama, NVO sektoru i akterima regionalnog razvoja koji žele da pokrenu promene u svojim sredinama.

WIN UKRATKO

7

pilot regiona i 7 WIN grupa za inovacije u 7 zemalja Dunavskog regiona.

26

zajednički razvijenih ideja za socijalne inovacije.

13

socijalnih inovacija testiranih kroz sprovedene pilot aktivnosti.

Osvrti učesnika: onlajn upitnik koji obuhvata sprovedene socijalne inovacije (oktobar 2025 – januar 2026), osmišljen radi razmene iskustava, a ne statističke reprezentativnosti.

Osvrti stejkholdera: intervjui i fokus grupe sprovedeni kroz zajednički okvir (novembar 2025 – februar 2026), obuhvativši 33 člana WIN grupa za inovacije i 15 eksternih stejkholdera.



Brošura je izrađena na osnovu nekoliko rezultata WIN projekta, dostupnih na [web sajtu WIN projekta](#):

- [Metodološki priručnik za razvoj, testiranje i osvrt na socijalne inovacije \(D1.1.3\)](#).
- [Izveštaj o razvijenim idejama socijalnih inovacija \(D2.1.2\)](#).
- [Izveštaj o sprovedenim socijalnim inovacijama \(D2.2.2\)](#).
- [Evaluacioni izveštaj zasnovan na onlajn upitniku učesnika \(D2.3.3/1\)](#).
- [Evaluacioni izveštaj zasnovan na intervjuima i fokus grupama sa stakeholderima \(D2.3.3/2\)](#).

DEO I

PRICHE IZ REGIONA



AUSTRIJA – REGION ŠTAJERSKI GVOZDENI PUT

Vidljivost žena u industrijskom kontekstu u kojem dominiraju muškarci

U regionu Štajerski gvozdeni put, partneri i lokalni stakeholderi opisali su položaj žena na tržištu rada kao snažno oblikovan radnom kulturom i istrajnim društvenim očekivanjima u industrijskom okruženju u kojem kroz istoriju dominiraju muškarci. Umesto da se krene od „klasičnih“ intervencija na tržištu rada, regionalni pristup bio je usmeren na kulturne barijere, stereotipe i veću vidljivost perspektive žena, uz pristupačne formate koji mogu da dopru i do žena i do šire javnosti.

Regionalni pristup se stoga zasnivao na tri međusobno povezana pravca delovanja: podizanju svesti javnosti uz snažan lokalni simbol, promovisanju vidljivih ženskih uzora kroz autentične životne priče i uspostavljanju stabilne mreže u kojoj žene mogu da se povezuju, međusobno podržavaju i održavaju ovu temu živom i nakon pojedinačnih događaja.

Razvijene ideje

WIN grupa za inovacije u Austriji razvila je tri ideje.

1. Kreativni konkurs „Žene osvajaju industriju i rudarstvo“ osmišljen je kao školska aktivnost za podizanje svesti, sa ciljem da se preispitaju tradicionalne rodne uloge i da se karijere u STEM oblastima i industriji učine zamislivim i „normalnim“ i za devojčice i za dečake. Ključni element bio je pretvaranje pobedničke poruke u javni, svakodnevni simbol kroz autobus koji je obilazio region tokom jedne godine.
2. Žensko mentorstvo, kroz uspostavljanje ženskih uzora, proširilo je logiku konkursa u trajnu vidljivost. Ova ideja je kombinovala posete žena rol modela školama, sa medijskom kampanjom koja predstavlja žene koje zaista rade u industriji i rudarstvu, tako da „žene u tehničkim zanimanjima“ postanu regularni narativ, a ne retki izuzetak.

3. Snažnije mreže – snažnije žene je aktivnost usmerena na kontinuitet. Cilj je bio jačanje umrežavanja žena u regionu kroz nadogradnju postojeće mreže „Iron Women” („Čelične žene”) i uspostavljanje novog odeljenja „Rad i industrija”, usmerenog pre svega na realnost života žena u perifernim industrijskim regionima – kao svakodnevni podsetnik da ženama pripada mesto i u ovim sektorima.

Sprovedene socijalne inovacije

Sve tri ideje su sprovedene u regionu Štajerski gvozdeni put, kao jedinstveni povezani paket: konkurs za mlade, komponenta vidljivosti kroz uzore i medije, i dugoročnija struktura za umrežavanja. Ovaj pristup je izabran zato što je region identifikovao kulturne barijere i stereotipe kao ključni faktor koji utiče na mogućnosti žena u industrijskim oblastima.

Pilot 1. Kreativni konkurs „Žene osvajaju industriju i rudarstvo“

Kreativni konkurs je pozvao učenike da prikažu svoju viziju budućnosti žena u industriji i rudarstvu kroz crteže ili dizajn, uz podršku školskih prezentacija i element javnog glasanja. Pobjednički dizajn je potom prikazan na [javnom autobusu](#) koji je obilazio region tokom godinu dana, stvarajući vidljiv, svakodnevni podsetnik da žene pripadaju ovim sektorima.

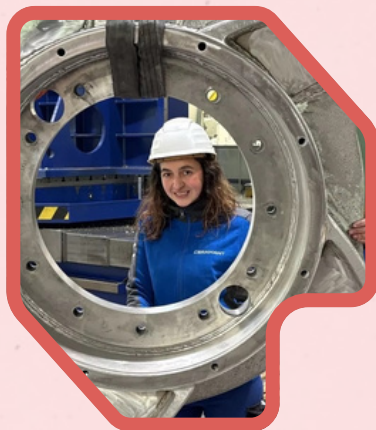


Implementacija je obuhvatila oko 500 učenika kroz prezentacije u šest škola, uz podršku aktivnosti odnosa s javnošću i onlajn glasanja. Završna prezentacija održana je na simboličnoj lokaciji – u rudniku gvožđa, čime je dodatno naglašena povezanost inicijative sa lokalnim identitetom.

Pilot 2. Mentorstvo žena – uspostavljanje ženskih uzora (rol modela)

Ovaj pilot mobilisao je ženske uzore kroz posete školama i kontinuiranu regionalnu medijsku kampanju. Tokom leta i jeseni 2025. godine, kampanja je predstavila jedanaest žena iz sektora rudarstva, industrije i nauke, uz objavu nedeljnih priča, i povećavanje njihove vidljivosti kroz koordiniranu aktivnost na društvenim mrežama. Oko 500 srednjoškolaca imalo je direktan kontakt sa uzorima u svojim školama, dok je časopis u kojem je kampanja objavljena stigao do svih domaćinstava u regionu.

Sa ciljem produblivanja narativa i njegovog povezivanja sa tradicijom i nasleđem institucije, u okviru pilot aktivnosti i u saradnji sa Montanuniversität Leoben, postavljena je izložba „[100 godina žena u rudarstvu i metalurgiji – od pionirki do savremenog doba](#)“, koja je predstavila više od 30 panoa posvećenih ženama pionirkama, kao i današnjim akademskim i profesionalnim liderkama. Izložbu je u prva dva dana nakon otvaranja videlo više od 500 posetilaca, a planirano je da bude proširena i redovno prikazivana i u narednim godinama.





Pilot 3. Snažnije mreže – snažnije žene

Treća pilot aktivnost je sprovedena kroz postojeću mrežu „Iron Women“, uspostavljanjem novog odeljenja „Rad i industrija“, usmerenog na potrebe i izazove zaposlenih žena u perifernim industrijskim regionima. Aktivnosti su uključivale radionice, predavanja, koučing i događaje za umrežavanje, povezane sa planiranjem karijere, finansijskom sigurnošću i drugim profesionalnim temama.

Oko 20 žena učestvovalo je u aktivnostima umrežavanja, poput vođene ture „Ladies of Leoben“ i okupljanja povodom Međunarodnog dana žena 2025. godine. Pripremljen je i pab kviz kao zabavan i neformalan format (sa oko 40 očekivanih učesnika). U okviru pilot aktivnost razvijen je i segment kulturnog pripovedanja kroz pozorišnu predstavu „[Die Einzige im Raum](#)“ („Jedina u prostoriji“), zasnovanu na intervjuima sa deset žena starosti od 26 do 63 godine koje rade u izrazito muškim radnim okruženjima, osmišljenu da prenese iskustva iz života u formi pristupačnoj široj javnosti.



Ključni nalazi evaluacije

Povratne informacije učesnika austrijskih pilot aktivnosti pokazuju da se veoma ceni podsticajno okruženje, zanimljiv sadržaj, mogućnost za diskusiju, kao i prilika za izgradnju društvenih veza i mreža. U okviru takmičenja u kreativnosti, ispitanici su iskazali visok nivo zadovoljstva i izraženu spremnost za ponovno učešće (90% odgovora „da”), uz predloge da bude više prilika za umrežavanje, snažniju promociju i vidljivost.

Kada je reč o kampanji ženskih uzora, motivacija učesnica bila je snažno usmerena na promene: želele su da doprinesu pozitivnim promenama, podstaknu devojke i mlade žene da se opredele za tehničko obrazovanje i karijere, kao i da doprinesu smanjenju stereotipa. Posebno su ocenile pozitivnim otvoren i participativan pristup, uz preporuke za jasnije definisanje ciljnih grupa (u skladu sa uzrastom) i veću vidljivost na društvenim mrežama.

U okviru aktivnosti „Snažnije mreže – snažnije žene”, učesnice su posebno vrednovale mogućnosti za diskusiju i sadržaj programa, kao i organizaciju i pristupačnost aktivnosti. Kao preporuke izdvojeni su veći broj praktičnih primera, više vremena za diskusiju, češće organizovanje događaja i snažnija promocija. Osvrti stejkholdera dodatno su potvrdili strateško opredeljenje austrijskog pristupa: u industrijskim regionima promena društvenih normi i stereotipa nije „meka” aktivnost, već neophodan preduslov za dugoročne promene na tržištu rada.

Naučene lekcije

- U perifernim industrijskim regionima, kulturne barijere i stereotipi mogu predstavljati jednu od ključnih prepreka, ali istovremeno i realnu polaznu tačku za delovanje.
- Vidljivost daje najbolje rezultate kada postane deo svakodnevice, a ne jednokratna poruka. Dobar primer „normalizacije kroz svakodnevicu” predstavlja autobus koji je tokom cele godine obilazio region.
- Uzori imaju najveći efekat kada se njihove priče kontinuirano ponavljaju i prenose kroz različite kanale (škole, medije, izložbe).
- Mreže obezbeđuju kontinuitet. Uključivanje aktivnosti u postojeću, proverenu i prepoznatu strukturu povećava održivost i olakšava organizovanje ponovljenih, neformalnih i pristupačnih aktivnosti.

- Učesnici su dosledno isticali potrebu za snažnijom promocijom i većim brojem prilika za povezivanje, što treba posmatrati kao sastavni deo intervencije, a ne samo kao pitanje komunikacije ili promocije.
- Kulturni formati (vođene ture, kvizovi, pozorišne predstave zasnovane na intervjuiima) mogu doprineti većoj vidljivosti stvarnosti u kojoj žene žive i rade, kao i uključivanju publike koja se retko odaziva događajima povezanim sa zapošljavanjem ili tržištem rada.

BOSNA I HERCEGOVINA – HERCEGBOSANSKA ŽUPANIJA / KANTON 10

Od „ne znam odakle da počnem“ do praktične spremnosti za rad i preduzetništvo

U Hercegbosanskoj županiji, partneri i lokalni stejkholderi opisali su tipičan obrazac prepreka za učešće žena na tržištu rada: interesovanje i potencijal postoje, ali put ka formalnom zapošljavanju ili preduzetništvu deluje složeno, rizično i teško za samostalno snalaženje. Stejkholderi su ukazali na administrativnu složenost, strah od formalizacije i inspekcija, visoke doprinose, kao i ograničen pristup uslugama brige o deci kao faktore koji mogu da obeshrabre žene da naprave sledeći korak, čak i kada imaju konkretne ideje i motivaciju.

Umesto da polazi od apstraktnih poruka o podizanju svesti, regionalni pristup bio je usmeren na osposobljavanje žena za praktičnu poslovnu pismenost, razumevanje dostupnih mehanizama podrške i prilika, kao i na stvaranje prostora za povezivanje sa osobama sa sličnim iskustvima, kako bi se žene osećale manje izolovano dok istražuju mogućnosti za zapošljavanje ili preduzetništvo.

Razvijene ideje

WIN grupa za inovacije razvila je tri ideje koje zajedno čine jednu celinu – od osnovnih veština, preko podrške ulasku na tržište, do dugoročnog jačanja ekosistema.

1. „Izađi iz senke – Ne tapkaj u mraku“ predložio je besplatan trening poslovne pismenosti za nezaposlene žene, uz informacije o podsticajima i javnim pozivima, kao i mogućnost mentorstva kroz program „Preduzetnikova senka“, uz radionice na sajmovima zapošljavanja i radionicu za evaluaciju programa.



2. „Izađi iz senke – Zauzmi svoje mesto na tržištu“ bio je usmeren na podršku ulasku žena na tržište, kroz pomoć pri osnivanju zanatskih preduzeća i pokretanju preduzetničkih ideja, uz javni poziv, informativne dane u opštinama i mentorstvo, kao i okrugle stolove sa stručnjacima iz oblasti preduzetništva, računovodstva, pravne podrške i finansiranja.
3. „Podrška socijalnim preduzećima“ imala je za cilj uvođenje i jačanje socijalnog preduzetništva u kantonu, kombinujući formate podizanja svesti, javni poziv i dane otvorenih vrata, uz mere koje treba da učine modele zapošljavanja u socijalnim preduzećima izvodljivijim.

Sprovedene socijalne inovacije

Od tri ideje, partneri su izabrali trening poslovne pismenosti za pilotiranje. Logika je bila jednostavna: odgovarao je na hitnu i široko prepoznatu potrebu, bio je izvodljiv u okviru vremenskog okvira projekta i mogao se integrisati u postojeće institucionalne kapacitete kroz saradnju sa lokalnim službama za zapošljavanje i akterima obrazovanja odraslih. Paralelno, zainteresovane strane su radile na definisanju mera podrške usmerenih na podsticanje preduzetničke aktivnosti žena i njihovog učešća na tržištu rada, pozicionirajući ovaj trening kao praktičnu osnovu za dugoročnije sistemske intervencije.

Pilot 1. „Izađi iz senke – Ne tapkaj u mraku“: Trening poslovne pismenosti za nezaposlene žene

Pilot je sproveden kao besplatan, akreditovan modularni program obuke poslovne pismenosti u trajanju od 25 sati, u saradnji sa Narodnim univerzitetom Livno tokom novembra i decembra 2025. godine. Sadržaj je obuhvatao veoma praktične teme kao što su upravljanje troškovima, budžetiranje, obračun zarada, porezi, računovodstvo, komunikacija i poslovno planiranje. Interesovanje je bilo veliko: prijave su popunjene u roku od dva dana od objave javnog poziva, što je potvrdilo i potrebu i atraktivnost ovog formata.

Obuka je dopunjena [sajmom zapošljavanja „Izađi iz senke“](#), koji je takođe uključivao dve osnažujuće radionice: „Freelance 101 – od nule do prvog posla“ i „Snaga potencijala – od talenta do prilike“. Fokus-grupa održana u decembru 2025. okupila je partnere, zainteresovane strane i učesnike radi evaluacije programa i rasprave o preporukama za njegovo poboljšanje i nastavak.

U pogledu konkretnih postignuća, pilot je premašio planirani obuhvat: umesto planiranih 15, obuku je pohađala 21 žena. Sedamnaest žena je završilo sve module, razvilo sopstvene poslovne planove i dobilo sertifikate. Pilot je takođe uspostavio praktičnu infrastrukturu za učenje: prilagođene nastavne materijale i Google Classroom prostor za pristup, podršku i povratne informacije. Povratne informacije ukazale su na visoko zadovoljstvo modulima, kao i na stručnost i pristupačnost mentora.



Istaknuti nalazi evaluacije

Upitnik učesnica opisuje jasno definisanu ciljnu grupu: sve ispitanice bile su žene starosti od 30 do 64 godine; većina je imala srednje ili strukovno obrazovanje, i većina je bila nezaposlena. Društvene mreže i medijski oglasi bili su najčešći kanali putem kojih su žene saznale za obuku. Motivacije su se uglavnom odnosile na učenje i buduće mogućnosti, uključujući sticanje novih znanja, istraživanje mogućnosti zapošljavanja i pronalaženje inspiracije za sledeće korake.

Učesnice su cenile prijateljsku i podržavajuću atmosferu, dobru organizaciju i dostupnost, kao i mogućnosti za diskusiju i poslovno umrežavanje. Zapažanja stejkholdera potvrdila su perspektivu učesnica i naglasila efekte jačanja samopouzdanja, posebno kod žena koje se vraćaju na tržište rada nakon duže nezaposlenosti, boravka u inostranstvu ili perioda brige o drugima. Zainteresovane strane (stejkholderi) takođe su istakli da sistemske prepreke i dalje postoje (složenost administracije, briga o deci), i da bi sledeći korak trebalo da ojača praćenje kroz mentorstvo i dodatne praktične radionice, kao i digitalnu pismenost.

Naučene lekcije

- Pristupačna, praktična obuka može brzo da generiše interesovanje kada direktno odgovara na stvarne prepreke tipa „kako da počnem“.
- Jasni rezultati su važni. Poslovni planovi i validni sertifikati pomogli su učesnicama da se osećaju spremno, a ne samo informisano za sledeći korak.
- Kontinuitet je karika koja nedostaje. Povratne informacije su jasno ukazale na potrebu za kontinuiranim mentorstvom i dodatnim praktičnim radionicama, posebno iz oblasti poslovne i digitalne pismenosti.
- Institucionalno utemeljenje povećava održivost. Obuka je pozicionirana kao nešto što može da se nastavi kroz redovne institucionalne aktivnosti.
- Prepreke u pristupu treba anticipirati. Ograničene digitalne veštine i nedostatak pristupa računarima prepoznati su kao ograničenja za deo učesnica.

BUGARSKA – REGION RADOMIR

Od kreativnih vještina do vidljivosti i zajednice

Mnoge žene u regionu Radomira imaju značajne porodične obaveze i odgovornosti u vezi sa brigom o drugima. Čak i kada učestvuju u obrazovanju ili obukama, mogućnosti za zapošljavanje i diverzifikaciju rada često ostaju ograničene.

Zbog toga se mnoge žene u regionu usmeravaju ka kreativnim i zanatskim aktivnostima kao što su keramika, nakit, ručno rađene sveske, odeća ili domaća proizvodnja hrane. Veštine i kreativnost su često na visokom nivou, ali su vidljivost i pristup tržištu prepoznati kao glavni izazovi.

Razvijene ideje

WIN grupa za inovacije razvila je tri ideje osmišljene kao povezani razvojni put:

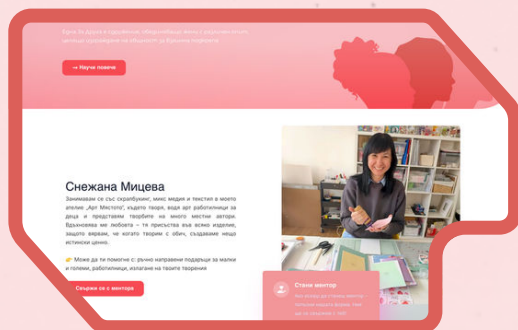
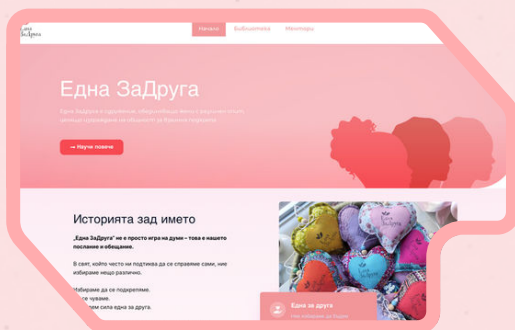
1. EdnaZaDruga.com (platforma „Sve za jednu i jedna za sve“), onlajn platforma za preduzetnice i umetnice, zamišljena je kao digitalno čvorište koje kombinuje e-prodavnicu, priče o uspehu, kalendar događaja, mogućnosti mentorstva i resurse za preduzetništvo, sa ciljem jačanja vidljivosti i saradnje.
2. Kreativni i podržavajući fizički prostori za žene podrazumevali su redovne sastanke, radionice, festivale i posete zajednici u Radomiru i okolnim selima, kombinujući kreativno izražavanje sa razvojem vještina i međusobnom podrškom.
3. „Edna za druga“, udruženje žena za podršku, osnaživanje i zagovaranje, osmišljeno je kao formalna struktura koja može da održi inicijative vođene zajednicom, gradi partnerstva i dugoročno jača glas žena.

Sprovedene socijalne inovacije

Od tri ideje razvijene u Radomiru, partneri su sproveli dve koje su mogle da se testiraju u okviru vremenskog trajanja projekta i koje se međusobno dopunjuju: jedna gradi vidljivost i povezivanje kroz digitalni prostor zajednice, dok druga gradi kontinuitet i poverenje kroz namenski fizički prostor i funkcionalnu lokalnu mrežu. Ideja o udruženju ostaje logičan sledeći korak za održivost, kada mreža dodatno sazri.

Pilot 1. EdnaZaDruga.bg, onlajn platforma za preduzetnice i umetnice

Onlajn platforma [EdnaZaDruga](#) kreirana je kao praktičan digitalni prostor u kojem žene mogu da pronađu informacije, razmenjuju iskustva, povećaju svoju vidljivost i međusobno se povezuju. Od samog početka, namera je bila da se izgradi zajednica, a ne samo veb-sajt, sa dugoročnom vizijom da žene predstavljaju i nude ručno rađene proizvode, zanatske radove, hranu i usluge.



Implementacija je kombinovala razvoj same platforme i njeno kontinuirano održavanje sa lokalno vođenim razvojem sadržaja, uključujući prikupljanje i predstavljanje priča žena iz regiona, kao i uključivanje lokalnih saradnika i mentora. Platforma je pokrenuta sa jasno strukturisanim sekcijama (Početna, Biblioteka, Mentori i buduća Prodavnica) i bila je podržana aktivnom Facebook stranicom radi jačanja komunikacije i vidljivosti.

Do kraja pilot faze, projekat je zabeležio konkretne pokazatelje vidljivosti i razvoja zajednice: 699 pratilaca na povezanoj [Facebook stranici](#), više od 130 objavljenih postova, više od 10 ličnih priča koje su javno predstavljene i mrežu lokalnih mentora dostupnih putem platforme.

Pilot 2. Mreža zajednice žena Edna ZaDruga

Mreža zajednice žena realizovana je kao lokalna inicijativa koja okuplja žene u namenskom fizičkom prostoru u Radomiru, nudeći praktične radionice, mentorstvo i međusobnu podršku u cilju jačanja veština, samopouzdanja i socijalne uključenosti.

U centru grada uspostavljen je poseban prostor zajednice koji je postao glavno mesto za radionice, događaje i sastanke. Program je ostao vođen lokalnim potrebama, sa temama oblikovanim prema interesovanjima i potrebama učesnica.

Pilot je rezultirao funkcionalnom mrežom žena sa kontinuitetom i dinamikom rada: organizovane su dvadeset dve radionice i brojni sastanci, uz podršku mreže lokalnih mentora i stabilno okruženje za redovnu interakciju i međusobno ohrabrivanje. Realizovane radionice obuhvatile su zanatske radionice (8), sastanke čitalačkog kluba (4), radionice art terapije (3), radionice izrade nakita (2), radionice lepote i brige o sebi (2) i radionice o digitalnim alatima (2).



Istaknuti nalazi evaluacije

Povratne informacije učesnica pokazuju da su žene najčešće saznale za inicijativu od prijatelja, kolega ili drugih ličnih kontakata, a zatim preko društvenih mreža. Motivacije su bile raznovrsne, ali su se posebno izdvojile dve: želja da nauče nešto novo i da upoznaju nove ljude. Učesnice su cenile prijateljsku i podržavajuću atmosferu, mogućnosti za diskusiju, dobru organizaciju i dostupnost, kao i zanimljiv sadržaj, dok su kao glavnu korist isticale sticanje novih znanja i veština.



Zapažanja stakeholdera donose dve snažne poruke. Prvo, digitalna vidljivost je ključna za održavanje kreativnih aktivnosti žena i proširenje njihovih mogućnosti, a praktične radionice digitalnih veština prepoznate su kao prioritet za nastavak, uz korišćenje prostora i alata razvijenih kroz WIN (uključujući platformu i Facebook stranicu). Drugo, stakeholderi su kao najveću vrednost pilot aktivnosti istakli poverenje, zajednicu i samoinicijativnu saradnju, što stvara osnovu za dugoročnije

promene, čak i nakon završetka pilot faze. Takođe su ukazali na postojeane prepreke, kao što su stereotipi i otežani odnosi sa opštinskim strukturama, uz razmatranje praktičnih strategija za unapređenje komunikacije sa lokalnim vlastima kroz predstavljanje rezultata u kontekstu vrednosti za regionalni razvoj.

Naučene lekcije

- U Radomiru mnoge žene već poseduju snažne kreativne i praktične veštine; glavni izazovi su vidljivost, samopouzdanje i jasni putevi ka pristupu tržištu.
- Digitalna platforma postaje zaista vredna kada funkcioniše kao zajednički prostor sa lokalnim glasovima, ličnim pričama i aktivnim učešćem mentora, umesto da bude samo tehnički alat.
- Fizički prostor ima ključnu ulogu u obezbeđivanju kontinuiteta i izgradnji poverenja. Stabilnost mreže zasnivala se na redovnim susretima, praktičnim radionicama i otvorenom, inkluzivnom okruženju.
- Praktični formati radionica su važni. Najuspešniji program kombinovao je različite pristupe - zanatske veštine, umetničke i well-being aktivnosti, kao i digitalne veštine - umesto oslanjanja na jedan model obuke.
- Rani pokazatelji održivosti su društveni i bihevioralni. Ponovno učešće, mreže međusobne podrške i inicijative koje pokreću same učesnice ukazuju na dugoročni potencijal i nakon završetka pilot faze.
- Institucionalni odnosi utiču na dinamiku razvoja. U situacijama gde je saradnja sa lokalnim vlastima izazovna, lokalni akteri naglasili su potrebu da se rezultati prikažu kroz prizmu koristi za regionalni razvoj, kao i održavanje konstruktivnih kanala komunikacije.

ČEŠKA REPUBLIKA – REGION KARLOVIH VARI

Izgradnja ženskog preduzetništva i oblikovanje rodno ravnopravnih izbora od najranijeg uzrasta


U regionu Karlovih vari WIN grupa za inovacije radila je sa dve međusobno povezane realnosti koje oblikuju svakodnevne prilike žena. Žene koje su već preduzetnice ili razmišljaju o pokretanju sopstvenog posla često imaju potrebu za sigurnim prostorom, kredibilitetom i podrškom osoba sa sličnim iskustvom kako bi izgradile samopouzdanje, razmenile praktična iskustva i pretvorile ideje u konkretne aktivnosti. Istovremeno, rodni stereotipi počinju da utiču na obrazovne i karijerne izbore veoma rano, u trenutku kada mladi donose ključne odluke o srednjem obrazovanju i budućim pravcima.

Ovo je dovelo do regionalnog pristupa koji namerno kombinuje dva nivoa promene: zajednički, lokalno utemeljen ekosistem za žene u biznisu i strukturisan format koji pomaže učenicima da razumeju realnosti tržišta rada i rodnu ravnopravnost u trenutku kada se formiraju njihove odluke. Istovremeno obraćanje ovim grupama omogućava uticaj ne samo na trenutne mogućnosti, već i na buduće izbore.

Razvijene ideje

WIN grupa za inovacije predložila je ukupno pet socijalnih inovacija. Dve su direktno usmerene na žene, posebno na preduzetništvo i razvoj preduzetničkih veština. Tri su usmerene na mlade, sa ciljem da podrže informisane izbore karijere i smanje rodne stereotipe. Zajedno, ove ideje stvaraju kontinuitet – od ranog osveščivanja do praktične podrške ženama koje su već aktivne ili ulaze na tržište rada.

1. BusinessWomen without Borders (Poslovne žene bez granica): pravno utemeljeno udruženje i „bottom-up“ mreža za preduzetnice i žene koje žele da to postanu, koja kombinuje edukaciju, mentorstvo, umrežavanje i vidljivost ženskih preduzetničkih priča.

- 
2. Projektni dan u školi za rodnu ravnopravnost: strukturisan jednodnevni školski format koji koristi alate za karijerno usmeravanje, procenu talenata i stvarne priče kako bi pomogao učenicima da preispitaju stereotipe i donesu informisanije odluke.
 3. Motivacione radionice za promociju rodne ravnopravnosti: ciklus radionica u trajanju od 18 sati namenjen srednjoškolcima, koji kombinuje praktične veštine zapošljivosti i razumevanje tržišta rada.
 4. Razgovori sa bivšim učenicima: susreti sa nekadašnjim učenicima kao bliskim uzorima, koji pomažu mladima da bolje razumeju obrazovne puteve i preispitaju rodno uslovljene pretpostavke o zanimanjima.
 5. Program obuke za buduće preduzetnice: sveobuhvatan program učenja i praktičnog rada za žene koje žele da pokrenu ili razviju sopstveni biznis, koji kombinuje razvoj veština, inspiraciju i podršku.

Implementirane socijalne inovacije

Od pet predloženih ideja, dve su odabrane za pilotiranje. Izbor je vođen logikom izvodljivosti i relevantnosti: jedna inovacija mogla je da stvori trajnu strukturu podrške za žene u biznisu, dok se druga mogla testirati kao jednostavan i lako primenljiv model u realnom školskom okruženju, sa potencijalom za širenje kroz postojeću regionalnu saradnju.

Pilot 1. **BusinessWomen without Borders**

[BusinessWomen without Borders](#) (Poslovne žene bez granica) su implementirane kao formalno registrovano udruženje i zajednički prostor za preduzetnice i žene koje razmišljaju o pokretanju sopstvenog biznisa. Osnovni dizajn pilot aktivnosti bio je namerno „odozdo nagore“ (bottom-up): redovni susreti stvarali su sigurno okruženje za razmenu stvarnih poslovnih izazova, izgradnju poverenja i razvoj saradnje među učesnicama.

Implementacija je kombinovala umrežavanje i razmenu iskustava među učesnicama, kao i mentorstvo za preduzetnice koji pokreću biznis i vidljivost kroz

marketinške aktivnosti i onlajn katalog. Pilot nije proizveo samo pojedinačne događaje, već i jasne signale rasta: realizovano je oko 20 kombinovanih edukativnih i networking susreta, zajednica je porasla sa očekivanih oko 20 na približno 50 aktivnih članica, a ukupno je oko 150 žena bilo uključeno kroz onlajn i uživo aktivnosti.

Pored samog učešća, pilot beleži i konkretne tržišne i partnerske rezultate, uključujući nove oblike saradnje, kao i primere članica koje su obezbedile stalne klijente i uspostavile partnerstva sa akterima u sektoru ugostiteljstva.

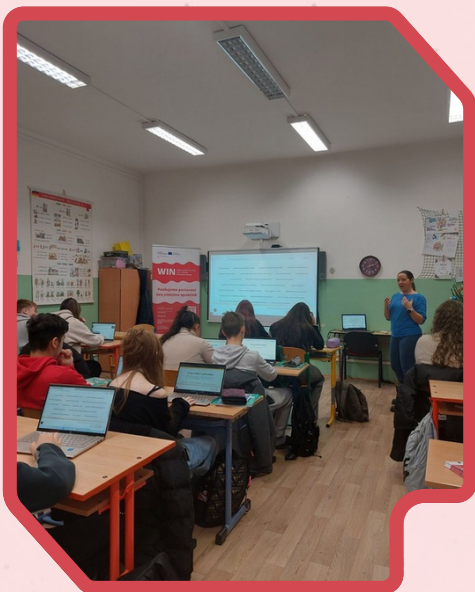


Pilot 2. Projektni dan za rodnu ravnopravnost u školi

Ovaj pilot je testirao da li jedna dobro osmišljena, četvoročasovna intervencija u školskom okruženju može podstaći smisleno promišljanje o realnostima tržišta rada i rodnim stereotipima u trenutku kada se učenici suočavaju sa važnim obrazovnim izborima. [Projektni dan](#) bio je namenjen učenicima 7–9. razreda i zasnivao se na alatima za karijerno usmeravanje, razmišljanju o ličnim snagama i praktičnim primerima predstavljenim bez rodne podele.

Implementirani format uključivao je korišćenje veb-aplikacije za izbor karijere, povezan sa osnovama finansijske pismenosti i realizovan uz učešće Regionalne privredne komore. U pilotu je učestvovalo 27 učenika iz dva odeljenja (8. i 9. razred). Učenici su posebno vrednovali interaktivnost, rad u malim grupama i otvorena pitanja i odgovore, a aktivnost je ocenjena kao lako prenosiva zahvaljujući jednostavnoj strukturi i korišćenju postojećih alata.

Kreiranjem prostora za razmišljanje i diskusiju, ova aktivnost pomogla je učenicima da sagledaju izbor karijere kao otvoreniji i fleksibilniji, manje ograničen tradicionalnim rodnim očekivanjima.



Istaknuti nalazi evaluacije

Povratne informacije učesnica programa BusinessWomen without Borders pokazuju snažan interes za upoznavanje novih ljudi, sticanje znanja i pronalaženje inspiracije. Ispitanice su posebno vrednovalle mogućnosti za poslovno umrežavanje, kvalitet sadržaja i prijateljsku i podržavajuću atmosferu. Kao ključne koristi navode jačanje društvenih veza i podrške, unapređenje znanja i veština, kao i prepoznavanje novih poslovnih prilika. Gotovo sve ispitanice izrazile su želju da ponovo učestvuju u sličnim aktivnostima, a evaluacija beleži i konkretne rezultate poput pokretanja biznisa i novih saradnji unutar mreže.

Kod Projektnog dana u školi, učenici su istakli zanimljiv sadržaj, dobru organizaciju, priliku da nauče nešto novo i mogućnosti za diskusiju. Ukupno zadovoljstvo bilo je visoko, a većina učenika bi rado ponovo učestvovala u sličnim aktivnostima. Uvidi stejkholdera naglašavaju potrebu za kontinuitetom i sistemskim merama uz pilote, uključujući fleksibilne oblike rada, bolju dostupnost brizi o deci, kao i obrazovne i programe prekvalifikacije za žene u tehničkim oblastima, digitalizaciji i liderskim veštinama.

Sveukupno, evaluacija potvrđuje da kombinovanje praktične podrške, snažnog osećaja zajednice i ranog podizanja svesti predstavlja smislen i lokalno relevantan pristup unapređenju položaja žena na tržištu rada.

Naučene lekcije

- Kombinovanje dva nivoa delovanja - podrške preduzetnicama i ranog karijernog usmeravanja u školama - stvara potpuniju logiku regionalne promene nego kada se ove aktivnosti sprovode odvojeno.
- U podršci preduzetništvu zasnovanoj na zajednici, osećaj pripadnosti i poverenje predstavljaju osnovne uslove za praktično učenje, mentorstvo i saradnju.
- Širenje mreže zahteva jasan organizacioni dizajn: predvidiva komunikacija i jasno definisane uloge doprinose očuvanju kontinuiteta kako zajednica raste.
- Kratak, dobro strukturisan školski projektni dan može podstaći razmišljanje, ali dugoročan uticaj zahteva prateće aktivnosti integrisane u školski sistem.
- Dugoročni napredak zavisi od kontinuiteta i sistemskih mera (fleksibilni radni uslovi, briga o deci, putevi prekvalifikacije), uz same pilot aktivnosti.

MAĐARSKA – ŽUPANIJA KOMAROM-ESTERGOM

Menjanje onoga što se smatra „normalnim” u industrijskom okruženju kojim dominiraju muškarci

U mađarskom pilot regionu, partneri i akteri opisali su položaj žena na tržištu rada kao snažno oblikovan kulturom na radnom mestu i svakodnevnim društvenim normama. U takvom kontekstu, razvoj veština sam po sebi nije uvek najbrži mehanizam promene. Stavovi, stereotipi i „podrazumevana” očekivanja često tiho utiču na to ko dobija podršku, ko napreduje i čiji se rad prepoznaje.

Zbog toga je regionalni pilot izabrao neuobičajenu, ali strateški bazičnu tačku: direktno obraćanje muškarcima, kroz pristupačan format, uz podsticanje promišljanja bez optuživanja. Cilj nije bio „dobiti raspravu”, već otvoriti prostor za dijalog koji može postepeno menjati svakodnevna ponašanja kod kuće i na poslu.

Razvijene ideje

WIN grupa za inovacije u Mađarskoj razvila je pet ideja koje obuhvataju i kulturne promene i praktične uslove na tržištu rada.

1. Serijal podkasta za oblikovanje stavova muškaraca: pristupačan podkast format koji se direktno bavi rodnim stereotipima i podstiče razmišljanje o tome kako stavovi utiču na mogućnosti žena.
2. Predstavljanje dobrih praksi za poslodavce: prikupljanje i deljenje primera radnih praksi koje podržavaju žene, sa ciljem da se podstaknu poslodavci da usvajaju inkluzivnije pristupe.
3. Finansijska edukacija za žene: praktično učenje usmereno na jačanje finansijske pismenosti i donošenja odluka.

4. Događaji za podizanje svesti: javne aktivnosti i dijalozi usmereni na povećanje vidljivosti tema rodne ravnopravnosti i podsticanje diskusije u zajednici.
5. Nagrada za najbolje radno mesto za žene: sistem priznanja koji motiviše poslodavce i ističe radna mesta koja obezbeđuju dobre uslove za žene.

Sprovedene socijalne inovacije

Na kraju je doneta odluka da se kao pilot aktivnost implementira koncept podkasta (NEMIGEN). Logika izbora bila je pragmatična i strateška: ovaj format može da dopre izvan krugova onih koji su već uvereni, može da uključi muškarce kao ključnu grupu koja oblikuje kulturu na radnom mestu, i omogućava širok doseg uz pristupačan i ponovljiv oblik učenja.

Pilot 1. NEMIGEN – serijal podkasta o rodnim stereotipima



NEMIGEN je [serijal podkasta od osam epizoda](#) osmišljen da dovede u pitanje uporne rodne stereotipe o ženama, sa namernim fokusom na to kako stavovi muškaraca

utiču na položaj žena na tržištu rada i u društvu uopšte. Serijal koristi razigran, pristupačan format koji kombinuje humor, stvarna životna iskustva, stručne uvide sociologa i psihologa, kao i razgovore sa javnim ličnostima i „običnim ljudima“. Svaka epizoda je zasnovana na provokativnom pitanju tipa da/ne, koje odražava uobičajene stereotipe i poziva slušaoce da preispitaju svakodnevne pretpostavke.

Pilot je kombinovao profesionalnu produkciju sa pažljivo osmišljenim dizajnom distribucije. Voditelji su izabrani na osnovu kredibiliteta i javne prepoznatljivosti, a serijal je emitovan na glavnim platformama, uz kontinuiranu promociju putem društvenih i partnerskih mreža. Jedan od karakterističnih elemenata bila je integracija odgovora generisanih veštačkom inteligencijom kao dodatnog „glasa“ u diskusiji, koji je korišćen za podsticanje refleksije i kritičkog mišljenja, a ne za davanje konačnih odgovora.



U pogledu doseg a i angažmana, pilot beleži snažnu nacionalnu vidljivost. Snimljeno je i objavljeno osam epizoda, a serijal je dostigao više od 200.000 slušalaca i gledalaca širom Mađarske.

Istaknuti nalazi evaluacije

Onlajn anketa o podkastu NEMIGEN obuhvatila je raznoliku publiku po uzrastu i polu, pri čemu su ispitanici bili gotovo ravnomerno podeljeni između žena i muškaraca. Društvene mreže bile su najčešći kanal putem kojeg su ljudi saznavali za podkast, a onda i lični kontakti i udruženja/NVO.

Prijavljeni efekti su u skladu sa namerom pilot aktivnosti. Nakon slušanja, mnogi ispitanici su naveli da ih je podkast podstakao na preispitivanje sopstvenih stavova, većina njih je izjavila da bi se definitivno drugačije ponašali u poslovnom ili privatnom životu, dok su ostali rekli da bi se možda ponašali drugačije. Ispitanici su posebno istakli povećanu svest o balansu između posla i privatnog života žena i bolje razumevanje položaja žena na tržištu rada kao najvrednije rezultate. U svojim izjavama, stejkholderi su dodali da je podkast bio dopunjen javnim događajima i susretima sa publikom, kako bi se stvorio prostor za dijalog izvan onlajn formata.

Naučene lekcije

- U industrijskim regionima, kulturne norme i svakodnevni jezik predstavljaju deo „infrastrukture“ tržišta rada koja oblikuje mogućnosti žena.
- Popularni i zabavni formati mogu smanjiti otpor i otvoriti prostor za osetljive teme o kojima je inače teško javno diskutovati.
- Kredibilni voditelji i autentične priče pomažu da se privuče publika, posebno muškarci koji se inače ne uključuju u sadržaje o rodnoj ravnopravnosti.
- Kombinovanje stručnih uvida i iskustava iz života jača poverenje i čini diskusiju i zanimljivom i utemeljenom.

Za dugoročni uticaj, širok doseg treba povezati sa institucionalnom primenom, npr. korišćenjem epizoda u HR obukama, programima različitosti na radnom mestu, obrazovnim programima, ili u službama za zapošljavanje.

SRBIJA – REGION LOZNICE

Ženski etno hab: kombinovanje tradicije, digitalnih veština i novih ekonomskih pravaca

U Loznici mnoge žene doprinose kućnim prihodima kroz zanate, domaće proizvode, seoski turizam i malu proizvodnju, često u ruralnim i perifernim sredinama. Ipak, njihov rad može ostati nevidljiv na tržištu, dok se mlađe žene suočavaju sa ograničenim lokalnim prilikama i nedostatkom praktičnih načina za unapređenje veština.

Regionalni pristup u Srbiji odgovorio je na to kroz koherentnu ideju: da se uključivanje žena na tržište rada posmatra kao izazov ekosistema, a ne kao pojedinačna intervencija. U okviru inicijative Women's Ethno Hub (Ženski etno hab), pilot region je ciljano testirao tri komplementarne socijalne inovacije od septembra do decembra 2025. godine, povezujući digitalizaciju, pristup tržištu, održivost i socijalno preduzetništvo.

Razvijene ideje

WIN grupa za socijalne inovacije u Srbiji razvila je tri ideje u okviru koncepta Ženskog etno haba.

1. Međugeneracijska sinergija kroz digitalno obrazovanje i bolji pristup tržištu: predloženo je povezivanje starijih žena proizvođača sa mlađim ženama obučanim za digitalni marketing i AI alate, kako bi tradicionalni proizvodi i usluge postali vidljiviji i konkurentniji van lokalnog tržišta.
2. Obuka iz cirkularne ekonomije i jačanje kapaciteta: predloženo je uvođenje pristupa cirkularne ekonomije i „zero-waste“ modela kao ekonomske prilike za žene koje se bave seoskim turizmom i poljoprivredom, uz kombinaciju stručnog učenja i poseta postojećim lokalnim primerima dobre prakse.
3. Osnivanje socijalnog preduzeća: podrška ženama da razumeju koncept socijalnog preduzetništva i, gde je moguće, pređu ka formalizaciji poslovanja, koristeći nove zakonske mogućnosti i potencijalne subvencije kao olakšavajuće faktore.

Sprovedene socijalne inovacije

Sve tri ideje su u Srbiji implementirane i ciljano testirane kao povezani skup. Umesto pilotiranja jedne samostalne aktivnosti, partneri su testirali mali sistem intervencija koje se međusobno dopunjuju: digitalne veštine i vidljivost, učenje o održivosti i realan prvi ulazak u socijalno preduzetništvo.

Pilot 1. Međugeneracijska sinergija kroz digitalno obrazovanje i bolji pristup tržištu

Ovaj pilot je povezao starije žene koje proizvode autentične tradicionalne proizvode i usluge sa mlađim ženama zainteresovanim za sticanje primenljivih digitalnih veština, pri čemu je zajednički rad korišćen kako bi se učenje pretvorilo u rezultate usmerene ka tržištu.



[Dvodnevna obuka iz digitalnog marketinga i AI alata](#) realizovana je u Loznici 22. i 23. septembra 2025. godine, uz učešće skoro 40 žena. Celodnevna praktična obuka

i foto-sesija je usledila 7. novembra 2025. godine u etno domaćinstvu Šurička bajka, gde su učesnice fotografisale svoje proizvode i pripremale promotivne tekstove, koji su kasnije dorađeni uz pomoć AI alata. Dve onlajn mentorske sesije podržale su pripremu promotivnog sadržaja i stranica kataloga.

Uspostavljena je međugeneracijska saradnja između 22 žene proizvođača i 9 mlađih asistentkinja, što je rezultiralo završenim digitalnim katalogom poklona „S ljubavlju iz Loznice“, koji predstavlja proizvode i usluge žena i omogućava njihovu vidljivost izvan neposrednog lokalnog okvira. Partneri su takođe izvestili o značajnom doseg, uključujući oko 70 objava u medijima i na društvenim mrežama, kao i pokrivenost na nacionalnoj i lokalnoj televiziji.

Pilot 2. Obuka iz cirkularne ekonomije i jačanje kapaciteta za domaćinstva ruralnog turizma i farme

Ovaj pilot je realizovan kao jednodnevna studijska poseta i obuka 17. oktobra 2025. godine u domaćinstvu prepoznatom kao primer prakse nultog otpada u ruralnom turizmu. Oko deset žena učestvovalo je i steklo neposredan uvid u to kako se prakse održivosti mogu primeniti u konkretnim aktivnostima ruralnog turizma i proizvodnje.



Pilot 3. Osnivanje socijalnog preduzeća

Celodnevna [obuka o socijalnom preduzetništvu](#) i razvoju poslovnog modela realizovana je 30. septembra 2025. godine. Učesnice su radile sa Canvas modelom poslovanja kao praktičnim alatom i istraživale definisanje misije, modele upravljanja, pravne okvire i mogućnosti finansiranja. Iako formalno osnivanje ostaje dugoročniji proces, pilot je otvorio lokalnu diskusiju i povećao vidljivost socijalnog preduzetništva kroz medijsku pokrivenost.

Istaknuti nalazi evaluacije

Evaluacija putem onlajn upitnika u Srbiji obuhvatila je pilot međugeneracijskog digitalnog obrazovanja. Ispitanice su za aktivnost najčešće saznale putem ličnih kontakata, društvenih mreža, NVO sektora ili obrazovnih savetnika. Dominantne motivacije bile su učenje nečeg novog i istraživanje mogućnosti zapošljavanja.

Učesnice su istakle da su stekle nova znanja i veštine i pokazale veliko interesovanje za učešće u sličnim aktivnostima u budućnosti. Kao predloge za unapređenje navele su veći broj praktičnih primera, više vremena za razmenu iskustava i diskusiju, kao i češće organizovanje ovakvih događaja. Povratne informacije od strane stejkholdera potvrdile su da tri pilota funkcionišu kao koherentan paket i ukazale na povećano samopouzdanje i smanjen strah od korišćenja digitalnih alata. Takođe je naglašeno da održivost i skaliranje zahtevaju jaču sistemsku podršku, uključujući kontinuiranu digitalnu edukaciju, podršku plasmanu na tržište i dugoročno mentorstvo.

Naučene lekcije

- Učešće zavisi od fleksibilnog zakazivanja događaja i realističnog planiranja, posebno za žene koje putuju iz ruralnih područja.
- Mešovite grupe mogu biti prednost; razlike u digitalnim veštinama podržale su međusobno učenje i međugeneracijsku saradnju.

- Nove teme zahtevaju ponavljanje. Cirkularna ekonomija i socijalno preduzetništvo su u početku privukli manje grupe, što pokazuje da je podizanje svesti preduslov za šire uključivanje zainteresovanih.
- Iskustveno, praktično učenje povećava relevantnost i prihvatanje, jer pomaže učesnicama da procene šta je realno primenljivo u njihovim domaćinstvima i biznisima.
- Pretvaranje stečenog znanja u konkretne rezultate predstavlja važan podsticaj za dalji rad i motivaciju učesnica. Digitalni katalog predstavlja vidljivi rezultat saradnje i praktični alat za pristup tržištu.
- Dalje širenje i dugoročna održivost ovakvih inicijativa zavise od institucionalne podrške i integracije u lokalni sistem, a ne samo od aktivnosti finansiranih kroz pojedinačne projekte.

SLOVENIJA – TRBOVLJE

Karijerni putevi i lokalne prilike iz prve ruke

U Trbovlju su stejkholderi opisali poznati regionalni obrazac: mladi često nemaju jasan pregled zanimanja, uvid u tokove obrazovanja i to kako različiti poslovi zapravo izgledaju, dok su istovremeno izloženi velikom broju „informativnih događaja“ koji više ni ne privlače pažnju. Tradicionalni sajmovi zapošljavanja često okupljaju ograničen broj poslodavaca i predstavljaju uzak spektar zanimanja, što može dodatno učvrstiti utisak da su mogućnosti za zapošljavanje u regionu ograničene.

Aktivnosti projekta WIN u Trbovlju odgovorile su na ovaj izazov fokusirajući se na praktično pitanje kako upoznavanje sa svetom rada učiniti zanimljivijim, iskustvenim i neposredno povezanim sa stvarnim poslodavcima, uz poseban naglasak na podsticanje devojaka da istraže različite obrazovne i profesionalne puteve.

Razvijene ideje

WIN grupa za inovacije razvila je četiri ideje koje pristupaju izazovu tržišta rada iz komplementarnih uglova.

1. Razpisne mojstrice / Majstorice za konkurse (grantove) fokusira se na jačanje kapaciteta žena za pripremu kvalitetnih prijava za opštinske grantove, kao odgovor na lokalni problem nekvalitetnih i nepotpunih prijava i administrativnog opterećenja koje to stvara.
2. Click for a job / Klik za šiht (Klik za posao) predlaže digitalnu platformu sa profesionalnim profilima i informacijama o karijerama, osmišljenu da poveže učenike, studente i poslodavce i učini lokalne prilike vidljivijim.
3. Inovaciono okruženje za preduzetnice ima za cilj jačanje ženskog preduzetništva kroz koherentniji sistem podrške, uključujući prilagođene sadržaje, međusobno umrežavanje i praktične formate podrške.
4. Job Happens / Šiht Happens: Dan karijernog istraživanja osmišljen je kao interaktivni događaj za istraživanje karijera, povezan sa postojećim sajmom

zapošljavanja, koristeći praktične, mladima prilagođene metode za povezivanje sa poslodavcima i stvarnim karijernim pričama.

Sprovedene socijalne inovacije

Slovenački partneri su za pilotiranje odabrali Job Happens / Šiht Happens (Posao se događa). Izbor odražava jasnu logiku izvodljivosti i uticaja: aktivnost je mogla da se realizuje kroz snažnu lokalnu saradnju i direktno je odgovarala na jaz između „informacija o karijerama“ i „iskustvenog razumevanja karijera“, posebno kod mladih.

Pilot 1. Job Happens (Šiht Happens) – Dan istraživanja zanimanja

Job Happens je transformisao tradicionalni [sajam zapošljavanja](#) u interaktivno iskustvo. Održan je 15. oktobra 2025. godine u Delavskom domu / Radničkom domu Trbovlje i okupio je više od 400 učenika osnovnih i srednjih škola i studenata, kao i 33 regionalna poslodavca.





Koncept događaja zamenio je klasične sajamske štandove nizom pažljivo osmišljenih interaktivnih aktivnosti: „escape room” na temu zanimanja i karijera, „živu biblioteku” (razgovore u malim grupama sa profesionalcima iz različitih oblasti), interaktivne radionice (uključujući teme kao što su veštačka inteligencija i svet rada, mogućnosti međunarodne mobilnosti kroz EURES i radionicu „Upoznaj svoja prava”), kao i predstavljanje poslodavaca kroz aktivnost nalik potrazi za tragovima, koja je kontakt sa poslodavcima pretvorila u aktivno iskustvo istraživanja i učenja, umesto pasivnog obilaska štandova.

Jedan od ključnih rezultata bila je izrada metodoloških smernica za organizovanje interaktivnih događaja profesionalne orijentacije, namenjenih tome da podrže njihovo ponovno sprovođenje i širu primenu kroz mrežu službi za zapošljavanje. Takođe je navedeno da je pilot uključen u redovne programe rada ključnih institucija, čime su dodatno ojačana partnerstva sa školama i lokalnim službama za karijerno savetovanje.

Istaknuti nalazi evaluacije

Uzorak učesnika u anketi za Job Happens obuhvatio je 29 validnih odgovora. Većina ispitanika bila je uzrasta do 15 godina, a žene su činile većinu među respondentima. Najveći broj učesnika saznao je za događaj u školi, što potvrđuje značaj integracije u školski sistem za inovacije usmerene ka mladima.

Ispitanici su najčešće isticali da im se događaj dopao zbog zanimljivog sadržaja. Takođe su naglasili dobru organizaciju, sticanje novih znanja, mogućnosti za

diskusiju i prijatnu atmosferu. Predlozi za unapređenje odnosili su se na obezbeđivanje više vremena za diskusiju i praktične primere, kao i na pružanje više informacija o obrazovnim i poslovnim prilikama. U uvidima stejkholdera naglašeno je da je važno zainteresovati mlade za učešće, kao i da interaktivne aktivnosti i direktan kontakt sa poslodavcima smanjuju zadržku i strah pri njihovom kontaktiranju.



Naučene lekcije

- Interaktivno karijerno usmeravanje može osvežiti postojeće formate pomeranjem fokusa sa prenošenja informacija na iskustveno istraživanje (escape room, živa biblioteka, izazovi).
- Uključivanje škola je ključno. Kada škole aktivno usmeravaju učešće, događaj postaje deo stvarnog sistema profesionalne orijentacije, a ne samo dodatna aktivnost.
- Učesnici su eksplicitno tražili više vremena za razgovor i više praktičnih primera, što ukazuje na to da interaktivni pristup treba proširivati, a ne smanjivati.
- Za dalje širenje potrebna je operativna jednostavnost. Iskustva iz realizacije ukazuju na potrebu za jednim glavnim koordinatorom, jasnijom organizacijom rotacija i aktivnijom ulogom nastavnika tokom događaja.
- Metodološke smernice predstavljaju praktičan alat za širenje i primenu ovog pristupa, jer omogućavaju da se aktivnosti realno i održivo ponavljaju kroz institucionalne mreže.

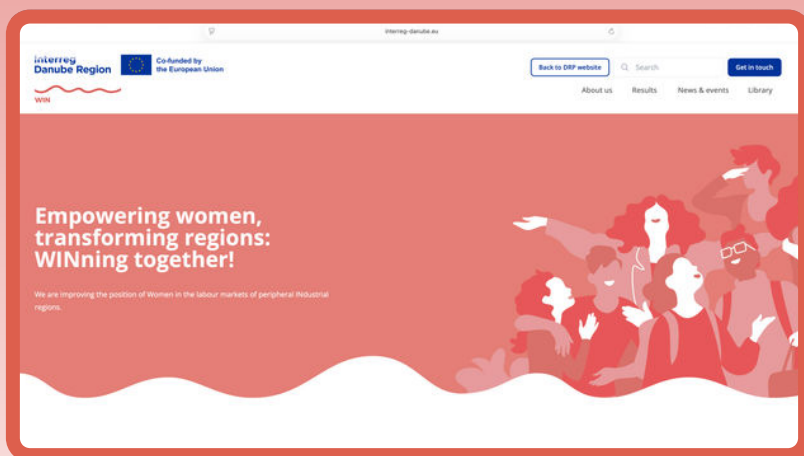
DEO II

MEĐUREGIONALNA ISKUSTVA



ŠIRENJE WIN DUHA

WIN je razvijan kroz lokalne aktivnosti u sedam pilot regiona, ali je njegov značaj zavisio od toga da li će se stečena iskustva i rezultati preneti i na druge korisnike, zajednice i institucije, a ne ostati ograničeni samo na osobe koje su neposredno učestvovalе u projektu. Komunikacija zato nije služila samo da izveštava o aktivnostima. Ona je pomogla da se lokalna iskustva pretvore u zajedničke priče, učinila vidljivijim stvarnosti žena u perifernim industrijskim regionima i stvorila više ulaznih tačaka za uključivanje zainteresovanih strana, zajednica i šire javnosti u projekat. Komunikacija nije bila završni nivo diseminacije, dodat nakon implementacije. Bila je sastavni deo načina na koji je projekat stvarao širu vrednost. Povezivala je pilot aktivnosti sa širom publikom, podržavala vidljivost iskustava žena i lokalnih inovacija i pomagala da se projektne aktivnosti pretvore u sadržaj koji može da se razume, deli i primeni u drugim kontekstima.



Tokom projekta, komunikacija se razvijala kao međusobno povezan ekosistem, a ne kao skup izolovanih kanala. [Veb-sajt projekta](#) funkcionisao je kao centralno javno mesto WIN-a, objedinjujući informacije o projektne aktivnostima, sastancima partnera, rezultatima radionica, radu grupe za inovacije, kao i ključne rezultate poput studija, smernica i drugih materijala.

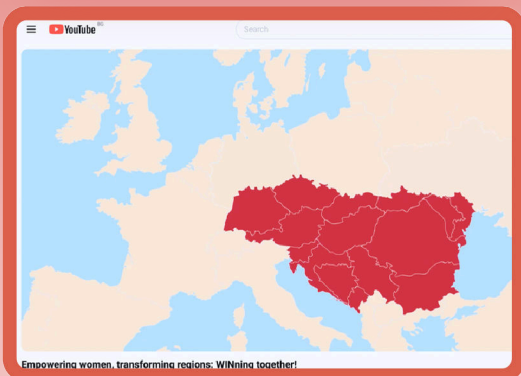
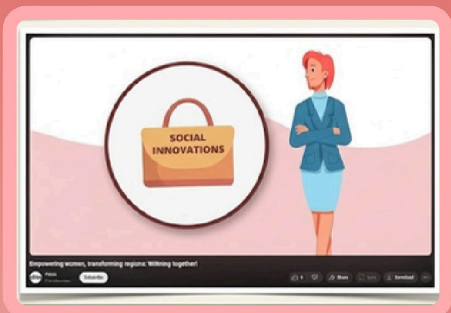
Društvene mreže su dodatno proširile ovu vidljivost na dinamičniji i neposredniji način. Umesto kreiranja posebnih projektnih kanala od nule, WIN se oslanjao na već uspostavljene platforme partnerskih organizacija. To je bila i praktična i strateška odluka. Omogućila je projektu da gradi na postojećem poverenju i publici, dopre do zajednica koje su već povezane sa lokalnim akterima i izbegne fragmentaciju komunikacionih napora. Tokom celog projekta, društvene mreže nisu korišćene samo za najavu aktivnosti, već i za deljenje priča, isticanje uzora, promociju mogućnosti i održavanje povezanosti regionalne publike sa širom pričom i razvojem WIN projekta.



Bilteni su dodali još jedan nivo kontinuiteta. Dok društvene mreže obezbeđuju stalnu vidljivost, njuzleteri unose ritam i strukturu. Omogućili su da se ključni događaji, rezultati i predstojeće prilike objedine u formatu koji je lakše pratiti tokom vremena. To je bilo posebno važno u višedržavnom projektu sa raznovrsnim aktivnostima, gde je bilo neophodno obezbediti jasnoću i preglednost za različite ciljne grupe,

gde komunikacija nije trebalo samo da privuče pažnju, već i da pomogne publici da razume projekat kao celinu. Na taj način, bilteni su podržali stabilniji odnos sa zainteresovanim stranama koje žele da budu informisane, ali bez praćenja svakodnevene komunikacije.

Rad sa medijima i odnosi s javnošću pomogli su da projekat izađe izvan okvira svoje neposredne mreže. Članci, intervjui i izveštavanje u onlajn medijima, štampi i na televiziji uveli su WIN u širu javnu diskusiju u različitim regionalnim kontekstima. Medijska vidljivost pokazala se posebno vrednom kada je bila povezana sa lokalnim događajima, kampanjama ili javnim aktivnostima, jer regionalni mediji najčešće reaguju kada projekat postane vidljiv na terenu. Time je stvoren efekat međusobnog jačanja: događaji su generisali priče, a mediji su pomogli da te priče dopru do šire publike.



Ista logika oblikovala je i [projektni video](#) i kampanju za podizanje svesti. Video je prikazao kako stvarnost sa kojom se žene suočavaju u perifernim industrijskim regionima, tako i projektne aktivnosti razvijene kao odgovor na te izazove, uključujući pilot akcije, nove mreže i praktične alate. Kombinujući lična iskustva sa uvidima iz projekta, omogućio je publici da brzo shvati zašto je ova tema važna i šta projekat nastoji da promeni. Kampanja za podizanje svesti dodatno je ojačala ovaj pristup povezivanjem digitalne i offline komunikacije u prepoznatljiviju i fokusiraniju narativnu celinu. Posebno važan element bilo je prikupljanje i deljenje ličnih priča žena. Ove priče su temu učinile humanijom i bližom publici, istovremeno razbijajući stereotipe kroz konkretna iskustva, a ne kroz apstraktne poruke.



WIN je takođe stekao strateško priznanje na makroregionalnom nivou. Tokom trajanja projekta, zvanično je proglašen za [Flagship inicijativu Dunavske strategije](#) u okviru Prioritetne oblasti 9 „Ljudi i veštine“ Strategije Evropske unije za Dunavski region (EUSDR). Ovo priznanje potvrđuje snažan dopinos projekta pristupačnijim, inkluzivnijim i efikasnijim tržištima rada širom Dunavskog regiona i pozicionira WIN među inicijative koje se prepoznaju kao primeri dobre prakse na makroregionalnom nivou. Kroz svoje pilot aktivnosti, podršku razvoju veština žena i umrežavanju, kao i napore usmerene na prevazilaženje institucionalnih prepreka, WIN je pokazao kako prekogranična saradnja može da dovede do konkretnih promena za ljude i zajednice, u skladu sa ciljevima Prioritetne oblasti 9.

Događaji i radionice ostali su među najvažnijim prostorima komunikacije u okviru projekta. Oni su stvarali neposredne prilike za dijalog, izgradnju poverenja i razmenu iskustava, ali su istovremeno bili i glavni izvor sadržaja koji se kasnije prenosio putem veb-sajta, društvenih mreža, biltena i medijskog izveštavanja. Posmatrano na taj način, komunikacija nije bila odvojena od učešća – ona je iz njega prirodno proisticala. Najrelevantniji momenti komunikacije bili su oni zasnovani na stvarnim interakcijama, konkretnim mestima i autentičnim glasovima.

Kroz različite kanale komunikacije, WIN je uspeo da postigne i širok domet i kontinuitet. Tokom trajanja projekta postavljeno je više od 365 objava na 19 društvenih platformi, čime je dosegnuto preko 285.000 ljudi. Partneri su pripremili 4 biltena i izgradili bazu od preko 100 pretplatnika, obezbedili 85 medijskih objava u onlajn medijima, štampi i na televiziji, i sproveli više od 150 aktivnosti komunikacije. Svi ove inicijative bile su tesno povezane sa više od 35 događaja realizovanih u 7 pilot regiona.

WIN KOMUNIKACIJA NA PRVI POGLED

365+

objava na 19 društvenih mreža

285,000+

ljudi dosegnuto

4

biltena

100+

pretplatnika

85

medijskih objava

150+

komunikacionih aktivnosti

35+

događaja u 7 pilot regiona

Ono najvažnije, međutim, nisu samo brojčani rezultati. Važan je i tip vidljivosti koji je njima ostvaren. Komunikacija je pomogla da se regionalne pilot aktivnosti povežu sa širom, transnacionalnom pričom o položaju žena na tržištu rada u perifernim industrijskim regionima. Učinila je projektne aktivnosti i rezultate dostupnijim i razumljivijim. Istovremeno, omogućila je da lokalne inovacije, iskustva žena i glasovi iz regiona uđu u šire društvene tokove – tamo gde bi inače mogli ostati nevidljivi.

GLAS UČESNIKA

U svim WIN pilot regionima želeli smo da razumemo jednu jednostavnu stvar: kada se ove socijalne inovacije susretnu sa stvarnim ljudima na stvarnim mestima, šta zaista „dopire“, šta se pokazuje kao korisno, a šta nedostaje.

Učesnice i učesnici WIN aktivnosti bili su pozvani da popune kratki onlajn upitnik, koji je deljen putem linka ili QR koda na lokalnim jezicima. Evaluacija je osmišljena kao alat za učenje i refleksiju, a ne za statističku reprezentativnost. Obuhvatila je sprovedene socijalne inovacije u okviru perioda pilotiranja.

Kako bi se omogućilo poređenje između veoma različitih lokalnih aktivnosti, partneri su koristili zajedničku strukturu upitnika, uz samo ograničena prilagođavanja tamo gde je format određenog pilota to zahtevao.

Učesnici uključeni u pilot aktivnosti predstavljali su različite ciljne grupe u sedam pilot regiona, što je omogućilo raznovrsne pristupe osnaživanju žena primenjene u okviru WIN projekta. One su pre svega obuhvatale:

- žene u radnom životnom dobu, uključujući nezaposlene, neaktivne ili one koje traže promenu karijere ili povratak na tržište rada;
- mlade žene i devojke, posebno učesnice i studentkinje uključene u aktivnosti profesionalne orijentacije i podizanja svesti;
- žene zainteresovane za preduzetništvo, samozapošljavanje ili kreativne industrije;
- učesnice uključene u aktivnosti razvoja veština, obuka i jačanja kapaciteta;
- članove lokalnih zajednica uključene u inicijative umrežavanja, mentorstva i podrške.

Povratne informacije od strane učesnica i učesnika bile su izuzetno dosledne kroz različite pilote. Aktivnosti u kojima su učestvovali najčešće su opisivali kao korisne, dostupne i dobro organizovane. Najveća vrednost koja se izdvajala bila je iskustvo boravka u podržavajućem okruženju, učenja nečeg praktičnog i upoznavanja drugih ljudi koji se suočavaju sa sličnim izazovima. Iako drugačijim rečima, učesnici su svaki put isticali dobru atmosferu, zanimljiv sadržaj, mogućnost diskusije i priliku za razmenu iskustava i izgradnju mreža.

Istovremeno, povratne informacije ukazuju na raskorak između inspiracije i primene, koji se ponavlja. Čak i kada su učesnice bile zadovoljne, mnoge su tražile više praktičnih primera, više vremena za diskusiju i jače povezivanje sa stvarnom primenom u svakodnevnom životu. U nekoliko pilota su eksplicitno predlagale i prateće aktivnosti poput mentorstva, praksi, dodatnih radionica ili drugih načina da se učenje pretvori u nešto opipljivo u kratkom roku nakon učešća.

Poslednji uvid odnosi se na pristupe koji imaju najveći potencijal za dalje širenje. Učesnici su posebno pozitivno reagovali na formate koji ih povezuju sa osobama sa sličnim iskustvima, uzorima, poslodavcima ili konkretnim tržišnim prilikama.


GLAS ZAINTERESOVANIH UČESNIKA (STEJKHOLDERA)

Pored povratnih informacija učesnica i učesnika, prikupili smo i razmišljanja stejkholdera kroz intervjue i fokus grupe, koristeći zajednički, fleksibilni okvir. Partneri u svakom WIN regionu mogli su da koriste pojedinačne intervjue, fokus grupe ili kombinaciju oba pristupa, a bili su podstaknuti da razgovaraju ne samo sa članovima WIN grupe za inovacije, već i sa zainteresovanim stranama van tih grupa, kada važni sektori nisu bili dovoljno zastupljeni.

Zainteresovane strane uključene u WIN projekat predstavljaju raznovrstan ekosistem aktera koji utiču na učešće žena na tržištu rada na lokalnom i regionalnom nivou. One su bile aktivno uključene već u fazi zajedničkog kreiranja aktivnosti i doprinele da se identifikuju ključni izazovi, razviju ideje za socijalne inovacije i osmisle pilot aktivnosti.

Stejkholderi su obuhvatali predstavnike lokalnih vlasti i lokalne samouprave, službi za zapošljavanje i institucija tržišta rada, obrazovnih organizacija kao što su škole i univerziteti, organizacija za podršku poslovanju i poslodavaca, kao i organizacija civilnog društva koje rade sa ženama i ranjivim grupama.

U praksi je njihovo uključivanje u različitim pilot regionima imalo različite oblike: škole i nastavnici su podržavali informisanje i uključivanje učesnika u aktivnosti podizanja svesti; službe za zapošljavanje i lokalne vlasti su pomagale u identifikaciji relevantnih ciljnih grupa i usklađivanju aktivnosti sa potrebama tržišta rada; NVO sektor je olakšavao angažovanje zajednice, mentorstvo i umrežavanje; dok su predstavnici privrede učestvovali kao uzori, treneri ili partneri u realizaciji. Ovakvo međusektorsko uključivanje pokazalo se kao ključno ne samo za uspešnu realizaciju pilot aktivnosti, već i za obezbeđivanje njihove relevantnosti, osećaja vlasništva i potencijala za održivost nakon završetka projekta.



U svim regionima *stjkholderi* su isticali transparentnost i jasno usmerenje ka ciljevima u izboru pilota, kao i to da su cenili mogućnosti za otvorenu diskusiju u okviru grupa za inovacije. Naglasili su da je *zajedničko kreiranje socijalnih inovacija pomoglo da se identifikuju manje vidljive, u kulturu ukorenjene prepreke koje utiču na učešće žena na tržištu rada*, kao i da su piloti bili konkretni i povezani sa lokalnim potrebama.

Takođe su bili iskreni u vezi sa ograničenjima. U nekim regionima više tema je bilo podjednako hitno, ali nisu mogle biti istovremeno sprovedene zbog kapaciteta i projektnih ograničenja. **Ograničeni vremenski okviri, finansijska sredstva i administrativna ili zakonodavna složenost često su se ponavljali kao prepreke, uz jasan zaključak da potreba za socijalnim inovacijama često nadmašuje trenutne kapacitete projekta.**

Gledajući u budućnost, *stjkholderi* su se usaglasili oko jedne strateške poruke: piloti su početna tačka, a ne krajnji cilj. Naglašavali su značaj podrške institucija i i veće koordinacije između sektora i na nivou politika, kako bi se pilot aktivnosti povezale sa postojećim programima, umesto da ostanu izolovani eksperimenti. Pored konkretnih aktivnosti, kao jednu od najvećih vrednosti pilot procesa opisale su poverenje, zajednicu i samoinicijativnu saradnju, jer upravo to predstavlja osnovu dugoročnih promena na kojima institucije mogu dalje da grade.

Kroz regione, učesnici su opisivali šta se u praksi pokazalo vrednim, dok su *stjkholderi* opisivali šta bi moglo da učini da ta vrednost traje. Kada se ove perspektive posmatraju zajedno, postaje vidljiv zajednički skup prenosivih pristupa, odnosno načina osmišljavanja aktivnosti koje su dosledno jačale pilote i koje mogu da inspirišu delovanje i u drugim kontekstima.

METODE I DOBRE PRAKSE KOJE SE MOGU PRENETI

WIN piloti su bili ciljano raznoliki, jer je svaki region polazio iz drugačije realnosti. Ipak, kada se posmatraju implementacija i evaluacija u celini, pojavljuje se zajednički skup pristupa. Ovo nisu apstraktni principi. Oni opisuju šta je dosledno pomagalo pilotima da stvore stvarnu vrednost u perifernim industrijskim kontekstima i šta je povećavalo verovatnoću da pilot ima značaj i van jednog događaja.

Prvo, okruženje je podjednako važno kao i sadržaj. Učesnici su više puta isticali da im je bilo važno da se osećaju dobrodošlo, sigurno i poštovano. Ovo nije „meki” dodatak. To direktno utiče na činjenicu da li će ljudi u potpunosti učestvovati, da li će otvoreno govoriti o preprekama i da li će opet doći. U nekoliko regiona, najznačajniji rani pokazatelj uticaja bio je upravo to što su ljudi ostajali uključeni, ponovo dolazili i doveli druge učesnike.



Drugo, učenje mora biti praktično i primenljivo. Tamo gde su piloti bili usmereni na zapošljivost, preduzetništvo ili pristup tržištu, učesnici su tražili praktičan rad, konkretne primere i dovoljno vremena za složene teme. Praktičnost takođe znači videti rezultat, makar i mali – kao što je plan, jasniji sledeći korak, vidljiv ishod ili veština koja se može odmah primeniti. Ovo je i trenutak u kome uzori i stvarne priče postaju najmoćniji. Oni najbolje funkcionišu kada se posmatraju kao materijal za učenje koji pokazuje realne korake, kompromise i rešenja, a ne samo kao inspiracija.



Treće, pilot aktivnosti postaju snažnije kada su osmišljene radi povezivanja.

Kombinacija sticanja znanja i povezivanja sa osobama sa sličnim iskustvima doprinosi smanjenju osećaja izolovanosti i jačanju samopouzdanja, posebno kod žena koje se nalaze u periodu profesionalnih promena ili su na početku preduzetništva. Umrežavanje nije samo „koristan dodatak“. To je jedan od mehanizama kroz koje se informacije šire, nastaje neformalna podrška i postaje moguć dalji nastavak rada, uključujući mentorski odnos, saradnju i nove prilike.



Četvrto, doseg i uključivanje zavise od svakodnevnih komunikacionih kanala.

Odrasla publika najčešće se uključuje putem društvenih i ličnih mreža, dok se aktivnosti usmerene ka mladima u velikoj meri oslanjaju na škole. Ovo je važno jer kanal komunikacije utiče na to ko dolazi, koliko je grupa raznolika i koliko pilot aktivnost dopire do onih kojima je najpotrebnija. U perifernim kontekstima, komunikacija zasnovana na poverenju često je preduslov za učešće.



Na kraju, održivost zahteva jasne puteve i institucionalnu zasnovanost. I učesnici i zainteresovane strane više puta su isticali značaj nastavka aktivnosti, mentorstva, praksi, „job-shadowing“-a, dodatnih radionica ili jasnih veza sa službama i poslodavcima. Bez takvih puteva, čak i jake pilot aktivnosti rizikuju da ostanu samo „dobro iskustvo“, a ne stvarna prekretnica. Istovremeno, dugoročni kontinuitet je verovatniji kada su pilot aktivnosti povezane sa postojećim inicijativama na tržištu rada, u opštinama i obrazovanju, tako da ponavljanje i širenje postanu realno izvodljivi. Tokom celog procesa, ograničenja vezana za balans između posla i privatnog života ostaju važan faktor u osmišljavanju aktivnosti: briga o deci, porodične obaveze, nedostatak vremena i transport direktno utiču na to ko može da učestvuje i da li se postignuti napredak može održati.



PREPORUKE KLJUČNIH AKTERA

Uz povratne informacije učesnica i učesnika, WIN partneri su takođe slušali i stejkholdere koje oblikuju lokalne uslove na tržištu rada (npr. službe za zapošljavanje, agencije za regionalni razvoj, škole, opštine). Partneri su sprovodili intervjue i fokus grupe sa članovima WIN grupe za inovacije, kao i sa eksternim stejholderima, koristeći zajednički evaluacioni okvir kako bi se uvidi mogli porediti kroz regione, uz očuvanje lokalnih specifičnosti. Ovi razgovori su pomogli da se identifikuje šta treba unaprediti izvan same realizacije pilot aktivnosti i koji su uslovi neophodni za održive promene u perifernim industrijskim regionima.

Stejkholderi su dosledno naglašavali da pilot aktivnosti imaju dugoročnu vrednost kada su utemeljene u postojećim regionalnim strategijama i programima, umesto da ostanu izolovane projektne aktivnosti. To zahteva koordinaciju između različitih nivoa i sektora, kao i jasno postavljanje okvira ekonomskog osnaživanja žena kao dela regionalnog razvoja. Kada je moguće, institucije mogu da ojačaju uslove koji utiču na učešće i kontinuitet karijere, posebno dostupnost brige o deci, usluga prilagođenih porodici i podršku fleksibilnim oblicima rada.

Dosledna poruka je da jednokratni događaji najbolje funkcionišu kada vode ka sledećem koraku. Stejholderi preporučuju omogućavanje kontinuiteta: oblike praćenja, mentorstvo, praksu u radu (job-shadowing) ili strukturisane naredne korake koji povezuju žene sa poslodavcima, uslugama i realnim prilikama. Službe za zapošljavanje su dobro pozicionirane da koordiniraju puteve prekvalifikacije i usavršavanja, kreiraju programe koji se ponavljaju, koji su dostupni tokom vremena i deluju kao most između žena, poslodavaca i lokalnih sistema podrške.

Stejkholderi vide poslodavce ne samo kao korisnike osnažene radne snage, već i kao aktivne učesnike promena. Podizanje svesti među poslodavcima je važno, posebno u industrijskim kontekstima gde kultura radnog mesta i neformalne norme

utiču na mogućnosti žena. Komore i poslodavci mogu napraviti konkretnu razliku tako što učestvuju kao mentori nakon obuka, omogućavaju praksu kroz „job-shadowing“ ili iskustveno učenje, kao i jačanje podržavajućih praksi na radnom mestu, uključujući fleksibilnost tamo gde je to moguće.

Pilot aktivnosti pokazale su značaj pouzdanih struktura u zajednici koje kombinuju povezivanje osoba sa sličnim iskustvima, praktično učenje i veću vidljivost. Stejkholderi preporučuju jačanje partnerstava sa institucijama i poslodavcima kako ove strukture ne bi ostale izolovana „ostrva“, već postale mostovi ka novim prilikama i uslugama.

Akteri civilnog društva takođe mogu imati snažnu ulogu u doseg, posebno kroz lične mreže i poverenje u zajednici, koje se u nekoliko regiona pokazalo kao ključno za uključivanje.

Stejkholderi naglašavaju da se karijerni putevi ali i stereotipi oblikuju vrlo rano. Škole, savetodavne službe i omladinske organizacije mogu ojačati ranu svest, učiniti zanimanja vidljivijim i približiti stvarne karijerne priče učenicima. U regionima koji žele više žena u STEM i tehničkim oblastima, akteri u obrazovanju imaju ključnu ulogu u tome da devojčice vide ove opcije kao realne i podržane. Za pilot aktivnosti usmerene na mlade, uključenost škola je takođe jedan od najpouzdanijih kanala za doseganje ciljnih grupa.



OD PILOT AKTIVNOSTI DO RAZVOJNIH PRAVACA

Svaka socijalna inovacija počinje malim činom hrabrosti - sa grupom ljudi koja odluči da poznati problem vidi na drugačiji način i proverí da li je promena moguća u stvarnom životu. Ova publikacija nastala je da te trenutke prepozna i učini vidljivim, izvan okvira WIN partnerstva.

Kroz sedam perifernih industrijskih regiona u Dunavskom području, WIN grupe za inovacije i lokalni partneri pretvarali su ideje u pilot aktivnosti. Radili su u realnim ograničenjima, lokalnim kulturama i neujednačenim strukturama mogućnosti. Rezultati prikazani ovde nisu savršena rešenja - to su testirani koraci napred, sa dokazima o tome šta su ljudi vrednovali, šta je pomoglo pilot aktivnostima da funkcionišu i šta treba dalje ojačati.

Ono što pilot aktivnosti pokazuju je jednostavno i važno: značajan napredak retko dolazi iz jedne mere. On nastaje kroz kombinovanje vidljivosti povezane sa praktičnim učenjem, podržavajući prostori povezan sa stvarnim mogućnostima, podizanje svesti povezano sa praćenjem i institucionalnom podrškom. Kada se ovi elementi spoje, čak i kratke pilot aktivnosti mogu da stvore nešto što traje: samopouzdanje, veštine, odnose i osećaj pravca.

Učeći iz ovih pilota, pridružujete se širem pokretu praktičara i regionalnih aktera koji rade na inkluzivnijim, pravednijim i otpornijim tržištima rada. Pristupi iz ove publikacije nisu recepti za kopiranje - to su žive prakse koje pozivaju na prilagođavanje, eksperimentisanje i učenje, uključujući i učenje iz onoga što nije bilo onako kako se očekivalo.

**Zapamtimo: značajna promena retko je brza, ali postaje stvarna kada se deli.
Kako se ova publikacija završava, rad se nastavlja u regionima,**

organizacijama i zajednicama. Svaki mentorski odnos, svaka naredna radionica, svako novo partnerstvo između institucija i lokalnih mreža može doprineti tome da pilot aktivnost preraste u održiv pristup, a taj pristup u uobičajenu praksu.

Ako nastavite da gradite na ovom radu, pozivamo vas da svoja iskustva i naučene lekcije podelite sa drugima. Na taj način regionalna praksa prerasta u zajednicu učenja, a socijalne inovacije putuju do mesta gde su najpotrebnije.

WIN konzorcijum zahvaljuje svim koordinatorima WIN grupa za inovacije, lokalnim partnerima, stejholderima i učesnicama koje su u ovu priču uložile vreme, poverenje i maštu. Neka ova publikacija bude izvor inspiracije, praktičnih uvida i podsticaja za još mnoge buduće inicijative.

Promena počinje malim koracima, ali raste kada se deli.

Ova publikacija govori o tome šta je WIN projekat omogućio u sedam perifernih industrijskih područja Dunavskog regiona. Ona objedinjuje ideje koje su razvile lokalne zainteresovane strane, inovacije koje su pilotirane, kao i praktične lekcije koje su nastale kada su te ideje testirane u stvarnim zajednicama.

Unutra ćete pronaći sprovedene socijalne inovacije koje su učinile vidljivijim rad žena, ojačale veštine i samopouzdanje, izgradile mreže i mentorsko povezivanje i otvorile nove dijaloge u sredinama gde stereotipi i dalje utiču na mogućnosti. Takođe ćete pronaći šta su učesnici i zainteresovane strane izdvojili kao najvažnije i šta je potrebno da bi se promena održala u budućnosti.

Napisana za one koji žele da pokreću promene, publikacija nudi primere koje možete prilagoditi, a ne modele koje morate kopirati. Koristite je da pokrenete ideje, gradite partnerstva i osmišljavate puteve koji povezuju žene sa prilikama u vašem regionu.

Zahvaljujemo se svima koji su zajednički kreirali i testirali ove inovacije kroz WIN partnerstvo. Njihov rad pokazuje da je napredak moguć, uprkos realnim ograničenjima.

Interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

WIN