



MINISTARSTVO RADA
I MIROVINSKOGA SUSTAVA

Smjernice za izradu standarda zanimanja

Radna verzija

Zagreb, svibanj 2016.

Sadržaj

1. Uvod	4
2. Sastavnice HKO-a.....	5
2.1. Koncept HKO-a	6
2.2. Veza između radnog mesta, ključnih poslova, kompetencija i skupova kompetencija	7
3. I. DIO - UTEMELJENOST PRIJEDLOGA STANDARDA ZANIMANJA (OBRAZAC – DIO A).....	8
3.1. Zakonodavne podloge	8
3.2. Strateški dokumenti	8
3.3. Profil sektora (PS)	8
3.4. Anketa o standardu zanimanja (ASZ)	9
3.5. HKO portal (www.hkoportal.hr)	9
3.6. Kako odabratи zanimanja - potencijalni korisnici vaših kvalifikacija?	13
3.7. Nova (nepostojeća) zanimanja.....	13
3.8. Vrednovanje odabira ključnih sektorskih zanimanja.....	14
4. Sektorska utemeljenost.....	15
4.1. Kako istražiti svoj sektor/podsektor korištenjem HKO portala u 10 koraka?	15
5. Analitička utemeljenost (za zanimanja ili skupine zanimanja)	17
6. Upute za ispunjavanje dijela A obrasca.....	18
7. II. DIO - IZRADA STANDARDA ZANIMANJA (OBRAZAC – DIO B)	20
7.1. Uvod u provedbu Ankete o standardu zanimanja.....	20
7.2. Uzorak poslodavaca.....	20
7.3. Sadržaj ankete o standardu zanimanja	21
7.4. Provedba Ankete o standardu zanimanja	22
7.4.1. Tijek on-line ispitivanja.....	23
7.4.2. Rad s elektroničkom anketom.....	23
7.4.3. „Čišćenje“ podataka	23
7.5. Obrada podataka.....	24
7.6. Primjer 1 – metodologija u kojoj se sektorski stručnjaci uključuju u završnoj fazi analize	24
7.6.1. Grupiranje podataka	24
7.6.2. Izvještavanje o rezultatima ispitivanja	26
7.6.3. Stručno vrednovanje inicijalnoga grupiranja kompetencija iz Ankete o standardu zanimanja	27
7.6.4. Opis procesa grupnog rada u izradi SZ	29
7.6.4.1. Odabir sudionika stručne skupine.....	29

7.6.5. Definiranje ključnih poslova i kompetencija na radionicama stručne radne skupine.....	30
7.6.5.1. Definiranje ključnih poslova	30
7.6.5.2. Struktura, sadržaj i dizajn radionice o ključnim poslovima	33
7.6.5.3. Naziv ključnih poslova	34
7.6.5.4. Definiranje kompetencija	35
7.6.5.5. Struktura, sadržaj i dizajn radionice o kompetencijama	35
7.6.5.6. Ključne kompetencije	38
7.7. Primjer 2 – metodologija u kojoj se sektorski stručnjaci uključuju od početka analize	39
7.7.1. Grupiranje podataka	39
7.7.2. Izvještavanje o rezultatima ispitivanja	42
7.8. Analiziranje skupova kompetencija.....	44
7.8.1. Zašto su nazivi skupova važni?	44
7.8.2. Ključne točke o kojima treba voditi brigu kad se pišu skupovi kompetencija.....	45
7.8.3. Ograničenja u dužini naziva.....	45
7.8.4. Što treba izbjegavati kod naziva skupova kompetencija?.....	45
7.8.5. Kada uključiti kontekst u naziv skupa kompetencija?	45
8. Verifikacija standarda zanimanja	46
9. Poveznica sa stručnom skupinom za izradu standarda kvalifikacije	47
10. Zahtjev za prijavu standarda zanimanja	48
11. Zadaci ministarstva nadležnog za rad – pomoć u radu predlagateljima standarda zanimanja	48
12. Upis odobrenog prijedloga u Podregistro standarda zanimanja.....	49
13. Primjer ispunjenog Obrasca HKO_SZ.....	50

1. Uvod

Standard zanimanja rezultat je dogovora između svih relevantnih dionika na tržištu rada i obrazovanja o optimalnom sadržaju pojedinog zanimanja te o znanjima i vještinama uz pripadajuću samostalnost i odgovornost (kompetencijama).

Na temelju Zakona o Hrvatskom kvalifikacijskom okviru (NN 22/13) i Pravilnika o Registru Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira (NN 62/14), ministarstvo nadležno za rad utvrđuje smjernice za izradu standarda zanimanja te upisa u Registar HKO-a, odnosno Podregistar standarda zanimanja.

Ove su smjernice izrađene kako bi se olakšao rad svim predlagateljima standarda zanimanja, sektorskim vijećima, obrazovnim institucijama, poslodavcima i ostalim dionicima tržišta rada, obrazovanja i regionalnog razvoja.

U prvom se dijelu smjernica definiraju postupci za procjenu utemeljenosti prijedloga standarda zanimanja uz korištenje profila sektora, odnosno korištenje HKO portala, ako profil sektora još ne postoji, jednako kao uporaba ostalih odgovarajućih analitičkih alata.

U drugom dijelu prikazuju se procesi izrade prijedloga standarda zanimanja te su prikazani mehanizmi prihvaćanja prijedloga standarda zanimanja. Smjernice su obogaćene i primjerima gotovih dokumenata, koji su ilustrativnoga karaktera.

Napomena: U članku 10. Pravilnika o Registru HKO-a (NN 62/14), stavak 1. razvidno je da se obrasci zahtjeva iz Priloga ispunjavaju elektronički na mrežnoj stranici Registra, stoga obrasci u Word formatu služe kao pomoćni dokument predlagatelju standarda zanimanja.

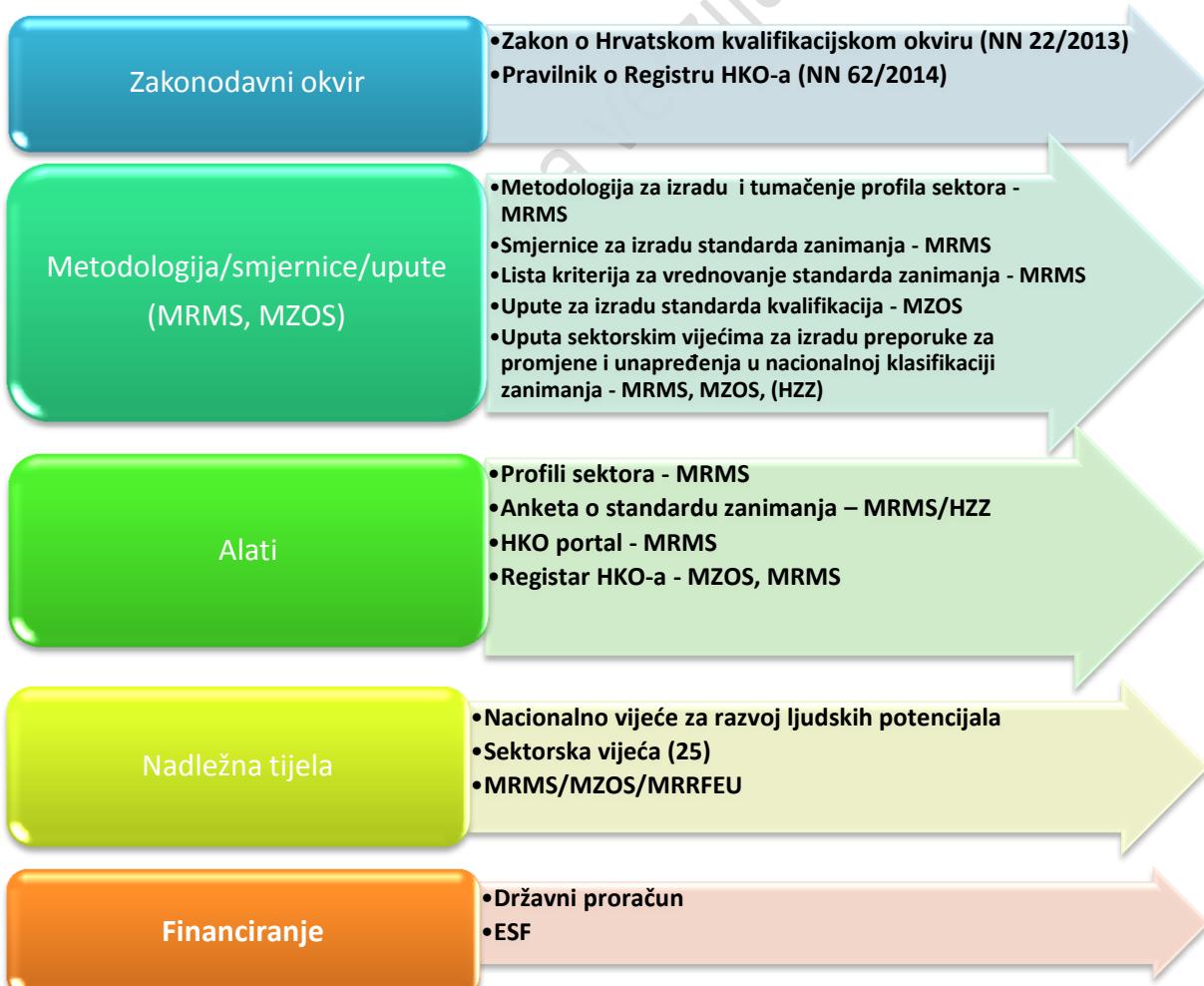
2. Sastavnice HKO-a

Hrvatski kvalifikacijski okvir jest cijelovit sustav, a njegovo djelovanje možemo vidjeti na prikazu ispod ovoga teksta, u kojem su navedeni svi njegovi elementi. Na prikazu mogu se vidjeti tijela odgovorna za pojedine sastavnice te određeni ključni alati i smjernice koji pomažu predlagateljima kako bi kvalitetno ispunili obrasce za predlaganje standarda zanimanja, a u konačnici i standarda kvalifikacija.

Većina sastavnica već se primjenjuje - HKO je postao prvi javni instrument koji povezuje rad tri ministarstva te je u cijelosti informatički podržan kroz integrirane baze podataka o zaposlenosti, nezaposlenosti i polaznicima obrazovanja u Hrvatskoj. Podaci se redovno ažuriraju (na mjesecnoj bazi) te se mogu vidjeti na HKO portalu (www.hkoportal.hr). Portal će u budućnosti imati mnogo širu primjenu od potreba Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira, a njegova korisnost ogledat će se u planiranju razvoja obrazovanja, investicija, razvoja karijere, posredovanja u zapošljavanju te za mnoge druge primjene.

S druge strane, javna objava svih standarda zanimanja, standarda kvalifikacija, skupova ishoda učenja i skupova kompetencija ključna je za transparentnost sadržaja obrazovanja i za poveznicu s potrebama tržišta rada.

Slika 1. Hrvatski kvalifikacijski okvir



2.1. Koncept HKO-a

Za razumijevanje HKO-a važna je hipoteza da obrazovni programi sadržavaju ishode učenja koji su temelj za podršku ključnim poslovima na različitim radnim mjestima. Obrazovni sustav mora slušati potrebe tržišta rada te će se na taj način razvijati u smjeru koji će pridonijeti razvoju gospodarstva, odnosno društva. HKO nastoji osigurati sponu između kompetencija koje su nužne na radnim mjestima i ishoda učenja u obrazovnim programima. Instrument je podržan alatima koji daju empirijsku potvrdu o potrebama tržišta rada, primjerice Anketom o standardu zanimanja. Također, instrument je dinamičan, a alati su namijenjeni praćenju promjena na tržištu rada pa HKO te potrebe pretvara u standardizirane ishode koji su transparentni, dostupni svima i prenosivi u različite obrazovne programe.

Koncept povezivanja potreba tržišta rada i obrazovanja na primjeru kvalifikacije namijenjene tržištu rada (što je većina kvalifikacija), možemo prikazati na sljedeći način:

Slika 2. Koncept povezivanja potreba tržišta rada i obrazovanja

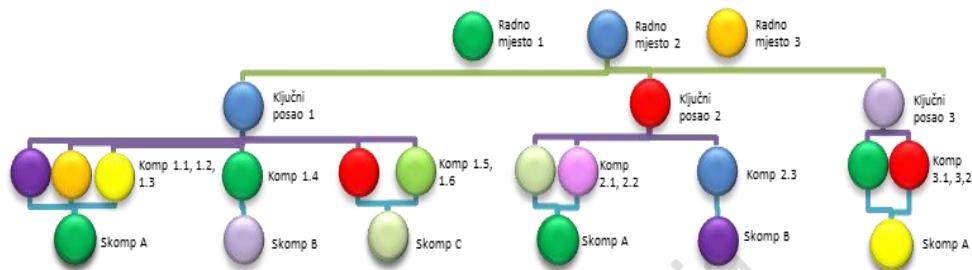


U procesu najčešće počinjemo od definiranja sektorskih zanimanja (ako su postojeća), ispitujemo u kojim se djelatnostima zapošljavaju osobe s tim zanimanjima, anketiramo poslodavce u djelatnostima u kojima je upotreba znanja i vještina primarna za potrebe tih radnih mesta, definiramo kompetencije u skupove kompetencija te na temelju njih izrađujemo ishode učenja i skupove ishoda učenja koji postaju dijelom obrazovnih programa. Standardi nam osiguravaju kvalitetu i garantiraju iste ishode učenja za iste kvalifikacije. To je glavni cilj instrumenta kvalifikacijskog okvira.

2.2. Veza između radnog mesta, ključnih poslova, kompetencija i skupova kompetencija

Na prikazu (Slika 3.) možemo vidjeti poveznicu između radnog mesta i standarda zanimanja na mikrorazini, a to počinjemo istraživati korištenjem Ankete o standardu zanimanja. Za provedbu tog instrumenta važno je razumjeti upravo vezu između zanimanja, radnih mesta, ključnih poslova i skupova kompetencija, koji su elementi za razvoj standarda zanimanja.

Slika 3. Poveznica između radnih mesta i standarda zanimanja



Vidimo da jedno zanimanje može objedinjavati više srodnih radnih mesta. Fokus je Ankete o standardu zanimanja na ključnim poslovima koji se provode na odgovarajućim radnim mjestima, a unutar njih na znanjima i vještinama te samostalnosti i odgovornosti (kompetencije koje je nužno imati za kvalitetan rad na tim radnim mjestima). Rezultati ankete empirijska su podloga za rad radnih skupina koje će grupirati ključne poslove te kompetencije unutar njih u smislene i koherentne skupine te svojom ekspertizom nadograditi standarde prema uputama koje su opisane u drugom dijelu ovih smjernica.

3. I. DIO - UTEMELJENOST PRIJEDLOGA STANDARDA ZANIMANJA (OBRAZAC – DIO A)

3.1. Zakonodavne podloge

Pravilnik o Registru Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira (NN 62/14, članak 12.) navodi tri elementa koji se moraju uzeti u obzir kod izrade i vrednovanja standarda zanimanja. To su strateška, sektorska i analitička utemeljenost.

- 1. Stratešku utemeljenost** zahtjeva predlagatelj dokazuje pozivanjem na relevantne sektorske strategije i ostale strateški relevantne dokumente.
- 2. Sektorska utemeljenost** obrazlaže se koristeći se određenim profilom sektora, odnosno u slučaju nepostojanja profila, korištenjem podataka s HKO portala, kojem pripada zanimanje za koje se predlaže standard te drugim relevantnim dokumentima.
- 3. Analitička utemeljenost** iskazuje se analizom trenutačne i dosadašnje ponude i potražnje za odabranim zanimanjem ili skupinom zanimanja, odnosno projekcijom u petogodišnjem razdoblju za takvim i sličnim zanimanjima na tržištu rada te se dokazuje na temelju stručnih podloga koje se također mogu naći u profilu sektora, odnosno na HKO portalu.

3.2. Strateški dokumenti

Svako područje znanja i njegove upotrebe na neki je način definirano i utemeljeno u međunarodnim, nacionalnim, regionalnim ili stručnim strateškim dokumentima. Na području zapošljavanja i obrazovanja potrebno je pratiti ciljeve i smjernice dokumenta Europa 2020 (Europske strategije za pametan, održiv i uključiv rast)¹ izdane pod okriljem Europske komisije, iz koje se razvijaju i nacionalni dokumenti poput Operativnog programa za razvoj ljudskih potencijala², a koji se također temelje i na nacionalnim politikama, primjerice Industrijskoj strategiji³, Strategiji pametnih specijalizacija⁴, Strategiji obrazovanja, znanosti i tehnologije⁵, itd. Postoje i dokumenti niže razine koji su ključni za pojedina područja, primjerice, mjere o zaštiti okoliša s kojima su vezani razni standardi u upravljanju otpadom, a koji su važni i za industriju, i za zbrinjavanje gradskog i komunalnog otpada. Jednostavno rečeno, svaka aktivnost nalaže da se vodi računa o znanjima i vještinama koje su potrebne da se postignu razvojni ciljevi te da se osigura primjerena i dostatna radna snaga za ostvarenje tih ciljeva. Strateški su ciljevi putokaz prema ostvarenju razvoja društva i svaki prijedlog standarda zanimanja mora naći svoj referentni okvir u relevantnim strateškim dokumentima.

3.3. Profil sektora (PS)

Glavni izvor za prepoznavanje ponude i potražnje za sektorskim zanimanjima, a time i za kvalifikacijama koje pridonose razvoju sektorskih znanja, jest profil sektora. Glavne sastavnice profila definirane su Metodologijom za izradu i tumačenje profila sektora⁶ koja detaljno opisuje postupke

¹ Izvor: http://www.mobilnost.hr/prilozi/05_1300804774_Europa_2020.pdf

² Izvor: <http://www.ljudskipotencijali.hr/OP-RLJP/operativni-program-razvoj-ljudskih-potencijala.html>

³ Izvor: <http://www.mingo.hr/page/kategorija/industrijska-strategija-republike-hrvatske-2014-2020>

⁴ Izvor: <http://europski-fondovi.eu/content/strategija-pametne-specijalizacije-republike-hrvatske>

⁵ Izvor: http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_10_124_2364.html

⁶ Izvor: <http://www.kvalifikacije.hr/Default.aspx>

izrade i izvore korištene za izradu profila sektora, a iskazan je i način tumačenja rezultata koji se dobiju analizom na primjeru jednog od podsektora HKO-a (Šumarstvo).

Planirana je izrada svih profila sektora (25) HKO-a, ali također predviđeno je da se elementi profila mogu istražiti i na HKO portalu, koji je trenutačno dostupan u beta-inačici (radnoj verziji) na domeni www.hkoportal.hr. Prednost portala je u tome što je moguće prikazivati promjene ponude i potražnje za sektorskim zanimanjima u vremenu jer se portal ažurira mjesečno ili godišnje, ovisno o ročnosti podataka. Primjerice, polaznici obrazovnih programa ažuriraju se jedanput na godinu, jednakoj kao dob zaposlenih. Mjesečno se ažuriraju podaci o zaposlenosti i nezaposlenosti. Način istraživanja profila sektora u ovim uputama velikim će se dijelom odnositi na način korištenja HKO portala.

3.4. Anketa o standardu zanimanja (ASZ)

Glavni instrument za istraživanje kompetencija na radnome mjestu i u zanimanju kojem ono pripada jest Anketa o standardu zanimanja (ASZ), koja se temelji na uzorku poslodavaca za koje znamo da zapošljavaju sektorska zanimanja koja su u fokusu našeg interesa. Za potrebe provedbe ASZ-a razvijen je upitnik, pripremljena on-line platforma te upute za korisnike upitnika i provoditelje ASZ-a, jednakoj kao i opis postupaka s rezultatima. Rezultat će biti spoznaje o ključnim poslovima i kompetencijama koje su potrebne za njihovo obavljanje.

3.5. HKO portal (www.hkoportal.hr)

Prije odluke o predlaganju standarda moguće je napraviti vlastitu procjenu isplativosti tog procesa s obzirom na učinak tih promjena na tržište rada u Republici Hrvatskoj. Na taj način, među ostalim, moguće je testirati u kojoj mjeri inicijativa za predlaganje SZ-a ima smisla s obzirom na to da će sektorska vijeća vrednovati važnost i relevantnost nekog zanimanja na temelju stručnih podloga, odnosno profila sektora (odnosno podataka dostupnih na HKO portalu), ASZ-a i relevantnih strateških dokumenata. Osim navedenih, moguće je, za zanimanja koja nisu na HKO portalu, odnosno trenutačno nisu postojeća, navesti i opisati analitičke podatke koji pripadaju nekim drugim relevantnim istraživanjima.

Ako je riječ o postojećim zanimanjima, prvi korak uključuje istraživanje sektora, njegovih zanimanja i položaja tih zanimanja na tržištu rada. Cilj je vidjeti koja su sektorska zanimanja⁷ najviše korištena u gospodarstvu te postoji li potražnja koja bi opravdala izradu standarda. Ovaj je proces opisan detaljno u Metodologiji za izradu i tumačenje profila sektora, a moguće je sve elemente ponude i potražnje spoznati korištenjem HKO portala.

Ako predlagatelj nije siguran kojem sektoru pripada obrazovni program ili zanimanje za koje se želi predložiti standard, može se obratiti ministarstvu nadležnom za rad upitom na adresu elektroničke pošte hko@mrms.hr.

Jednom kada je predlagatelj upoznat s nazivom sektora, može koristiti HKO portal za sve podatke vezane uz položaj sektora i pripadajućih zanimanja na tržištu rada i u cijelosti dobiti uvid u važne elemente profila sektora.

Na sučelju, kako je vidljivo na slici 4., može se odabrati sektor i početi s istraživanjem odabirom ikone Detalji sektora.

⁷ Sektorska su zanimanja ona zanimanja koja pripadaju jednom od 25 sektora Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira.

Slika 4. Prikaz HKO portala



Značajan broj sektora ima malen udio u ukupnoj radnoj snazi, ali postoji i desetak sektora koji imaju značajne udjele i čine veliku većinu radne snage u Hrvatskoj.

Neki od sektora podijeljeni su u podsektore. Razlog zašto je nužna podjela na podsektore jest činjenica da neke skupine zanimanja unutar sektora imaju predvidivo različit položaj na tržištu rada od sektora u cjelini te se čak i razvijaju po različitim trendovima. Primjer podsektora Veterina unutar sektora Poljoprivreda, prehrana i veterina je slikovit. On čini samo 6% ukupne radne snage u sektoru, a u strukturi zaposlenih je 66% stručnjaka i znanstvenika (Rod 2) za kojima potražnja značajno raste. S druge strane, ukupna zaposlenost u sektoru Poljoprivrede, prehrane i veterine pada u vremenu, a udio stručnjaka i znanstvenika za koje je potrebna visoka stručna spremna je 14,7%. Riječ je, dakle, o vrlo različitim skupinama zanimanja čija se ponuda i potražnja u mnogo elemenata razlikuje. U tom je slučaju važno definirati podsektor s njegovim specifičnim zanimanjima i obrazovnim programima i omogućiti uvid u potražnju i ponudu za njihovim znanjima i vještinama.

Brojnost zanimanja po rodovima prikazana je na glavnem izborniku pod nazivom PREGLED ZANIMANJA.

Ako predlagatelj nije siguran kojem točno rodu pripada zanimanje ili kojoj HKO razini pripada obrazovni program, moguće je koristiti **Tablicu korespondencije** na glavnem izborniku (vidljivo u desnom gornjem kutu u svakoj kategoriji). Svako zanimanje ima svoj rod zanimanja, a svaki obrazovni program ima svoju HKO razinu. Korespondencija između robova zanimanja i HKO razina temelj je za povezivanje ponude i potražnje u analitičkom smislu na tržištu rada i ona se može vidjeti na slici 5.

Slika 5. Tablica korespondencije

HKO 6+	ROD 1 (Direktori i manageri)
HKO 6+	ROD 2 (Stručnjaci i znanstvenici)
HKO 4.2, 5	ROD 3 (Inženjeri i tehničari)
HKO 4.2, 5	ROD 4 (Uredski i šalterski službenici)
HKO 4.1, 4.2	ROD 5 (Uslužna i trgovačka zanimanja)
HKO 3, 4.1	ROD 6 (Poljoprivredna, lovno-uzgojna, šumarska i ribarska zanimanja)
HKO 3, 4.1	ROD 7 (Obrtnička i pojedinačna zanimanja)
HKO 3, 4.1	ROD 8 (Rukovoditelji strojevima, vozilima i sastavljači proizvoda)
HKO 1, 2	ROD 9 (Jednostavna zanimanja)

Kreće li se od poznatog obrazovnog programa, vjerojatno će se znati kojoj razini HKO-a pripada (razine HKO-a prikazane su u Zakonu o HKO-u). Koristeći Tablicu korespondencije u kategoriji Pregled sektora, može se utvrditi s kojim sve rodovima korespondira određena HKO razina. Svaka HKO razina korespondira jednom ili više rodova zanimanja. Tako, primjerice, HKO razina 4.2 jest četverogodišnje strukovno i opće (gimnazijsko) obrazovanje, a može korespondirati s rodovima 3, 4 ili 5 jer rod zanimanja prikazuje kompleksnost nekog zanimanja, ali i vrstu posla.⁸

Kad je riječ o značenju znamenaka šifre pojedinačnog zanimanja, sedma znamenka govori koliko je godina obrazovanja nakon osnovnog obrazovanja potrebno da se steknu znanja za rad u takvim zanimanjima. S obzirom na zastarjelost klasifikacije u odnosu na promjene u obrazovnom sustavu, danas ne koristimo sedmu šifru. Slika 6. prikazuje dosadašnju strukturu Nacionalne klasifikacije zanimanja NKZ-98, a nova i ažurirana verzija bit će objavljena kao aktivni alat, s novim šifarskim sustavom te uz pomoć dionika koji su za taj proces i zaduženi (Hrvatski zavod za zapošljavanje, Državni zavod za statistiku, ministarstvo nadležno za rad, sektorska vijeća).

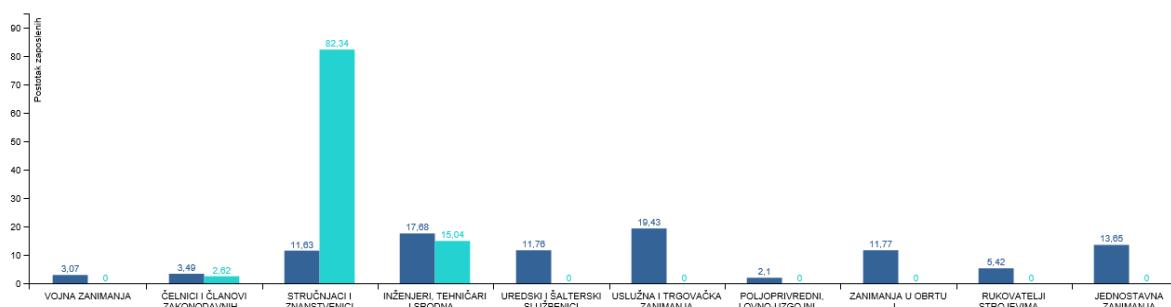
⁸ Više o klasifikaciji zanimanja, hijerarhijskim razinama te značenju možete naći na službenoj internetskoj stranici Državnog zavoda za statistiku www.dzs.hr i u Narodnim novinama broj 52/94.

Slika 6. Primjer strukture Nacionalne klasifikacije zanimanja NKZ-98

Šifra NKZ	Naziv razine zanimanja	Naziv zanimanja
2	Rod zanimanja	STRUČNJACI I ZNANSTVENICI
21	Vrsta zanimanja	DIPLOMIRANI INŽENJERI I SRODNI STRUČNJACI I ZNANSTVENICI
211	Podvrsta zanimanja	DIPLOMIRANI FIZIČARI, KEMIČARI I SRODNI STRUČNJACI
2111	Skupina zanimanja	DIPLOMIRANI INŽENJERI FIZIKE I ASTRONOMI
2111117	Pojedinačno zanimanje	diplomirani inženjer fizike
2111217	Pojedinačno zanimanje	diplomirani astronom
2111318	Pojedinačno zanimanje	istraživač fizičar
2111329	Pojedinačno zanimanje	samostalni istraživač fizičar

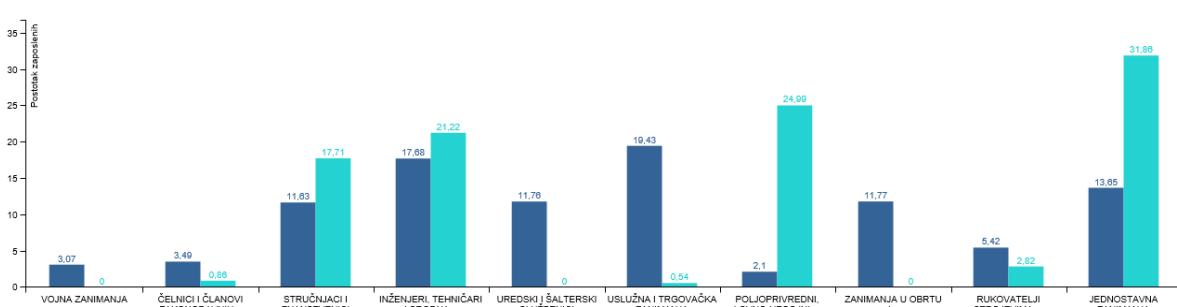
Za vrste posla u sektoru ili podsektoru može se odabratи na HKO portalu kategoriju Osnovni podatci s izbornika i pogledati, primjerice, strukturu zaposlenih po rodovima. Dolje je slika 7., koja prikazuje podsektor Pravo, na kojem se vidi velika dominacija Roda 2 – Stručnjaci i znanstvenici, koji čine 82,34% svih zaposlenih u sektoru, no nema zaposlenih u rodovima 4, 5, 6, 7, 8 i 9.

Slika 7. Prikaz strukture zaposlenih po rodovima – podsektor Pravo



U odnosu prema zanimanjima u podsektoru Pravo, podsektor Šumarstvo ima sasvim drugčiju strukturu (slika 8.).

Slika 8. Prikaz strukture zaposlenih po rodovima – podsektor Šumarstvo



Na slici 8. vidljivo je kako u podsektoru Šumarstvo najveći postotak zaposlenih (31,86%) imaju osobe s jednostavnim zanimanjima, a u odnosu na RH, gdje je taj udio samo 13,65%. Iznadprosječni su

jedino udjeli roda 2 – Stručnjaci i znanstvenici, roda 3 – Inženjeri i tehničari i srodnna zanimanja, a posebno je visok udio zaposlenih u rodu 6 – Poljoprivredna, lovno-uzgojna, šumarska i ribarska zanimanja. Kako svaki od rodova ima svoju korespondentnu HKO razinu, tako možemo vidjeti koja će razina obrazovanja trebati za pojedine vrste rodova zanimanja u sektoru/podsektoru.

Usporedba udjela zaposlenih po rodovima s udjelima nezaposlenih po rodovima otkrit će one rodove u sektoru/podsektoru koji imaju najveći problem nezaposlenosti.

U ovom procesu može se uočiti kako nema korelacije jedan prema jedan u odnosu HKO – rodovi zanimanja. To je zato što poslodavci katkad imaju različite zahtjeve na istim radnim mjestima u odnosu na razinu obrazovanja koju smatraju potrebnim za ta radna mjesta. U procesu razvoja tehnologija i konkurentnosti događa se da za ista zanimanja treba viša razina obrazovanja, što je normalan proces razvoja i primjene znanja u bilo kojem društvu.

3.6. Kako odabratи zanimanja - potencijalni korisnici vaših kvalifikacija?

Cilj je svakog predlagatelja novih standarda da odredi u kojoj su mjeri tražena njegova zanimanja, koja su srodnna zanimanja na istoj razini te koja su zanimanja iz drugih sektora također korisnici znanja iz vlastitog sektora⁹ kako bi se razumjela ukupna potražnja za znanjima i vještinama koja se izgrađuju kroz standard zanimanja (SZ).

Na glavnem izborniku odabere se Pregled sektora i pregledaju se zanimanja unutar roda koji je predlagatelju u fokusu. Ako je riječ o zanimanjima za koje je potrebno tercijarno obrazovanje, onda se odabere rod 2, a ako je riječ o zanimanju koje zahtijeva srednje strukovno obrazovanje, odabere se rod 3, 4 ili 5, kako je definirano u Tablici korespondencije između rodova i obrazovnih programa.

Pogleda se podatak kojeg zanimanja ima najviše među zaposlenima u sektoru ili podsektoru i odaberu se ona zanimanja koja su srodnna najfrekventnijem zanimanju. Za to se koristi kategorija MJESEČNI/GODIŠNJI PODACI na glavnem izborniku. Na taj način dobit će se referentni skup zanimanja i u svojoj argumentaciji moći će se objasniti da su upravo ta zanimanja odabrana jer su najbrojnija među zaposlenima.

Osim navedenih zanimanja, pogledaju se srodnja zanimanja istog roda i zbroji se zaposlenost svih navedenih zanimanja te ju se stavi u omjer prema ukupnom broju zaposlenih u sektoru i odgovarajućem rodu. Ako je taj udio visok, dobit će se dobra podloga za utemeljenost odabira upravo tih zanimanja. Ako je udio malen, a smatra se da je ipak važno izraditi standarde, mogu se ponuditi argumenti koji to potvrđuju.

3.7. Nova (nepostojeća) zanimanja

Kad predlagatelj predlaže standard nekog novog, odnosno nepostojećeg zanimanja, proces dokazivanja je drukčiji i ne može se temeljiti na stručnim podlogama. Moguće je da neka nova zanimanja imaju srodnja zanimanja te se preko njih može provesti dokazivanje utemeljenosti, ali

⁹ Svako sektorsko vijeće odabire primarna zanimanja za vlastiti sektor, ali i sekundarna zanimanja iz drugih sektora koja koriste samo neka od njihovih znanja i vještina. Za predlagatelje standarda zanimanja važno je znati koja su to sekundarna zanimanja iz drugih sektora kako bi skupine kompetencija koje su iste mogle lakše biti prenosive u druga zanimanja. Najviše će se prenositi ključne kompetencije, primjerice znanje jezika, rad na računalu, komunikacija na materinskom jeziku i slično jer su takva znanja potrebna u gotovo svim zanimanjima na istoj ili sličnoj razini kompleksnosti poslova. Međutim, i neka stručna znanja i vještine imaju široku upotrebu u mnogim zanimanjima, primjerice, poznavanje administrativnih postupaka, upravljanje automobilom itd.

potrebno je dokazati da će **buduća potražnja** za novim zanimanjima biti veća nego što se može dokazati na temelju kretanja zaposlenosti srodnih zanimanja. Za to mogu poslužiti strateški dokumenti iz drugih zemalja, posebice Europske unije, a imaju sličnu gospodarsku strukturu kao Hrvatska. S druge strane, ako je riječ o tehnologijama koje se šire globalno, postoji visoka vjerojatnost da će znanja i vještine za korištenje tih tehnologija i nama biti potrebna.

3.8. Vrednovanje odabira ključnih sektorskih zanimanja

Sektorsko vijeće će, također koristeći HKO portal, procijeniti je li predlagatelj doista odabrao zanimanja koja su najvažnija za sektor, odnosno za rod zanimanja kojem pripada odabrano zanimanje ili skupina zanimanja. Ako je riječ o manje zastupljenom zanimanju unutar sektora ili novom zanimanju, tada vijeće može tražiti dodatno obrazloženje od predlagatelja. Primjerice, može postojati strateška utemeljenost kojom će se utvrditi da je neko zanimanje trenutačno malo traženo, ali na temelju određenih trendova razvidno je da će ta potražnja rasti u budućnosti.

4. Sektorska utemeljenost

4.1. Kako istražiti svoj sektor/podsektor korištenjem HKO portala u 10 koraka?

Kako smo naveli, svaki pojedini profil sektora, odnosno HKO portal ključni su izvori procjene sektorske temeljenosti. Njihove odrednice govore o srednjoročnoj potražnji za sektorskim zanimanjima, o usklađenosti ponude i potražnje na svim razinama HKO-a i veličini te važnosti sektora za gospodarstvo i društvo u cjelini.

Na samom početku, na glavnom izborniku, odabere se sektor te klikom na Detalji sektora, dobije se prikaz sektora.

Pregled podsektora

Korak 1: Odabratи podsektor (ako postoji) kojem pripada zanimanje ili obrazovni program koji je predlagatelju u fokusu korištenjem opcije Pregled sektora.

Korak 2: Ocijeniti važnost zanimanja za sektor/podsektor koristeći podatke o broju zaposlenih i nezaposlenih, odnosno radne snage. Pregledati ostala zanimanja u skupini i rodu i procijeniti može li kvalifikacija koja se želi izraditi/modernizirati „pokriti“ i ova zanimanja. Odlučiti hoće li se predložiti standard za jedno zanimanje, više zanimanja ili skupinu zanimanja. Zbrojiti broj zaposlenih u odabranim zanimanjima i izračunati udio u ukupnoj zaposlenosti sektora/podsektora. Ako je riječ o malom broju zaposlenih u tom zanimanju unutar sektora, bilo bi se dobro odlučiti za zanimanje koje je „nositelj“ sektora ili procijeniti da će nova kvalifikacija moći pokriti oba zanimanja ili čak i skupinu zanimanja.

Korak 3: Pregledati postojeću obrazovnu ponudu, dostupnost i brojnost obrazovnih programa u regiji ili RH te vidjeti koliko je polaznika relevantnih programa. Svaka obrazovna institucija može ponuditi različite programe, no uvjet je da osiguraju iste ishode učenja koji su definirani standardom kvalifikacija, odnosno iste skupove kompetencija unutar standarda zimanja.

Korak 4: Pogledati stupanj raspršenosti zanimanja po gospodarskim djelatnostima kako biste se informirali o ukupnom broju djelatnosti koje zapošljavaju sektorska zanimanja. U objašnjenju važnosti sektora može se kao pozitivno istaknuti da se sektorska zanimanja koriste u značajnom broju djelatnosti u gospodarstvu te će vjerojatno rastom zaposlenosti u tim djelatnostima rasti i zaposlenost sektorskih zanimanja.

Osnovni podaci

Korak 5: Analizirati Osnovne podatke o sektoru/podsektoru i dobiti odgovore na sljedeća pitanja:

- Koliko ima u sektoru zaposlenih, a koliko nezaposlenih?
- Kakva je podjela radne snage po spolu u sektoru?
- Je li stopa nezaposlenosti ukupno i prema spolu viša ili niža od stope za RH?
- Kakva je struktura zaposlenih i nezaposlenih po rodovima zanimanja?
- Koji su rodovi više izloženi nezaposlenosti?
- Koliki je udio stručnjaka i znanstvenika (Rod 2) u sektoru? Pogledati je li njihov broj dovoljan za razvojne potrebe sektora, ako je to relevantno.
- Za ostale rodove također pogledati kako njihov broj utječe na razvoj sektora.

Obuhvat podsektora

Korak 6: U sklopu ovog dijela Portala može se vidjeti Obuhvat prema radnoj snazi i Obrazovni obuhvat. Može se vidjeti koliki je taj obuhvat za sektor/podsektor te koliko se razlikuje od ostalih sektora. Ako je obuhvat malen, potrebno je pogledati je li obuhvat veći u nekoj od regija, što se može filtrirati. Ako je odgovor potvrđan, argumentacija se može graditi na utemeljenosti standarda na regionalnoj razini.

Ključne djelatnosti

Korak 7: Kod odabira ključnih djelatnosti potrebno je odabrati rod zanimanja kojem pripada zanimanje, a potom upoznati djelatnosti koje zapošljavaju najviše odabralih zanimanja. U tablici su prikazane sve djelatnosti koje imaju barem jednog zaposlenog s odabranim zanimanjima. Preuzeti tablicu u Excelu i sortirati najprije prema koloni Zaposleni u sektoru. Notirati koje djelatnosti apsorbiraju najveći dio sektorske zaposlenosti. Zatim sortirati kolonu Udjeli sektorskih zanimanja u ukupnoj zaposlenosti i notirati one djelatnosti koje imaju visok postotak tih zanimanja u svojoj zaposlenosti. Neke su djelatnosti istovjetne kod jednog i kod drugog pristupa. Odabrati desetak djelatnosti koje se čine najvažnijima za zapošljavanje zanimanja. Posebno istražiti u kojim regijama ili županijama su te djelatnosti najzastupljenije. Možda će trebati informacija o koncentraciji po regijama za opis relevantnosti odabralih zanimanja.

Zapošljavanje u ključnim djelatnostima

Korak 8: Pogledati dugoročno kretanje zaposlenosti u odabranim djelatnostima, zbrojiti ukupnu zaposlenost i procijeniti udio u ukupnoj zaposlenosti. Time će se dobiti osjećaj koliko su važna zanimanja za gospodarstvo. Izračunati rast/pad zaposlenosti za svaku djelatnost od početka do kraja razdoblja i zaključiti povećava li se ili smanjuje potražnja za radnicima u vremenu. U kojim se djelatnostima zaposlenost povećava? Možemo li očekivati porast potražnje za sektorskim zanimanjima?

Dob

Korak 9: Upoznati se s dobnom strukturom u sektoru/podsektoru, odnosno rodu zanimanja. Kako broj odlazaka u mirovinu označava potencijalni porast potražnje za tim zanimanjima, može se procijeniti u kojem će razdoblju doći do manjka radne snage za odabranu zanimanje.

Mjesečna/godišnja kretanja

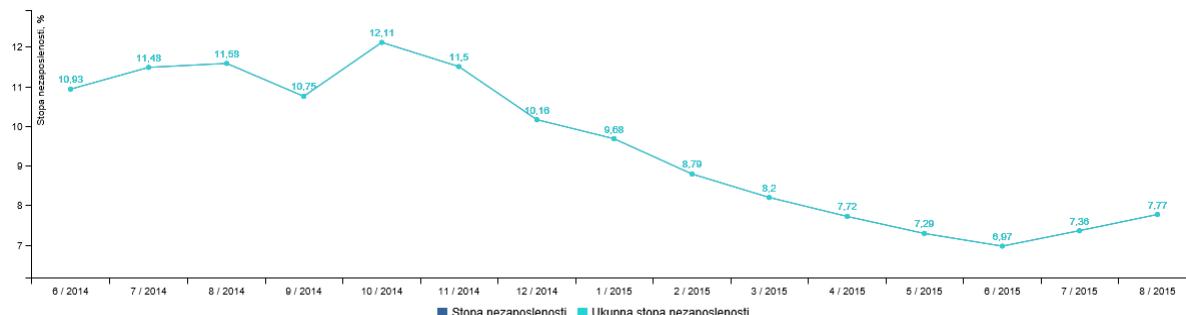
Korak 10: Ovaj dio portala omogućava praćenje zaposlenih, nezaposlenih i polaznika obrazovnih programa u vremenu. To omogućava da se izračuna porast ili pad potražnje i ponude na tržištu rada. Pokušati ocijeniti hoće li potražnja za zanimanjima, a time i kvalifikacijama rasti, stagnirati ili padati u vremenu. Također može se zaključiti postoje li neusklađenosti između ponude i potražnje na razini regija ili u RH u cjelini, koje treba ispraviti unošenjem novih obrazovnih sadržaja.

5. Analitička utemeljenost (za zanimanja ili skupine zanimanja)

Analitička utemeljenost, među ostalim, može se prikazati za skupine zanimanja ili pojedinačna zanimanja, i to putem promatranja stope nezaposlenosti (udio nezaposlenih u radnoj snazi, %).

Stopa nezaposlenosti je opći pokazatelj neusklađenosti ponude i potražnje za pojedinim zanimanjem ili odabranom skupinom. Promatramo dugoročna kretanja stope nezaposlenosti za odabranu skupinu zanimanja s HKO portala i gledamo ima li stopa tendenciju pada ili porasta.

Slika 9. Prikaz kretanja stope nezaposlenosti



Na slici 9. sva pojedinačna zanimanja iz skupine pripadaju podsektoru Računalstvo – dobili smo krivulju - kretanje stope nezaposlenosti, odnosno u ovom slučaju stalni pad u promatranom razdoblju.

Kad su odabrana sektorska zanimanja samo dio skupine, slika 10. prikazuje dvije krivulje: jedna prikazuje kretanje stope nezaposlenosti za cijelu skupinu zanimanja (Rod) u RH i druga koja prikazuje kretanje stope nezaposlenosti sektorskih zanimanja u tom podsektoru. Na slici dolje prikazan je slučaj podsektora Šumarstva, gdje se može vidjeti skupina zanimanja diplomiranih inženjera agronomije i šumarstva, koji imaju nižu stopu nezaposlenosti u cijelom razdoblju u odnosu na stopu nezaposlenosti te skupine zanimanja (roda) u Republici Hrvatskoj.

Slika 10. Prikaz kretanja stope nezaposlenosti za cijelu skupinu zanimanja u RH i sektorskih zanimanja u tom podsektoru



Analitička utemeljenost može se prikazati i putem drugih relevantnih instrumenata, publikacija ili istraživanja, posebice za nova (nepostojeća) zanimanja za koje ne postoje adekvatni podaci o nezaposlenosti u Republici Hrvatskoj, a postoje primjerice u zemljama Europske unije ili svijeta.

Vrlo važni podaci o analitičkoj utemeljenosti mogli bi se naći i u različitim istraživanjima o budućim potrebama tržišta rada bilo da su izrađeni u Republici Hrvatskoj (za potrebe hrvatskog tržišta rada), bilo na razini Europske unije, za potrebe tržišta rada na teritoriju EU i Europskoga gospodarskog prostora, čiji je dio i Hrvatska, stoga svakako relevantan za opravdanje ove utemeljenosti.

6. Upute za ispunjavanje dijela A obrasca

Ovdje je prikazan dio obrasca koji će poslužiti za dokazivanje utemeljenosti prijedloga standarda zanimanja.

A. OPĆI PODATCI I DOKAZ UTEMELJENOSTI PRIJEDLOGA	
NAZIV STANDARDA ZANIMANJA I IZBOR SEKTORSKOG VIJEĆA	
DOKAZ UTEMELJENOSTI PRIJEDLOGA STANDARDA ZANIMANJA	
STRATEŠKA UTEMELJENOST	
Naziv strateškog dokumenta iz kojeg je razvidna potreba za novim standardom zanimanja	<i>Potrebno je unijeti naziv strateških dokumenata s navodom nadležne institucije, godinu izdavanja, razdoblje trajanja strategije, s izvorom i internetskom adresom ako je dokument dostupan.</i>
Dodatni dokumenti koji su relevantni za utvrđivanje utemeljenosti prijedloga	<i>Potrebno je navesti i druge dokumente koji su važni za sektor, ponajprije zakonsku i podzakonsku regulativu, mjerodavno ministarstvo, itd. Tu se navode i dokumenti s određenim međunarodnim pravilima, direktive, certifikacije, tehnički i tehnološki dokumenti, pravila vezana za kvalifikaciju, posebno ako je riječ o reguliranim profesijama ili slično.</i>
Opisati relevantnost standarda zanimanja na temelju odabranih strateških dokumenata	<i>Korištenjem navedenih dokumenata potrebno je citirati relevantne navode koji daju argumentaciju da će se potražnja za odabranim zanimanjem povećati u budućnosti i navesti elemente koji upućuju na stratešku utemeljenost zahtjeva.</i>
SEKTORSKA UTEMELJENOST	
Profil sektora	<i>U ovom retku potrebno je navesti naziv profila sektora ili podsektora na temelju kojeg se dokazuje značaj profila sektora, odnosno navesti korištenje HKO portala te označiti stranice s kojih su preuzeti navodi.</i>
Prikazati utemeljenost standarda zanimanja na Profilu sektora	<i>Pri opisu sektorske utemeljenosti, potrebno je koristiti spoznaje o obuhvatu, potražnji i ostalim podacima dostupnima na HKO portalu, gdje će se nalaziti i profili sektora.</i>
ANALITIČKA UTEMELJENOST	
Prikazati analitičku relevantnost predloženog standarda zanimanja	<i>Prikazati kretanje stopa nezaposlenosti u što duljem razdoblju, što će opisati položaj osoba koje traže posao sa sektorskim zanimanjima na tržištu rada. Primjerice, ako je stopa visoka, riječ je o kratkoročnom pokazatelju viška tog dijela radne snage. Moguće je koristiti i druge dostupne alate mjerodavnih tijela (primjerice, Statistiku on-line na službenim stranicama Hrvatskog zavoda za zapošljavanje) i različite relevantne publikacije i istraživanja.</i>

Opisati utemeljenost standarda zanimanja na temelju odabranih pokazatelja tržišta rada	<p><i>Kvantitativna je procjena pomoć da se razumije relativni položaj sektora, rodova zanimanja, skupine zanimanja i odabranoga pojedinačnog zanimanja na tržištu rada. Ako ti pokazatelji nisu velikim dijelom pozitivni, potrebno je argumentaciju za dokazivanje utemeljenosti pokušati prebaciti na dokaze o očekivanoj budućoj potražnji koja je utemeljena u strateškim dokumentima, prognozama rasta određenih djelatnosti u kojima sektorska zanimanja imaju visok udio (također se može dokazati korištenjem HKO portala) ili da se tehnološkim razvojem ili drugim promjenama može očekivati veća potražnja u budućnosti.</i></p>
Dokumenti koji su priloženi prijedlogu	<p><i>Potrebno je priložiti sve dokumente koji su korišteni u argumentaciji (i Izvješće o Anketi o standardu zanimanja) kako bi sektorska vijeća mogla procijeniti (uz pomoć Liste kriterija za vrednovanje standarda zanimanja) utemeljenost ukupnog zahtjeva.</i></p>

Radna verzija

7. II. DIO - IZRADA STANDARDA ZANIMANJA (OBRAZAC - DIO B)

7.1. Uvod u provedbu Ankete o standardu zanimanja

Hrvatski kvalifikacijski okvir služi, među ostalim, i za praćenje znanja i vještina potrebnih na tržištu rada te prilagođavanje obrazovnih programa tim potrebama kroz vrijeme, stoga su ministarstvo nadležno za rad i Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ) razvili istraživanje usmjereni prikupljanju podataka o potrebama poslodavaca za znanjima i vještinama te utvrđivanju opisa posla i radnih aktivnosti u okviru pojedinog zanimanja – Anketu o standardu zanimanja (ASZ).

Cilj je istraživanja odrediti potrebe poslodavaca (ključne poslove i kompetencije) vezano uz pojedina zanimanja, kako bi ih se uključilo u ishode učenja obrazovnih programa, te definirati standard pojedinog zanimanja. Anketa omogućuje standardizirano prikupljanje podataka za različita zanimanja od većeg broja poslodavaca.

U standarde zanimanja važno je uključiti radne aktivnosti i poslove koji čine određeno zanimanje, odnosno na isti ili sličan način iskazuju poslodavci koji zapošljavaju na radnim mjestima u zanimanju. Navedene informacije mogu biti od velike pomoći u procesu osmišljavanja kvalifikacija na temelju standarda zanimanja. Stoga je poželjno kroz anketu poslodavaca, ali i kroz druge oblike konzultacija s poslodavcima dobiti relevantne i što detaljnije informacije.

Napomena: Upute o strukturi Ankete o standardu zanimanja i načinu provedbe načinjene su na način da pokriju diferenciranost provoditelja ankete, kao i odluke o tome kome će povjeriti provedbu Ankete.

7.2. Uzorak poslodavaca

Kad je riječ o odabiru uzorka, treba uzeti u obzir tri važne varijable:

- **veličinu organizacije prema broju zaposlenih radnika** - organizacije se prema veličini dijele na mikro (do 10 zaposlenih), male (10 – 49 zaposlenih), srednje (50 – 249 zaposlenih) i velike poslodavce (više od 250 zaposlenih), a u uzorku trebaju biti zastupljeni poslodavci svih veličina.
- **djelatnost** - uzorak poslodavaca od kojih će se prikupljati podaci trebaju činiti poslodavci ključnih djelatnosti (na razini agregacije od 2 znamenke NKD-a) u kojima se zapošljavaju osobe u ispitivanom zanimanju, a što se može iščitati s HKO portala u kategoriji „Ključne djelatnosti“.
- **županiju** - odaziv treba uključivati poslodavce iz različitih dijelova Republike Hrvatske, posebno ako postoji opravданo očekivanje da se zahtjevi, odnosno načini rada u zanimanju razlikuju među regijama.

Radi pouzdanosti prikupljenih podataka, potrebno je dobiti povratnu informaciju (ispunjenu anketu) od najmanje 30 poslodavaca, a ako su aktivnosti i poslovi koje poslodavci iskazuju u zanimanju heterogeni, poželjno je prikupiti i veći broj.

Za identifikaciju standarda zanimanja koje se do sada nije nalazilo u popisu Nacionalne klasifikacije zanimanja potrebno je obrazložiti specifičnost tog zanimanja te istraživanjem okupiti dovoljan broj poslodavaca iz svih relevantnih djelatnosti za dotično zanimanje, a koji će prepoznati i moći opisati potrebu za tim zanimanjem.

7.3. Sadržaj ankete o standardu zanimanja

Pitanja u prvom dijelu ove ankete vezana su uz:

- redni broj poslodavca i upitnika, datum ispunjavanja
- naziv, adresu i županiju organizacije
- radno mjesto osobe koja ispunjava upitnik uz kontakt podatke
- broj zaposlenih u organizaciji
- djelatnost organizacije uz šifru djelatnosti dobivenu od DZS-a
- godinu registracije organizacije
- oblik vlasništva
- tržište na kojem djeluje organizacija.

Potom slijedi dio o opisu radnog mjesta, stručnih znanja i vještina te su pitanja vezana uz:

- naziv radnog mjesta
- ulogu i svrhu radnog mjesta unutar poslovnih procesa
- broj zaposlenika u tom zanimanju u organizaciji
- razinu kvalifikacije koju poslodavac smatra prikladnom za rad u zanimanju
- obrazovne programe koji su najprikladniji za dotično radno mjesto.

U trećem dijelu upitnika nastoji se doći do podataka o opisu ključnih poslova te specifičnih znanja i vještina:

- ključnim poslovima i aktivnostima radnog mjesta,
- znanjima i vještinama potrebnima za uspješno obavljanje navedenih ključnih poslova/aktivnosti
- za svaki skup znanja i vještina potrebno je navesti:
 - a) oblik učenja kroz koji je potrebno steći navedeno znanje i vještine
 - b) procjenu koliko će navedeno znanje i vještine biti potrebne u budućnosti.

Kod prikupljanja informacija o osposobljavanju za radno mjesto važna su sljedeća pitanja:

- prosječno trajanje uvođenja u posao u mjesecima na navedenom radnom mjestu
- nužnost posjedovanja dodatnih svjedodžbi, licencija ili certifikata
- potreba za redovnim stručnim usavršavanjem
- prikladan način stjecanja praktičnih vještina za rad na radnom mjestu
- osposobljava li organizacija za rad na radnom mjestu.

Procjenjuje se i osam ključnih kompetencija u okviru cjeloživotnog učenja:

- komuniciranje na hrvatskom jeziku
- komuniciranje na stranim jezicima
- matematička pismenost i osnovna znanja iz znanosti i tehnologije
- poznavanje rada na računalu
- spremnost na učenje
- inicijativnost i poduzetnost
- društvene i građanske kompetencije
- kulturna osviještenost i kreativno izražavanje.

Ispituju se i ostale vještine koje poslodavac smatra relevantnima (generičke vještine i psihomotoričke sposobnosti):

- organizacijske, socijalne i prenosive kompetencije
- psihomotoričke vještine i sposobnosti.

Na kraju je dio o procjeni uvjeta rada (karakteristika) na specifičnom radnom mjestu pa se ispituje:

- pretežno mjesto rada
- obilježja radnog okoliša i radnog vremena
- tjelesne aktivnosti na radu.

U završnom dijelu poslodavci imaju mogućnost označiti žele li dobiti informaciju o ukupnim rezultatima nakon provedbe ankete te iznijeti svoje komentare ili prijedloge vezane uz anketu.

7.4. Provedba Ankete o standardu zanimanja

Nekoliko je prikladnih načina prikupljanja podatka od poslodavaca anketom o standardu zanimanja. Anketa se može provesti on-line istraživanjem za koji je već izrađen e-upitnik koji se do sada koristio za provođenje anketa o pojedinim zanimanjima, terenskim istraživanjem u izravnom kontaktu s poslodavcima ili na neki drugi način prikladan za ciljeve istraživanja.

Preporučuje se **on-line pristup** radi ekonomičnosti i mogućnosti da poslodavac na pitanja odgovori kada to njemu odgovara i tempom koji mu odgovara. Također smanjuje se mogućnost pristranosti vezane uz anketara koji je potreban u terenskom provođenju istraživanja. Elektronički primjerak Ankete o standardu zanimanja izrađen je u računalnom programu LimeSurvey, no korisnici mogu postaviti ASZ i u neki drugi program prikladan za provođenje on-line istraživanja, ali pri tome je nužno koristiti ovdje opisanu metodologiju anketiranja te sadržajno jednaku anketu.

Nedostaci su ovakva pristupa manji povrat ispunjenih anketa i smanjena mogućnost nadzora nad time tko ispunjava anketu.

Terensko anketiranje moguće je provesti putem tiskane ankete kojom educirani anketari prikupljaju podatke u individualnom razgovoru s poslodavcem i upisuju odgovore u anketu. Moguće je i da anketar upisuje odgovore izravno u pripremljenu on-line anketu, ako ima sa sobom prijenosno računalo. Prednost je ovakva načina prikupljanja podataka to što anketar može pružiti potrebna objašnjenja i veći je odaziv poslodavaca, ali je i veća mogućnost pristranosti vezane uz anketara te veći troškovi provedbe.

Pristup on-line verziji upitnika moguće je dobiti (od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje) na temelju zahtjeva upućenog ministarstvu nadležnom za rad slanjem elektroničke pošte na adresu hko@mrms.hr.

Hrvatski zavod za zapošljavanje može provoditeljima na upit pružiti konzultativnu podršku za pripremu, provedbu i temeljnu analizu ankete te relevantnu dokumentaciju.

Jednako tako predlagatelji mogu u te svrhe koristiti i usluge drugih pravnih osoba, primjerice agencija za istraživanje tržišta, pri čemu je bitno istaknuti kako je potrebno zatražiti strukturu ankete u Word formatu na hko@mrms.hr, koja se koristi u nepromijenjenom obliku.

Važno je da na pitanja u anketi odgovara **relevantna osoba** koja je u organizaciji najbolje upoznata sa zahtjevima radnog mjesta, primjerice neposredno nadređena osoba, poslovodja, voditelj i sl. Osoba zaposlena u odjelu ljudskih potencijala ili kadrovskom odjelu dobar je izvor podataka samo ako je

detaljno upoznata sa svim specifičnostima traženoga radnog mjesta. Iznimka su mali obrti, visokopozicionirana radna mjesta te radna mjesta visoko specijaliziranih stručnjaka.

Broj poslodavaca koji čine inicijalni uzorak poslodavaca kojima treba pristupiti sa zamolbom za odgovaranje na pitanja u anketi može ovisiti o različitim čimbenicima, kao što su kvaliteta dotadašnje suradnje s poslodavcima, percipirana korist od istraživanja, ali i način prikupljanja podataka. Prilikom on-line prikupljanja podataka treba uzeti u obzir manji povrat ispunjenih anketa nego kod individualnog terenskog anketiranja. Preporuka je pri on-line metodi uzeti od 100 do 150 poslodavaca u inicijalni uzorak, pogotovo ako ustanova koja provodi istraživanje nema prethodnih kontakata s tim poslodavcima i tek uspostavlja suradnju s njima.

7.4.1. Tijek on-line ispitivanja

Prije slanja pozivnica elektroničkom poštom za ispunjavanje anketa potrebno je ostvariti telefonski kontakt sa svakim poslodavcem radi:

- dobivanja pristanka na sudjelovanje u istraživanju
- dobivanja elektroničke adrese na koju se link može poslati
- objašnjenja svrhe provođenja ispitivanja
- uspostavljanja suradnje s poslodavcima.

Tjedan do dva nakon slanja poziva za ispunjavanje ankete slijedi slanje podsjetnika elektroničkom poštom onim poslodavcima koji do tada nisu ispunili anketu. Tjedan dana nakon slanja podsjetnika elektroničkom poštom poslodavce se podsjeća na ispunjavanje ankete putem telefonskog poziva.

7.4.2. Rad s elektroničkom anketom

Elektronička anketa kreirana je u računalnom programu LimeSurvey. Pristup računalnom programu može se dobiti od Hrvatskog zavoda za zapošljavanje te od Sveučilišnog računskog centra (SRCE). Ako se koristi LimeSurvey koji je instaliran na SRCE-u, treba znati da tu nema gotove ankete (kao što to ima sustav HZZ-a).

Za rad u programu potrebno je prijaviti se u sustav putem korisničkog računa s dodijeljenim administratorskim ovlastima. Kako bi se ispitivanje, s već pripremljenom anketom, moglo kvalitetno provesti, program omogućuje sljedeće glavne aktivnosti:

- dodavanje i mijenjanje pitanja i grupa pitanja
- prilagođavanje predložaka elektroničke pošte (pozivnica, podsjetnik i sl.)
- definiranje administratora
- rad s tokenima koji omogućuju odgovaranje na pitanja u anketi samo onim korisnicima koji su dobili poziv s pripadajućim odobrenjem za ispunjavanje (tokenom)
- slanje pozivne elektroničke pošte i podsjetnika
- praćenje odaziva poslodavaca
- pregledavanje i izvoz rezultata iz programa u Excel ili drugi prikladni program.

Skraćene upute za rad s pripremljenom Anketom o standardu zanimanja mogu se dobiti na zahtjev, a cjelokupni priručnik na engleskom jeziku dostupan je na ovoj internetskoj adresi: <https://manual.limesurvey.org>.

7.4.3. „Čišćenje“ podataka

Nakon što je Anketa provedena, potrebno je „pročistiti“ podatke, odnosno provjeriti koji podaci nisu prikladni za daljnju obradu. Pri tome treba:

- provjeriti jesu li odgovori upisani u anketu jasni (ako je potrebno, tražiti objašnjenje telefonskim pozivom poslodavcu)
- ankete koje nisu popunjene u potpunosti ne uključivati u obradu podataka (kriterij: upisan barem jedan odgovor o ključnom poslu)
- ankete u kojima poslodavac nije opisivao traženo zanimanje ne uključivati u obradu podataka.

7.5. Obrada podataka

Obrada podataka uglavnom se odnosi na prikaz učestalosti i postotaka pojedinih odgovora i ne zahtijeva korištenje složenih statističkih postupaka.

Obrada podataka – otvorena pitanja

Prilikom obrade podataka na otvorena pitanja koja se tiču iskaza o ključnim poslovima na pojedinim radnim mjestima te znanjima i vještinama potrebnima za njihovo obavljanje koristi se specifičan postupak. Postupak obrade podataka za ta pitanja zasniva se na grupiranju pojedinih odgovora (navoda ili iskaza) poslodavaca koji upozoravaju na sadržajno isti ili sličan posao u zasebne skupine kako bi podaci bili pregledniji. Isti postupak ponavlja se i za odgovore na pitanje o potrebnim znanjima i vještinama u okviru svake definirane skupine ključnih poslova. U nastavku dajemo dva primjera metodologije grupiranja i analize dobivenih znanja i vještina koje dovode do potrebnih podataka za ispunjavanje B dijela obrasca prijedloga.

Prvi primjer (za zanimanje elektroinstalatera) koristi analitički pristup koji u prvoj fazi rada ne zahtijeva uključenje sektorskih stručnjaka (koji se uključuju kasnije), ali traži nešto više analitičkog posla na grupiranju znanja i vještina (kompetencija) u smislene cjeline.

Drugi primjer (za zanimanje menadžera u turizmu) polazi od prepostavke da se od početka analize koristi sektorske stručnjake kod grupiranja ključnih poslova u vrste poslova te nakon toga kroz radionicu s predstavnicima poslodavaca verificiraju se pojedini ključni poslovi dodani u neku vrstu poslova. Konačno, u zadnjoj iteraciji postupka verificiraju se i uređuju i pripadna znanja i vještine (kompetencije). Obje navedene metode dovest će do istog rezultata samo nešto drugačijim koracima. Izbor je metodologije (iz primjera 1 ili iz primjera 2) za predlagače slobodan, pri čemu kvaliteta konačnog rezultata neće ovisiti o izabranoj metodologiji.

7.6. Primjer 1 – metodologija u kojoj se sektorski stručnjaci uključuju u završnoj fazi analize

7.6.1. Grupiranje podataka

Pri obradi odgovora na otvorena pitanja polazimo od osnovnih, negrupiranih podataka kakve dobivamo nakon provedenog istraživanja. Primjer neobrađenih (negrupiranih) odgovora poslodavaca o ključnim poslovima i potrebnim znanjima i vještinama za zanimanje elektroinstalater prikazan je na slici 11.

Slika 11. Primjer negruriranih odgovora na otvorena pitanja.

A	B	C	D	E
ID	navod poslodavca o KLJUČNOM POSLU	navod poslodavca o ZNANJU I VJEŠTINAMA	RADNO MJESTO	poželjni način usvajanja znanja
2	79 spajanje strujnih krugova	čitanje shema	elektroinstalater	oboje istaknuto
3	60 montaža i spajanje rasklopne opreme	montaža i spajanje	elektroinst	oboje istaknuto
4	63 naručivanje robe	sve je već gore navedeno	električar, instalater grijanja i klimatizacije	
5	79 rukovanje alatima (bušilica, freza)	držanje alata	elektroinstalater	kroz radno iskustvo
6	42 pregled nacrta i papira koji se odnose na posao	shvatiti dodatne papire	elektroinst	kroz radno iskustvo
7	60 montaža i spajanje rasvjete	čitati nacrte i projekte	elektroinst	oboje istaknuto
8	48 otvaranje radnog naloga	predaj i ispunjenog radnog naloga	elektroinstalater-elektromehaničar	kroz skolovanje
9	84 utovar gotovih proizvoda	upravljati viličarem	električar održavanja	kroz skolovanje
10	60 montaža i spajanje rasklopne opreme	podešavanje, programiranje	elektroinst	oboje istaknuto
11	85 nabavka materijala	koristiti računalo	elektroinstalater	kroz radno iskustvo
12	60 montaža i spajanje rasklopne opreme	poznavanje opreme	elektroinst	kroz radno iskustvo
13	60 montaža i spajanje elektromotornih pogona	podešavati zaštitne releje	elektroinst	oboje istaknuto
14	60 montaža i spajanje rasvjete	raditi sa alatom	elektroinst	kroz radno iskustvo
15	42 ispunjavanje radnih naloga i ostale "papirologije"	potpisati odgovarajuće papire	elektroinst	kroz radno iskustvo
16	46 ucrvana linija elektroinstalacija	prepoznati sve opasnosti polaganja elektroinstalacija u z	elektroinstalater	oboje istaknuto
17	60 montaža i spajanje elektromotornih pogona	princip rada, upravljanja i zaštite	elektroinst	oboje istaknuto
18	63 organizacija poslova vezanih za elektro struku	sve je već gore navedeno	električar, instalater grijanja i klimatizacije	
19	44 dokumentiranje i evidentiranje obavljenih poslova održavanja	služenje računalnim programima - ms office; autocad; e	električar	kroz skolovanje
20	87 poznavanje i naručivanje robe	vrste materijala	elektroinstalater	kroz radno iskustvo
21	63 specifikacija i obračun elektro radova	sve je već gore navedeno	električar, instalater grijanja i klimatizacije	
22	80 narudžba potrebnog materijala	utvrđivanje vrste potrebnog materijala	električar	kroz radno iskustvo
23	42 skupljanje instalaterskog materijala i alata potrebnih za posao	poznavati alat	elektroinst	kroz radno iskustvo
24	66 vođenje zaliha	vođenje zaliha	elektroinst	kroz radno iskustvo

Na slici 11. za svaki navedeni ključni posao vide se pripadajuće znanje i vještine, radno mjesto koje poslodavac opisuje, šifra (ID) poslodavca te dodatni podaci.

Grupiranje odgovora (navoda) poslodavaca provodi se na način da navodima koji upućuju na sadržajno sličan ili isti posao pridajemo isti broj (kod). Nakon završenog postupka grupiranja slijedi imenovanje grupe ključnih poslova s istom kodom na način da naziv grupe odražava ključne poslove koji čine tu grupu kako bismo dobili pregledni prikaz grupe. Pri oblikovanju naziva treba slijediti pravilo korištenja glagolskih imenica (primjerice, spajanje, montiranje, organiziranje i slično).

Primjer provedenoga grupiranja odgovora prikazan je na slici 12.

Slika 12. Prikaz grupiranih odgovora o ključnim poslovima za zanimanje elektroinstalater

A	B	C	D	E
ID	kod ključnog posla	NAZIV SKUPINE KLJUČNOG POSLA	navod poslodavca o KLJUČNOM POSLU	navod poslodavca o ZNANJU I VJEŠTINAMA
2	79	1 montiranje i spajanje strujnih krugova	spajanje strujnih krugova	čitanje shema
3	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje rasklopne opreme	montaža i spajanje	
4	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje rasvjete	montaža i spajanje rasvjete	čitati nacrte i projekte
5	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje rasklopne opreme	montaža i spajanje rasklopne opreme	podešavanje, programiranje
6	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje rasklopne opreme	montaža i spajanje rasklopne opreme	poznavanje opreme
7	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje elektromotornih pogona	montaža i spajanje elektromotornih pogona	podešavati zaštitne releje
8	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje rasvjete	montaža i spajanje rasvjete	raditi sa alatom
9	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje elektromotornih pogona	montaža i spajanje elektromotornih pogona	princip rada, upravljanja i zaštite
10	79	1 montiranje i spajanje strujnih krugova	spajanje strujnih krugova	poznavanje ele.materijala
11	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje rasvjete	montaža i spajanje rasvjete	podešavanje/programiranje upravljanja
12	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje elektromotornih pogona	montaža i spajanje elektromotornih pogona	podešavati, programirati upravlja
13	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje elektromotornih pogona	montaža i spajanje elektromotornih pogona	poznavati opremu
14	60	1 montiranje i spajanje montaža i spajanje elektromotornih pogona	montaža i spajanje elektromotornih pogona	koristiti alat, opremu, mjerne instrumente
15	63	2 organiziranje rada	organizacija poslova vezanih za elektro struku	sve je već gore navedeno
16	42	2 organiziranje rada	skupljanje instalaterskog materijala i alata potrebnih za	poznavati alat
17	66	2 organiziranje rada	vođenje zaliha	vođenje zaliha
18	66	2 organiziranje rada	preuzimanje robe	preuzimanje robe
19	66	2 organiziranje rada	izdavanje robe	izdavanje robe
20	48	2 organiziranje rada	povrat materijala u skladište	poznavati materijal
21	42	2 organiziranje rada	skupljanje instalaterskog materijala i alata potrebnih za	pratiti novosti u vezi instalaterskog alata
22	48	2 organiziranje rada	pospremanje gradilišta	počisiti radno mjesto od ostataka materijala

Jednaki postupak provodi se i pri grupiranju odgovora o potrebnim znanjima i vještinama, ali u okviru svake grupe ključnih poslova. Navodima koji upućuju na sadržajno isto znanje ili vještinu pridajemo isti broj (kod). Pri tome treba paziti da navodi koji pripadaju istim grupama, a nalaze se unutar različitih skupina ključnih poslova, dobivaju isti kod.

Tako stvorene grupe odgovora potom imenujemo na način da naziv grupe odražava znanja koja čine tu grupu odgovora. Pri oblikovanju naziva treba slijediti pravilo korištenja aktivnih glagola gdje je moguće (primjerice, preuzeti, pratiti, koristiti i slično). Primjer rezultata provedenog konačnoga grupiranja odgovora o znanjima i vještinama i ključnim poslovima prikazan je na slici 13.

Slika 13. Prikaz grupiranih odgovora o znanjima i vještinama i odgovora o ključnim poslovima za zanimanje elektroinstalater

A	B	C	D	E	F
1	kod ključnog posla	NAZIV SKUPINE KLJUČNOG POSLA	NAZIV SKUPINE ZNANJA I VJEŠTINE	navod poslodavca o ZNANJU I VJEŠTINAMA	navod poslodavca o KLJUČNOM POSLU
2	79	1 montiranje i spajanje	čitati sheme, nacrti i projekte	čitanje shema	spajanje strujnih krugova
3	60	1 montiranje i spajanje	čitati sheme, nacrti i projekte	čitati nacrti i projekte	montaža i spajanje rasvjete
4	60	1 montiranje i spajanje	spajati i montirati	montaža i spajanje	montaža i spajanje rasklopne opreme
5	60	1 montiranje i spajanje	poznavati programiranje	podešavanje, programiranje	montaža i spajanje rasklopne opreme
6	60	1 montiranje i spajanje	poznavati programiranje	podešavanje/programiranje upravljanja	montaža i spajanje rasvjete
7	60	1 montiranje i spajanje	poznavati programiranje	podešavati, programirati upravlja	montaža i spajanje elektromotornih pogona
8	60	1 montiranje i spajanje	poznavati materijal	poznavanje opreme	montaža i spajanje rasklopne opreme
9	79	1 montiranje i spajanje	poznavati materijal	poznavanje ele.materijala	spajanje strujnih krugova
10	60	1 montiranje i spajanje	poznavati materijal	poznavati opremu	montaža i spajanje elektromotornih pogona
11	60	1 montiranje i spajanje	partikularna znanja	podešavati zaštitne releje	montaža i spajanje elektromotornih pogona
12	60	1 montiranje i spajanje	ispravno koristiti alat, opremu i instrumente	raditi sa alatom	montaža i spajanje rasvjete
13	60	1 montiranje i spajanje	ispravno koristiti alat, opremu i instrumente	koristiti alat, opremu, mjerne instrumente	montaža i spajanje elektromotornih pogona
14	60	1 montiranje i spajanje	nejasni navodi	princip rada, upravljanja i zaštite	montaža i spajanje elektromotornih pogona
15	48	2 organiziranje rada	poznavati materijal	poznavati materijal	povrat materijala u skladište
16	48	2 organiziranje rada	poznavati materijal	popisati materijal po vrstama	povrat materijala u skladište
17	42	2 organiziranje rada	poznavati materijal	poznavati materijal	skupljanje instalaterskog materijala i alata potrebnih za posao
18	42	2 organiziranje rada	ispravno koristiti alat, opremu i instrumente	poznavati alat	skupljanje instalaterskog materijala i alata potrebnih za posao
19	63	2 organiziranje rada	navodi koji se na odnose na znanja i vještine	sve je već gore navedeno	organizacija poslova vezanih za elektro struku
20	66	2 organiziranje rada	pripremiti i organizirati radno mjesto	vodenje zaliba	
21	66	2 organiziranje rada	pripremiti i organizirati radno mjesto	preuzimanje robe	
22	66	2 organiziranje rada	pripremiti i organizirati radno mjesto	izdavanje robe	

7.6.2. Izvještavanje o rezultatima ispitivanja

- pisano izvješće o rezultatima ispitivanja
- neobrađeni, anonimizirani podaci u Excelu na temelju kojih je pisano izvješće (bez podataka o nazivu poslodavca, kontakt osoba i županije/općine)
- neovisno o neobrađenim podacima u Excelu priložiti popis poslodavaca koji su sudjelovali u istraživanju.

Elementi pisanog izvješća

1. Ciljevi i metodologija istraživanja
 - 1.1.Ciljevi istraživanja (ukratko)
 - 1.2.Opis ankete – nije potreban ako je riječ o standardnoj anketi
 - 1.3.Provedba istraživanja
 - 1.4.Struktura poslodavaca u istraživanju
2. Rezultati
 - 2.1.Opis radnih mjesta na kojima rade radnici u ispitivanim zanimanjima
 - 2.2.Ključni poslovi i specifična znanja i vještine
 - 2.3.Ključne kompetencije za cjeloživotno učenje
 - 2.4.Ostale generičke vještine
 - 2.5.Psihomotoričke sposobnosti

- 2.6. Obilježja radnog mesta i okoliša
 - 2.6.1. Radni okoliš
 - 2.6.2. Mjesto rada
 - 2.6.3. Radno vrijeme
 - 2.6.4. Tipične tjelesne aktivnosti
 - 2.7. Obrazovanje za radno mjesto
 - 2.7.1. Razina obrazovanja
 - 2.7.2. Najprikladniji obrazovni program
 - 2.7.3. Potrebno vrijeme za uvođenje u posao
 - 2.7.4. Dodatne potvrde o obrazovanju potrebne za rad na radnom mjestu
- 3. Zaključak
 - 4. Prilozi
 - 4.1. Radna mjesta opisivana u anketi
 - 4.2. Ključni poslovi
 - 4.3. Znanja i vještine potrebne za obavljanje ključnih poslova
 - 4.4. Obrazovanje potrebno za radno mjesto
 - 4.5. Dodatne potvrde o obrazovanju potrebne za rad

Ključni poslovi, znanja i vještine

Pri izvještavanju o provedenom grupiranju odgovora na pitanja o ključnim poslovima, znanjima i vještinama potrebno je dati detaljan pregled grupiranja prema prikazu na slici 13. Osim tog pregleda, potrebno je prikazati broj odgovora (navoda) koji čine pojedinu grupu i broj poslodavaca koji su te odgovore dali.

Navedeni podaci o broju poslodavaca i broju odgovora važni su radi procjene relevantnosti pojedinih odgovora i sveobuhvatnosti s obzirom na djelatnost kojom se poslodavac bavi i veličinu organizacije prema broju zaposlenih.

7.6.3. Stručno vrednovanje inicijalnoga grupiranja kompetencija iz Ankete o standardu zanimanja

Stručno vrednovanje inicijalnoga grupiranja kompetencija iz Ankete o standardu zanimanja napraviti će stručnjaci u okviru stručne radne skupine koju treba formirati na početku ovog procesa. Njezin je sastav određen u tekstu koji slijedi. To je nužno kako bi se povezalo znanje o funkciji radnog mesta, u što su najviše upućeni poslodavci, sa spoznajama o svim ostalim segmentima pojedinog zanimanja, pri čemu mogu pridonijeti ostali članovi radne skupine. Budući da će smjer njihova razgovora teći i prema povezivanju ključnih poslova i kompetencija, odnosno stručnoga grupiranja u skupove kompetencija, koji bi se trebali odražavati u standardu kvalifikacije, time će se u najvećoj mogućoj mjeri kompetencije povezati s ishodima učenja, što je i cilj cijelokupnog procesa Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira.

Stoga je važno da svi sudionici ove stručne skupine budu upoznati s time da je radno mjesto (ili više njih) temelj za određivanje ključnih poslova i kompetencija.

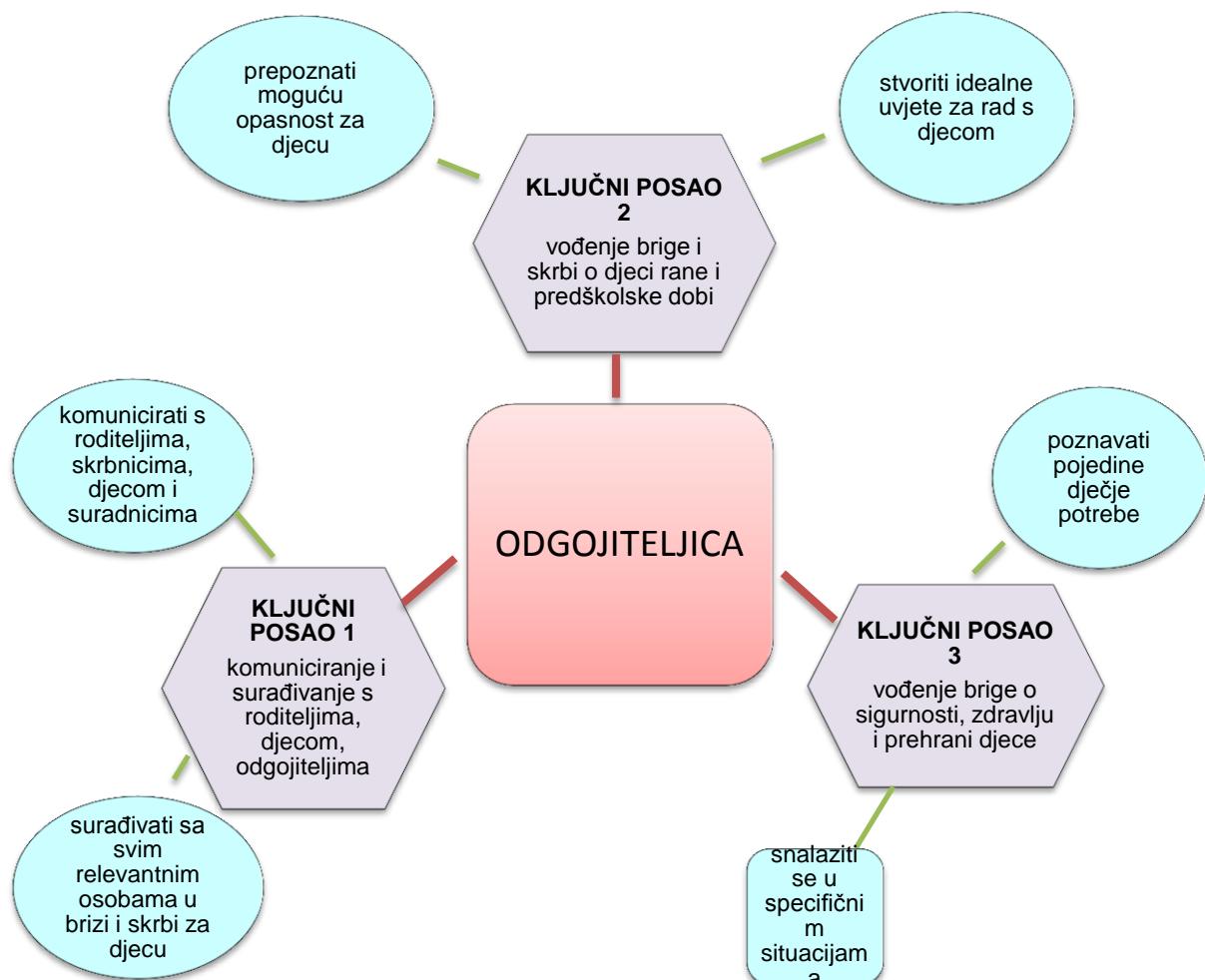
Organizacijska struktura pojedinog poduzeća rezultat je procesa raščlanjivanja te procesa grupiranja poslova i različitih zadataka, a oni se dodjeljuju počevši od pojedinačnog radnog mesta pa do organizacijskih jedinica na najvišoj razini. Raščlanjivanjem glavne djelatnosti poduzeća na određene

poslovne funkcije, a potom i na pojedinačne zadatke, odnosno poslovne procese, prilikom grupiranja zadataka dodjeljuju se radnicima na radnim mjestima, a tad se i određuje funkcija radnog mesta. Primjer radnog mesta s kratkim opisom u podsektoru Računalstva: Serviser osobnog računala (održava, otkriva i otklanja kvarove); Tehničar za podršku korisnicima (pomaže korisnicima u radu s računalima – instalira i namješta računala, printere i ostale); Web dizajner (izrađuje i održava internetske stranice).

Glavni kriteriji kvalitete standarda zanimanja jesu u njihovoј povezanosti sa stvarnom situacijom na nekom radnom mjestu i povezanost s potrebama i očekivanja obrazovnog sustava – u smislu smjernica za izradu obrazovnih programa.

Kako bi bilo jednostavnije razumjeti ovaj koncept, možemo se sjetiti mentalnih mapa - u središtu se nalazi ključna riječ (keyword), dakle ideja ili tema – standard zanimanja / skup kompetencija, a oko nje se dalje zrakasto granaju ostale zamisli i navodi (ključni poslovi, kompetencije). Svi su ti dijelovi međusobno povezani grafički, semantički i čine cjelinu, a elementi koji se granaju podijeljeni su u grupe. Svrha je tog strukturiranog prikaza lakše razumijevanje i/ili pamćenje nekoga gradiva te organizacija određenog tipa znanja kako bi se riješio neki problem ili donijela neka odluka. No najčešće će nam u sredini biti zanimanje, primjerice kozmetičar/ka ili odgajatelj/ica. Potom će biti oblikovane deblje grane – svaka grana predstavlja ključne poslove, a kako idemo dalje, manje grane predstavljaju kompetencije – najdetaljnija pojedinačna znanja i vještine.

Slika 14. Mentalna mapa ključnih poslova/kompetencija na primjeru odgojiteljice



Ako pak skup kompetencija može stajati zasebno i biti dio djelomične ili potpune kvalifikacije, onda ga slikovito možemo prikazati na jednakom primjeru mentalne mape - u sredini je skup kompetencija, a granaju se pripadajuće kompetencije, razvrstane prethodno po ključnim poslovima. Sad imamo sliku s manje grana, ali jednako strukturiranu kao standard zanimanja. Dakle, svaki skup kompetencija može stajati pojedinačno ili biti dio standarda zanimanja, što je korisno za planiranje standarda kvalifikacija, bilo djelomičnih ili cjelovitih. Skup kompetencija je nakon razvojne faze nužno prikazati i tablično prema zahtjevu iz B dijela obrasca.

Slika 15. Mentalna mapa skupa kompetencija

KLJUČNI POSLOVI	KOMPETENCIJE	RAZVRSTANE KOMPETENCIJE	SKUPOVI KOMPETENCIJA
KLJUČNI POSAO 1	kompetencija 1	kompetencija 2	SKUP KOMPETENCIJA 1
	kompetencija 2	kompetencija 4	
	kompetencija 3	kompetencija 4	
KLJUČNI POSAO 2	kompetencija 1	kompetencija 5	SKUP KOMPETENCIJA 2
	kompetencija 2	kompetencija 1	
	kompetencija 3	kompetencija 1	
	kompetencija 4	kompetencija 2	
KLJUČNI POSAO 3	kompetencija 1	kompetencija 1	SKUP KOMPETENCIJA 3
	kompetencija 2	kompetencija 2	
	kompetencija 3	kompetencija 2	
	kompetencija 4	kompetencija 3	
	kompetencija 5	kompetencija 3	
	kompetencija 6	kompetencija 3	
KLJUČNI POSAO 4	kompetencija 1	kompetencija 6	
	kompetencija 2	kompetencija 1	

Kako osim kompetencija i skupa kompetencija u standardu zanimanja za cjelovitu kvalifikaciju predlagatelj može predati zahtjev za upis samo jednog ili više skupova kompetencija za djelomičnu kvalifikaciju na bilo kojoj razini, tako se naše mentalno stablo može razgranati, a naše zanimanje može se oplemeniti novim znanjima ili vještinama.

7.6.4. Opis procesa grupnog rada u izradi SZ

7.6.4.1. Odabir sudionika stručne skupine

Sudionici u stručnoj skupini moraju biti predstavnici poslodavaca koji su relevantni u određenom zanimanju i koji poznaju različita radna mjesta vezana uza zanimanje, a poželjno bi bilo da imaju namjeru zaposliti na ovom radnom mjestu osobe koje će steći kvalifikaciju zasnovanu na odgovarajućem standardu zanimanja ili da imaju već zaposlene s istom ili srodnom kvalifikacijom. Također, **poslodavci koji su sudjelovali u Anketi o standardu zanimanja** mogu imati najveći doprinos u stručnom vrednovanju ključnih poslova i kompetencija.

Ako je moguće, potrebno je uključiti **stručnjake koji su predstavnici ustanova u kojima će se izvoditi obrazovni program zasnovan na standardu kvalifikacije**, odnosno budućem **standardu zanimanja**, ili **predstavnici raznih ustanova** koji su relevantni za ovo zanimanje, a da nisu nužno zaposlenici obrazovne ustanove (mogu biti, primjerice, predstavnici nekih državnih tijela nadležnih za sektor ili podsektor kojemu zanimanje pripada). Svaki predlagatelj ima slobodu oblikovati stručnu radnu skupinu prema veličini, no preporuka je da bude **najviše 10 osoba** kako bi skupina bila operativna.

7.6.5. Definiranje ključnih poslova i kompetencija na radionicama stručne radne skupine

7.6.5.1. Definiranje ključnih poslova

Radionice sa stručnjacima održavaju se da bi se donijela odluka o tome kako će se ključni poslovi smjestiti u unaprijed određene kategorije koje nisu promjenjive, a odabrane su na način da budu zajedničke svim zanimanjima, i to nakon inicijalnoga grupiranja koje je napravljeno od sirovih rezultata dobivenih Anketom o standardu zanimanja, neovisno o tome je li Anketa provedena u Hrvatskom zavodu za zapošljavanje ili ju je proveo sam predlagatelj.

Na taj način bit će sigurni da smo obuhvatili sve pripadajuće ključne poslove u pojedinom zanimanju, a to nam također pomaže u grupiranju dobivenih ključnih poslova u jednu od deset mogućih vrsta poslova u tablicu koju nazivamo **Tablica ključnih poslova**.

Tih deset vrsta poslova su sljedeće:

1. Analiziranje, planiranje i organizacija rada
 - odnosi se na određena znanja i vještine koji su dio promišljanja o tome što je potrebno učiniti kako bi se obavio neki posao, povezano je s pripremanjem i provjeravanjem radnog mjesa i opreme nužne za obavljanje posla. (primjer: za dentalnog/u asistenta/icu: dogovaranje dentalnog/e asistenta/ice sa stomatologom/injom vezano za organizaciju čekaonice).
2. Pripremanje radnog mjesa / poslovanja
 - odnosi se na poslove vezane uz pripremanje i provjeravanje radnog mjesa te opreme nužne za obavljanje posla. (primjer: za učitelja/icu: osiguranje uvjeta za učenje i rad u školskoj učionici).
3. Operativni poslovi vezani za zanimanje / radno mjesto
 - odnose se na najveći dio poslova koji se obavljaju unutar jednog zanimanja, povezani su s provedbom metoda, procesa i procedura za obavljanje glavnih poslova za pojedino zanimanje. (primjer: za arhitekta/icu to bi bio dovršenje projekta stambenog objekta; za odgajatelja/icu - odlaženje na izlete i šetnje izvan vrtića, poticanje talentirane djece ili praćenje i poticanje svih područja dječjeg razvoja).
4. Administrativni poslovi
 - riječ je o poslovima koji su povezani s bilježenjem i praćenjem te nadzorom radnih aktivnosti (primjer: vođenje potrebne dokumentacije (za brojna zanimanja)).
5. Komercijalni poslovi
 - to su svi poslovi povezani s marketingom, promocijom i prodajom proizvoda i usluga, a mogu biti i jednostavna težnja da se radno mjesto i kolege opišu kao afirmativni i poželjni za rad (primjer: sudjelovanje u promidžbenim poslovima (za brojna zanimanja)).
6. Komunikacija i suradnja s drugima
 - odnosi se na poslove povezane s komuniciranjem (usmena, pisana, uz pomoć informatičke tehnologije) sa strankama, suradnicima i drugim dionicima. (primjer: suradnja i profesionalna komunikacija s roditeljima, sa sustručnjacima i zajednicom (odgojitelji/ce, nastavnici/ce, učitelji/ce, profesori/ce).
7. Istraživanja, razvojni poslovi, inovacije
 - odnosi se na poslove u kojima se samostalno ili u suradnji sa sustručnjacima istražuje, razvija ili inovira pojedini proizvod, usluga ili bilo koji drugi resurs. (primjer: dizajneri/ce

eksterijera/interijera i slične kvalifikacije: primjenjivanje kreativnosti i inovativnosti u osmišljavanju prostora).

8. Osiguranje kvalitete

- odnosi se na poslove povezane s nadzorom, praćenjem i održavanjem kvalitete proizvoda ili usluga ili kojega drugog resursa, uključujući postavljanje standarda kvalitete, praćenje vlastitog rada i rada drugih osoba te primjenu vanjskih standarda kvalitete. (primjer: zadovoljavanje stručnih zahtjeva u organizaciji i unapređivanje proizvodnog procesa (zanimanje: inženjer/ka elektrotehnike zaposlen/a u proizvodnji)).

9. Zaštita zdravlja i okoliša

- poslovi povezani sa zaštitom vlastitog zdravlja te zdravlja suradnika, stranaka i ostalih te očuvanjem okoliša ispravnim korištenjem materijala i opreme te primjene sigurnosnih procedura i pravila. (primjer: briga o sigurnosti, zdravlju i prehrani starijih osoba u staračkom domu (zanimanje: njegovatelj/ica)).

10. Ostalo (prema potrebi)

- ako se dogodi da postoji određen broj kompetencija koje se ne mogu svrstati ni u jednu vrstu poslova, onda se svrstavaju u rubriku Ostalo, a najčešće to bi mogle biti neke od ključnih kompetencija.

Zadatak je stručnjaka da korištenjem **Tablice ključnih poslova** svaki od navedenih ključnih poslova dodijele u jednu od deset navedenih vrsta poslova. Stupac Vrste poslova nije promjenjiv, osim pod uvjetom da stručnjaci u radnoj skupini identificiraju ključni posao koji se ni po čemu ne može svrstati niti u jednu navedenu kategoriju. Kada šifriramo sve ključne poslove prema ovom kriteriju, lakše ćemo uočiti koji ključni poslovi nedostaju, ali i provjeriti jesmo li na odgovarajući način grupirali ključne kompetencije.

Tablica ključnih poslova

VRSTE POSLOVA	KLJUČNI POSLOVI	KOMPETENCIJE
1. Analiziranje, planiranje i organizacija rada		
2. Pripremanje radnog mjesata		
3. Operativni poslovi vezani za zanimanja / radno mjesto		
4. Administrativni poslovi		
5. Komercijalni poslovi		
6. Komunikacija i suradnja s drugima		
7. Istraživanja, razvojni poslovi, inovacije		
8. Osiguranje kvalitete		
9. Zaštita zdravlja i okoliša		
10. Ostalo (nadodati prema potrebi)		

Ilustrativni primjer Tablice ključnih poslova

VRSTE POSLOVA	KLJUČNI POSLOVI	KOMPETENCIJE
	1. Sudjelovanje u izradi godišnjeg plana i programa	<ul style="list-style-type: none"> - provesti zakonsku regulativu u području ranog i predškolskog odgoja i obrazovanja
		<ul style="list-style-type: none"> - koristiti timski rad sa stručnim djelatnicima ustanove
1. Analiziranje, planiranje i organizacija rada	2. Planiranje odgojno-obrazovnog procesa (dnevno, tjedno, mjesечно, godišnje)	<ul style="list-style-type: none"> - provesti godišnji plan i program
		<ul style="list-style-type: none"> - planirati dnevne, tjedne, mjesечne i godišnje aktivnosti
		<ul style="list-style-type: none"> - pokazati kreativnost i inovativnost u planiranju
	3. Osmišljavanje prostornih, materijalnih, vremenskih i ostalih uvjeta za provođenje odgojno-obrazovnog procesa	<ul style="list-style-type: none"> - kreirati prostorno-materijalno okruženje
		<ul style="list-style-type: none"> - organizirati sadržaje unutar zadanih vremenskih okvira

7.6.5.2. Struktura, sadržaj i dizajn radionice o ključnim poslovima

Za početak dobro je provesti proces razmjene mišljenja i raspravu s ciljem rješavanja problema ili prihvaćanja novih ideja sa skupinom stručnjaka o tome što oni misle koji bi ključni poslovi trebali biti povezani sa svakom od vrsta poslova, opisima u prethodnom dijelu. Za neke ključne poslove stručnjaci bi mogli imati mnoštvo navoda, a to će vjerojatno biti slučaj kod operativnih poslova koji su u svojoj osnovi upravo bit pojedinog zanimanja. Za ostale vrste poslova popis ključnih poslova bit će vjerojatno kraći, primjerice, osoba koja radi kao turistički vodič zasigurno neće obavljati poslove vezane uza zaštitu zdravlja i okoliša.

Ako se dobiju dugački popisi ključnih poslova, potrebno je zatražiti stručnjake da ih poredaju, a pritom se može postaviti sljedeće pitanje, ovisno o tome je li riječ o standardu za jedno zanimanje ili za skupinu zanimanja: „Koji su poslovi vezani uz radna mjesta u zanimanju važni, i to:

1. za sva zanimanja, unutar određene skupine zanimanja i/ili
2. za pojedinačna/specifična zanimanja?“

Bude li pritom došlo do rasprave, potrebno je preoblikovati pitanje za poslodavce, pri čemu ih možemo upitati da navedu različite vještine nužne da ih imaju njihovi zaposlenici. Ovaj način vođenja radionice strukturirat će sve što stručnjaci misle i sve što su naveli dotad kako bi se usuglasila moguća neslaganja.

Neslaganje se događa zbog toga što se u stvarnosti događa da osobe koje imaju isti posao, odnosno isto zanimanje (primjerice, pravnik/ica) ne obavljaju iste poslove i nemaju istu razinu odgovornosti, razinu znanja i slično za svako pojedino radno mjesto koje je vezano uza standard.

Tako predlagatelji standarda zanimanja moraju znati da su znanja i vještine, odnosno ključni poslovi i kompetencije vezani uz pojedino zanimanje drukčiji u poduzećima/ustanovama/organizacijama pa ih je potrebno uzeti u obzir u izradi standarda zanimanja. Stručnjaci u radnoj skupini će među ključnim poslovima koje smo naveli odvojiti one koji su važni za sve osobe s određenim zanimanjem (ili koje će se tek zaposliti u tom zanimanju) od onih koji se pojavljuju kao povremeni poslovi, a ovisno o unutarnjoj sistematizaciji neke organizacije, poduzeća ili ustanove. Primjerice, neki će poslodavci od prodavač/ice zahtijevati da znaju poslove uređenja polica (što češće radi trgovачki putnik za poduzeće koje distribuira proizvode u prodavaonici) i slično, no postoje poslodavci koji bi ove poslove dodijelili osobama koje rade u drugom zanimanju jer posjeduju prikladnija znanja i vještine, primjerice za dizajn izloga (zanimanje dizajner/ica interijera). Stoga je u standardu zanimanja važno uključiti znanja i vještine (kompetencije) koje variraju od poslodavca do poslodavca jer to daje potpuniju sliku o kompetencijama koje su potrebne pojedincu za određeno zanimanje. Ipak, ovdje se treba voditi logikom da se uključe one kompetencije za koje se stručna radna skupina usuglaši da su korisne i potrebne (premda neke od njih i ne trebaju nekom poslodavcu), pri čemu nije nužno uključiti kompetencije koje poslodavci u radnoj skupini sami navode da se stječu isključivo kroz rad kod poslodavca.

Kad se govori o navedenom, svakako je potrebno, ako je to moguće, uključiti i stručnjake koji će raditi na standardu kvalifikacije kako bi se moglo doći do kvalitetno povezanih ishoda učenja s kompetencijama i kako bi se dobio pregled koji će skupovi ishoda učenja biti obvezni, a koji izborni.

7.6.5.3. Naziv ključnih poslova

Za popisivanje ključnih poslova treba poštovati 2 pravila:

1. u oblikovanju navoda koristiti na početku glagolske imenice
2. koristiti kratke izjave, koje precizno opisuju poslove, a izbjegavaju se duge, opisne rečenice.

Naziv ključnog posla mora biti točan opis sadržaja posla. Poslodavac ili zaposlenik koji čita naziv ključnog posla mora dobiti prilično dobar uvid u to što naziv pokriva. Korištenje jednostavnog rječnika pomaže, ali to ne znači da sve treba pojednostaviti do te mjere da terminologiju može razumjeti i prosječna osoba. Važno je zapamtiti da pišemo za osobe koje su usko vezane uz sektor i zanimanje te bi trebale moći razumjeti terminologiju specifičnu za svoj sektor. Međutim, ne treba pretjerati s terminologijom koju neće moći razumjeti ostali poslodavci, pogotovo ako je riječ o ključnim poslovima koji su relevantni i kod drugih zanimanja ili sektora.

Primjer: Ključni posao naziva „Primjenjivanje zaštitnog premaza protiv bubrenja“ nalazi se unutar standarda zanimanja u sektoru graditeljstva. Prosječna osoba vjerojatno ne zna što je zaštitni premaz protiv bubrenja. Međutim, stručnjak zaposlen u toj grani graditeljstva svakako bi trebao prepoznati značenje naziva ovoga ključnog posla.

S obzirom na to da ključni poslovi predstavljaju ono što se od osobe očekuje da zna napraviti, logika je da svaki naziv ključnog posla sadržava glagolsku imenicu i objekt. Evo nekoliko primjera:

1. čišćenje podova odgovarajućim sredstvima
2. ispravljanje pogreške u sustavu
3. upravljanje projektima
4. održavanje učinkovitih radnih odnosa.

U nekim slučajevima dovoljno je koristiti glagolsku imenicu i objekt. U drugim slučajevima potrebno je dodati i kontekst ili okruženje da bismo naziv učinili jasnijim i preciznijim, no to ovisi o stručnoj radnoj skupini.

"Ukrcavanje radioaktivnog materijala na prijevozna sredstva" primjer je naziva ključnog posla koji u sebi sadrži i kontekst/okruženje. Netko tko zapisuje nazive ključnih poslova mogao je jednostavno napisati "Ukrcavanje radioaktivnog materijala". No tako ne bismo dobili informaciju o kontekstu. Sam glagol i imenica ne daju jasno do znanja je li riječ o ukrcavanju radioaktivnog materijala u kontejnere ili na police u skladištu. U prvom slučaju ovakvim pitanjima nema mesta jer je jasno izrečen kontekst/okruženje.

Dodatni primjeri konteksta ili okruženja u nazivu ključnog posla jesu:

1. osmišljavanje ideja za sadržaj igraonice u dječjem vrtiću
2. skrbljene o novorođenčadi na prenatalnom odjelu u bolnici
3. osposobljavanje za nastavak bavljenja sportskim aktivnostima.

U nekim slučajevima u nazivu može biti važno naznačiti da osoba nije u potpunosti odgovorna za ishod ključnog posla. Korištenjem izraza poput „pridonošenje...“, „asistiranje pri čemu...“ pomažemo čitatelju da odmah iz naziva ključnog posla shvati o kojoj je razini odgovornosti i samostalnosti osobe koja ga izvodi riječ.

Nakon što su stručnjaci oblikovali ključne poslove, bilo bi poželjno da prvu verziju dokumenta pročita i **neovisni stručnjak** koji će reći jesu li mu izjave dovoljno jasne, uz napomenu da se fokusira na poslove koje obavljaju pojedini zaposlenici u organizaciji. Ako se neovisni stručnjak izjasni pozitivno, to znači da su izjave jasne i jezgrovite, no ako je negativan, moguće je da su izjave predugačke, neprecizne ili nejasne.

Standardi zanimanja, zajedno s popisom ključnih poslova, pa i skupina kompetencija i kompetencija, objavit će se u **Podregistru standarda zanimanja**, koji će biti dostupan svima, odnosno najširoj javnosti, stoga dokument mora biti dovoljno jasan i precizan.

Nakon što su stručnjaci identificirali i razvrstali precizno ključne poslove u vrste poslova, dolazi dio u kojem određuju pripadajuća znanja i vještine, odnosno kompetencije.

7.6.5.4. Definiranje kompetencija

Kako bi se dovršilo definiranje svih potrebnih elemenata, stručnjaci trebaju popuniti treći stupac u Tablici ključnih poslova, gdje će se nalaziti konkretne kompetencije koje su dio ključnih poslova.

Kompetencije su, prema Zakonu o HKO-u, definirane kao skup znanja i vještina uz pripadajuću samostalnost i odgovornost u radu. Podrazumijeva se da ta znanja i vještine osoba s pojedinim zanimanjem zna primijeniti u praksi, a da bi osoba mogla pokazati kompetencije ili skup kompetencija koje je stekla, mora ih najprije naučiti - te se upravo zbog toga standard zanimanja koristi kao osnova za određivanje ishoda učenja i skupova ishoda učenja u standardu kvalifikacije te na koncu različitim obrazovnim programama.

7.6.5.5. Struktura, sadržaj i dizajn radionice o kompetencijama

Kompetencije, jednako kao ključni poslovi, trebaju biti logične, ako je moguće kratke i sažete izjave koje opisuju s jedne strane vještine potrebne za rad na radnom mjestu, dok s druge strane navode nužna znanja i razumijevanje. Tipično će ovo značiti da u obrascu B u kojem se navode zapisi kompetencija imamo dvije „vrste“ zapisa koji se odnose na:

- vještine ili
- znanje i razumijevanje.

Kod zapisa kompetencija možemo se voditi sljedećom formulom (nije obvezujuća):

- Glagol (opisuje što netko treba znati/moći) = **POSTIGNUĆE** + točno navođenje standarda prihvatljive izvedbe = **STANDARDI** + očekivani uvjeti u kojima se dolazi do postignuća (kontekst) = **UVJETI**
- **KOMPETENCIJA = POSTIGNUĆE + STANDARDI + UVJETI**

Važno je pri tome imati na umu da će definiranje standarda u velikoj mjeri zapravo dati „vrijednost“ cijeloj kompetenciji jer se ovdje radi o prihvatljivim kriterijima izvedbe. Kod pisanja tih kriterija važno je koristiti riječi koji su maksimalno konkretne i ako je moguće mjerljive. Ovaj zahtjev pokušat ćemo objasniti s nekoliko primjera:

Pretpostavimo da želimo iskazati kompetenciju vatrogasca, i to:

„identificirati i reagirati na hitne slučajeve“

Vidljivo je da nam nedostaje standard izvedbe i možda bi ga bilo najjednostavnije napisati ovako:

„identificirati i reagirati na hitne slučajeve pravodobno“

Ovakav zapis dobio je, istina, standard, ali nažalost ne takav koji je svakome jasan, odnosno jednoznačan. Naime, nekome bi reakcija u 15 minuta možda izgledala sasvim pravodobna, ali nije razvidno je li to u skladu sa standardima u vatrogastvu. U tom smislu bilo bi bolje izabrati drugačiji izričaj, primjerice:

„identificirati i reagirati na hitne slučajeve sukladno standardu“

Iako bolji, i ovakav zapis ostavlja prostora za nerazumijevanje i različita tumačenja jer nismo naveli koji od vatrogasnih standarda treba primijeniti. Još bolji zapis bi bio:

„identificirati i reagirati na hitne slučajeve sukladno standardu primjenom vrsti hitnog slučaja.“

Ovakav zapis dobro opisuje kriterije prihvatljivosti izvedbe, a s druge strane dovoljno je generički jer ostavlja prostora za razne hitne slučajeve. Nadalje, osim identifikacije i reakcije, ovako napisana kompetencija neizravno naglašava da osoba treba poznavati i odgovarajuće standarde te prepoznati onaj po kojem u određenoj situaciji treba reagirati.

Gornji primjer dali smo kako bismo potaknuli na promišljanje kod pripreme zapisa kompetencija da bi što preciznije opisale cijeli kontekst i standarde relevantne za radno mjesto. Ovako zapisane kompetencije mogu biti podloga za evaluiranje kvalitete rada pojedinca na odgovarajućem radnom mjestu, a isto tako i dobra podloga za izradu standarda kvalifikacije, odnosno pripadajućih ishoda učenja. Dakle, možemo zaključiti kako je **standard** zapravo element kojim se postavlja prihvatljiva razina izvedbe nekog posla.

Pri zapisivanju kompetencija važno je kod definiranja standarda izbjegavati riječi koje su nemjerljive i subjektivne, a koje se često „same nameću“ poput: relevantno, adekvatno, efikasno, učinkovito i slično. Ove riječi nisu „zabranjene“, ali ako postoje one koje bi objektivnije i mjerljivije opisale standard, trebalo bi izabrati takve.

Drugi važan element zapisa kompetencije jesu glagoli. Oni opisuju što netko treba znati/moći = **POSTIGNUĆE**. Moguće je koristiti one koji su dobiveni unutar Ankete o standardu zanimanja ili neke preformulirati. Prilikom navođenja glagola treba imati na umu dvije vrste kompetencija koje smo spomenuli. Kod kompetencija koje se odnose na vještine bit će razmjerno lako izabrati glagol jer je tu riječ o drukčijem načinu zapisa glagola koji biste i tako koristili opisujući pojedinu aktivnost (vještinu). Veći problem mogu predstavljati one kompetencije koje se odnose na znanje i razumijevanje, koje je moguće također zapisati korištenjem glagola (radi mogućnosti provjere stvarnog postojanja znanja). Kao primjeri često korištenih glagola, ovisno o razini kompleksnosti pojedine kompetencije navodimo: objasniti, nabrojiti, opisati, usporediti... Uz navedene moguće je koristiti i brojne druge aktivne i neaktivne glagole.

Treći element zapisa kompetencije predstavljaju **UVJETI** u kojima se dolazi do postignuća. Ovi uvjeti opisuju kontekst rada, a trebaju dati informaciju o:

- radnom kontekstu,
- samostalnosti i odgovornosti,
- kompleksnosti kompetencije.

Primjeri uvjeta koji opisuju **radni kontekst** su oni koji navode primjerice prostorne, vremenske i ostale resursi (pomoću čega će se nešto obaviti?; gdje?; kako?)

- Koristeći se računalom s CAD programskom podrškom
- Ručno

- Uz pomoć tokarskog stroja
- Napamet
- U radionici, korištenjem ručnih alata.

Primjeri uvjeta koji opisuju **samostalnost i odgovornost** su:

- Služeći se vodičem, bilješkama...
- Iz zadanog primjera
- Uza savjetovanje sa ...
- Koordinirajući grupu radnika

Primjeri uvjeta koji opisuju **kompleksnost** posla mogu biti:

- Na nepoznatom terenu
- U poznatom okruženju
- Za vrijeme štrajka.

Kompetencije bi onima koji čitaju standarde zanimanja trebale pomoći da u širinu i dubinu razumiju znanja i vještine. U određenom broju slučajeva, stupac „kompetencije“ sadržavat će prve indikacije o razini odgovornosti koja prati određeno zanimanje, primjerice, neke od kompetencija mogu biti davanje povratnih informacija drugim zaposlenicima, odlučivanje o rješavanju problematičnih situacija s klijentima i slično.

Popis kompetencija za svaki ključni posao mogao bi primjerice slijediti logičan slijed kojim bi neki pojedinac obavljao sve aktivnosti unutar nekog ključnog posla, ali on u formalnom smislu nije bitan. Ipak, ako se odlučite kompetencije pripremati na ovakav način, moglo bi biti lakše, a time su informacije predstavljene na logičan način. Od pomoći može biti da se zamisle sve aktivnosti na radnom mjestu koje pojedinac treba redom obaviti kako bi obavio određeni ključni posao.

U vrsti poslova – Komunikacija i suradnja s drugima – kao primjer u zanimanju odgojitelj/ica, nalazi se, među ostalima, ključni posao „komuniciranje i surađivanje sa svim relevantnim osobama tijekom procesa odgoja djece“, koji se sastoji od sljedećih kompetencija:

1. komunicirati s roditeljima, djecom i odgojiteljima te stručnim službama
2. surađivati s roditeljima, djecom i odgojiteljima te stručnim službama
3. rješavati problemske situacije razgovorom s relevantnim osobama.

Dakle, ovom ključnom poslu pridodane su tri kompetencije uz pomoć kojih se navedeni posao može obaviti, a riječ je o logičnoj podjeli zadataka vezanih uz komunikaciju u ovom zanimanju.

U ovom primjeru predlagatelj standarda zanimanja zauzeo je stav, na temelju informacija dobivenih od poslodavaca, da se komunikacija i suradnja razlikuju, te im treba prići odvojenim metodama. Iako bi se moglo raspravljati o tome je li riječ o doista različitim znanjima i vještinama koje su potrebne za obavljanje zadataka, te bi rasprave mogle biti dio rada među stručnjacima kako bi se došlo do logičnih zaključaka.

Kako bi se olakšao proces donošenja takvih odluka, važno je provjeriti sljedeće:

1. da su kompetencije izravno povezane s vrstama poslova i ključnim poslovima

2. da su kompetencije jasne i sažete
3. da stručnjaci smatraju kako je popis ključnih poslova i kompetencija potpun.

Kompetencije je, dakle, potrebno zapisati u tablicu ključnih poslova, ali tako da:

1. budu zapisane na način da se upotrebljavaju glagoli (aktivni i neaktivni, prema potrebi) te po potrebi preformulirane od onih koje su dobivene Anketom o standardu zanimanja, uz navođenje standarda i uvjeta
2. nema ponavljanja istih kompetencija unutar jednog standarda
3. izbacimo kompetencije koje evidentno (po mišljenju stručnjaka) nisu relevantne za to zanimanje ili su previše općenite (primjerice, kompetencija navedena u anketi je „spretnost“. Kada bi pisalo, primjerice, spretnost u izvođenju određenoga sadržaja s djecom predškolske dobi, to bi već nešto značilo, ali kada piše preopćenito, to ne možemo iskoristiti).

Pri ovom procesu, može se dogoditi da stručnjaci dobiju dugačak popis kompetencija, primjerice šest njih i više za jedan ključni posao. U tom je slučaju moguće popis razdijeliti u dva ključna posla, sa specifičnijim određenjem svakog pojedinog. Ipak, ako ostane i više kompetencija vezanih uz jedan ključni posao, to je sasvim prihvatljivo.

Primjerice, u zanimanju kuhar/ica, ključni posao pripremanje mesnih jela, koji može sadržavati 10 kompetencija, koje su logično predstavljene i valjane, time daju na važnosti ključnom poslu koji se može podijeliti na dva ili tri manja, primjerice: pripremanje jela od crvenog mesa, pripremanje jela od peradi, kuhanje jela od svih vrsta mesa i uređivanje mesnih jela za posluživanje.

7.6.5.6. Ključne kompetencije

U Tablicu ključnih poslova potrebno je unijeti i kompetencije koje su dobivene u Anketi, a koje poslodavcima nisu izravno vezane za specifične ključne poslove vezane uza zanimanje, nego su ih birali iz ponuđenog izbora. Riječ je konkretno o ključnim kompetencijama (za cjeloživotno učenje) – to su: materinski jezik i strani jezici, matematička kompetencija, digitalne i poduzetničke vještine, kompetencija učiti kako učiti i građanske kompetencije. Ove kompetencije također moramo dodati u Tablicu ključnih poslova, ali možemo ih dodati nevezano za neki od ključnih poslova jer se one obično smatraju preuvjetom za obavljanje mnogih poslova. Takve kompetencije će također biti grupirane u vrste kompetencija, ali mora biti navedeno da nije riječ o kompetencijama koje su vezane za ključne poslove nego su to ključne kompetencije i bilo bi poželjno da se to vidi. Dakle, kada se dodaje pojedina takva kompetencija u Tablicu, ove kompetencije dodaju se u redak pod nazivom Ostalo.

Nakon što je gotova Tablica ključnih poslova, u kojima su vidljivi ključni poslovi i kompetencije, iz nje se popunjava B dio obrasca prijedloga standarda zanimanja, odnosno jednostavno se kopiraj/zalijepi metodom popunjavaju ključni poslovi i pripadajuće kompetencije.

Kad je riječ o ostalim informacijama koje se nalaze u Anketi o standardu zanimanja, potrebno ih je uvrstiti u obrazac u dijelu Opis zanimanja koji će se regulirati standardom, pri čemu je bitno napisati u jednoj izjavi funkciju zanimanja, koja proizlazi iz funkcije radnog mesta ili više njih, iz čega proizlazi popis ključnih poslova i pripadajućih pojedinačnih kompetencija.

Kako bismo završili ispunjavanje B dijela obrasca (ostale podatke, primjerice, o uvjetima na radu) potrebno je samo pročitati i prepisati izjave iz Ankete o standardu zanimanja, uzimajući u obzir određena preoblikovanja o kojima će se usuglasiti stručnjaci u radnoj skupini.

7.7. Primjer 2 – metodologija u kojoj se sektorski stručnjaci uključuju od početka analize

7.7.1. Grupiranje podataka

Postupak analize rezultata ankete koji dajemo na ovom mjestu ne razlikuje se značajno od postupka koji je detaljno opisan u gornjem primjeru, pri čemu ključnu razliku čini pristup korištenja 10 vrsta poslova od početka analize (a ne na kraju analize, kako je prikazano u prethodnom primjeru). Naime, na ovaj je način u nekoliko iteracija moguće provoditi analizu manjih setova podataka te uključenjem sektorskih stručnjaka u ranijoj fazi analize doći do istih rezultata uz nešto manje analitičkog rada. Postupak u ovom primjeru također započinje prikupljanjem sirovih podataka od poslodavaca koji su dostupni iz ankete. Prikaz osnovnih podataka u tabličnoj formi kakav se dobije izravno iz ankete (bez uređivanja ili preimenovanja stupaca) dostupan je na slici 16.

Slika 16. Prikaz rezultata anketiranja poslodavaca

A	B	C	D	E	F	G
1 id	b6gradnja	b6znanje	uskolinum	znanje b1	b3	
2 40	kotakt s gostima, korspondencija	kultura ophodjenja prema stranci	kroz radno iskustvo	3 recepcioner - korespondent	kontakt s gostima, bilo ozr;	
3 40	kotakt s gostima, korspondencija	strani jezici	oboje istaknuto	3 recepcioner - korespondent	kontakt s gostima, bilo ozr;	
4 49	planiranje aktivnosti agencije u sljedećem razdoblju	poznavati trendove	kroz radno iskustvo	3 direktor tvrtke / predsjednik uprave	upravljanje tvrtkom u svim s	
5 49	planiranje aktivnosti agencije u sljedećem razdoblju	poznavati tržište	kroz radno iskustvo	3 direktor tvrtke / predsjednik uprave	upravljanje tvrtkom u svim s	
6 49	upravljanje svim poslovim procesima	upravljati poslovanjem	kroz radno iskustvo	3 direktor tvrtke / predsjednik uprave	upravljanje tvrtkom u svim s	
7 49	upravljanje svim poslovim procesima	donositi planove poslovanja	kroz radno iskustvo	3 direktor tvrtke / predsjednik uprave	upravljanje tvrtkom u svim s	
8 49	upravljanje svim poslovim procesima	voditi financije	kroz skolovanje	3 direktor tvrtke / predsjednik uprave	upravljanje tvrtkom u svim s	
9 49	vođenje finansijskih procesa	poznavati finansijsko poslovanje	kroz skolovanje	3 direktor tvrtke / predsjednik uprave	upravljanje tvrtkom u svim s	
10 51	edukacija	znanje	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
11 51	edukacija	iskustvo	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
12 51	edukacija	priznanje od struke	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
13 51	edukacija	prezentacija znanja	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
14 51	edukacija	spremnost na prijenos znanja	kroz radno iskustvo	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
15 51	managment	voditi tim	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
16 51	managment	biti odgovoran	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
17 51	managment	stvarati nove poslove	oboje istaknuto	2 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
18 51	managment	komunikativan	kroz radno iskustvo	1 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
19 51	managment	inovativan	kroz radno iskustvo	1 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
20 51	networking	puno poznanstava	kroz radno iskustvo	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	
21 51	networking	zelja za spajanjem osoba	kroz radno iskustvo	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kor	

Imena stupaca su sljedeća:

B – ključni poslovi

C – znanja i vještine

D – kako se stječe (poželjan način usvajanja znanja)

F – zanimanje (radno mjesto)

Ovu tablicu možemo radi razumijevanja zvati Tablica rezultata. Iz Tablice rezultata potrebno je prepoznati stvarno značenje pojedinih stupaca te u prvom koraku preimenovati stupce i dodati dodatne, pomoćne stupce (prikazani u primjeru na slici 17.) koje ćemo koristiti za grupiranje znanja i vještina (kompetencija). Nakon što se odradi ovaj korak, tablica će izgledati na sljedeći način:

Slika 17. Uređena tablica rezultata s dodanim stupcima

A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	Id	Vrsta	Vrsta	Ključni poslov	Znanja i vještine	Kako se stječe	Buduća potreba	zanimanje	Opis funkcije
2	40	6	6	kontakt s gostima, korespondencija	kultura ophodjenja prema stranci strani jezici	kroz radno iskustvo oboje istaknuto	3 recepcioner - korespondent	kontakt s gostima, bilo ozrnvi bilo putem telefona ili kontakt s gostima, bilo ozrnvi bilo putem telefona ili	
3	40	6		kontakt s gostima, korespondencija	poznavati trendove	kroz radno iskustvo	3 recepcioner - korespondent	kontakt s gostima, bilo ozrnvi bilo putem telefona ili	
4	49	1	1	planiranje aktivnosti agencije u sljedećem razdoblju	poznavati tržište	kroz radno iskustvo	3 direktor tržište / predsjednik uprave	upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja, upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja,	
5	49	1		planiranje aktivnosti agencije u sljedećem razdoblju	upravljati poslovanjem	kroz radno iskustvo	3 direktor tržište / predsjednik uprave	upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja, upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja,	
6	49	3	3	upravljanje svim poslovim procesima	donositi planove poslovanja	kroz radno iskustvo	3 direktor tržište / predsjednik uprave	upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja, upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja,	
7	49	3		upravljanje svim poslovim procesima	voditi finansije	kroz skolovanje	3 direktor tržište / predsjednik uprave	upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja, upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja,	
8	49	3		upravljanje svim poslovim procesima	poznavati financijsko poslovanje	kroz skolovanje	3 direktor tržište / predsjednik uprave	upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja, upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja,	
9	49	5	5	vodenje finansijskih procesa	znanje	kroz istaknutost	3 direktor tržište / predsjednik uprave	upravljanje tržkom u svim segmentima poslovanja, dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	
10	51	2	2	edukacija	iskustvo	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	
11	51	2		edukacija	priznanje od struke	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	
12	51	2		edukacija	prezentacija znanja	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	
13	51	2		edukacija	spremnost na prijenos znanja	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	
14	51	2		edukacija	voditi tim	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	
15	51	3	3	management	znanje	oboje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodisnje iskustvo i kontakte u turizmu pretociti i	

Dva naknadno dodana stupca zaokružena su crveno. Riječ je o stupcima koji će pomoći da grupiramo dobivene ključne poslove (stupac D) u jednu od 10 mogućih vrsta ključnih poslova (detaljno objašnjeno u prethodnom poglavljaju).

Dodavanje šifre koja označava vrstu ključnog posla izvodi se na način da se u stupcu B svakom zapisu (svakom retku) dodaje oznaka 1-10 koja označava pripadnost nekoj vrsti ključnih poslova. Budući da su poslodavci, koji su ispunjavali anketu, dali više kompetencija za isti ključni posao, potrebno je u stupcu C označiti šifru samo za jedan naziv ključnog posla, a ne za sva njegova ponavljanja. Ovaj primjer vidljiv je u slici 18. gdje je poslodavac dao ukupno 5 različitih kompetencija za ključni posao „edukacija“. Vidi se da je u stupcu B svakom dana oznaka 2, što znači da su stručnjaci analizirajući rezultate odredili da edukacija spada u skupinu 2 - Priprema radnog mesta / poslovanja. Jednako je tako vidljivo da je u stupcu C oznaka 2 stavljena samo u retku 10, odnosno kod prvog navođenja naziva ključnog posla.

Slika 18. Grupiranje pojedinih kompetencija u skupine korištenjem B i C stupca tablice

4	49	1	1	planiranje aktivnosti agencije u sljedećem razdoblju	poznavati trendove	kroz radno iskustvo
5	49	1		planiranje aktivnosti agencije u sljedećem razdoblju	poznavati tržište	kroz radno iskustvo
6	49	3	3	upravljanje svim poslovim procesima	upravljati poslovanjem	kroz radno iskustvo
7	49	3		upravljanje svim poslovim procesima	donositi planove poslovanja	kroz radno iskustvo
8	49	3		upravljanje svim poslovim procesima	voditi finansije	kroz skolovanje
9	49	5	5	vodenje finansijskih procesa	poznavati financijsko poslovanje	kroz skolovanje
10	51	2	2	edukacija	znanje	oboje istaknuto
11	51	2		edukacija	iskustvo	oboje istaknuto
12	51	2		edukacija	priznanje od struke	oboje istaknuto
13	51	2		edukacija	prezentacija znanja	oboje istaknuto
14	51	2		edukacija	spremnost na prijenos znanja	kroz radno iskustvo
15	51	3	3	management	voditi tim	oboje istaknuto
16	51	3		managment	biti odgovoran	oboje istaknuto
17	51	3		managment	stvarati nove poslove	oboje istaknuto
18	51	3		managment	komunikativan	kroz radno iskustvo

Ovakav pristup omoguće da se jednostavnim filtriranjem stupaca može dobiti popis svih ključnih poslova navedenih samo jedanput (filtriranje po stupcu C). To će nam pak biti potrebno kako bismo vidjeli koje smo sve ključne poslove dobili u nekoj vrsti ključnih poslova. Korištenjem filtriranja tablice moguće je pripremiti novu tablicu sa samo tri stupca koja nam predstavlja drugi korak procesa pripreme B dijela formulara za standard zanimanja. Ovu tablicu možemo radi razumijevanja zvati Tablica vrsta poslova. U prvom će stupcu biti naziv vrste ključnih poslova (onih 10 koje smo predložili). U drugom će biti naziv ključnih poslova koji spadaju u tu vrstu, a u trećem pripadajuće kompetencije (znanja i vještine) za svaki ključni posao. Dakle, zadatak je sada pripremiti tablicu vrsta poslova s tri stupca koja će se popuniti podacima iz Tablice rezultata. Osim korištenja filtriranja i kopiranja, ključni element je znanje stručnjaka koji će na ovome raditi i koji poznaju zanimanje za koje se radi standard zanimanja. Ovaj postupak predlažemo raditi kroz stručnu radnu skupinu s poslodavcima (dio metodologije rada u grupi već je opisan). Dakle, nakon filtriranja tablice rezultata po vrstama ključnih poslova (stupac C), dobit ćemo prikaz kao na slici 19.

Slika 19. Grupirani prikaz po skupinama ključnih poslova

A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1	Id	Vrsta	Vrsta	Ključni poslovi	Znanja i vještine	Kako se stječe	Buduća potreba	zanimanje	Opis funkcije
10	51	2	2	2 edukacija	znanje	obje istaknuto	3 konzultant u turizmu	dugogodišnje iskustvo i kontakte u turizmu	
33	51	2	2	2 savjetovanje	iskustvo	kroz radno iskustvo	2 konzultant u turizmu	dugogodišnje iskustvo i kontakte u turizmu	
84	56	2	2	2 pružanje stručne pomoći turističkim gospodarskim subjektima / evaluirati trendove u turističku kroz radno iskustvo	pružiti svim kandidatima jednake moći	kroz radno iskustvo	2 savjetnik u sektoru za turizam savjetodavnim uslugama zastupajući interese	direktor službe za usluge posjetitelji	
185	93	2	2	2 odabir kadrova	procjena kvalitete rada svakog pojedinca	kroz radno iskustvo	2 direktor službe za usluge posjetitelji	Celina osoba zadužena je za kvalitetno svak	
197	93	2	2	2 usavršavanje kadrova	organizacija	kroz radno iskustvo	3 direktor turističkog ureda	radnik treba biti poduzetan i inovativan i na l	
202	95	2	2	2 edukacija	odabrali teme	kroz skolovanje	2 direktor sektora za turizam	zastupanje članica turističkog sektora pred	
320	114	2	2	2 organiziranje edukacija članica prema					

Na ovaj način moguće je razmjerno lako pregledati koji su sve ključni poslovi stavljeni u neku vrstu te koja su preklapanja, odnosno ponavljanja. Nakon toga u novu Tablicu vrsta poslova pod vrstu poslova 2 ubacit će se oni ključni poslovi koji su dobiveni filtriranjem u stupcu D tablice rezultata, ali izbjegći će se ponavljanja te će se eventualno neki ključni poslovi preformulirati ili čak potpuno izostaviti ako stručnjaci utvrde da:

- takav posao zapravo ne spada u tu vrstu (*tada mu treba dati odgovarajuću*) ili
- da bi on spadao u tu vrstu poslova, ali nije relevantan za to zanimanje. Takav primjer bio bi da je neki poslodavac ispunjavajući anketu o zanimanju „projektant informacijskog sustava“ definirao ključni posao „priprema alata za bušenje zida“. Ovaj posao zaista spada u vrstu 2 „priprema radnog mesta / poslovanja“, ali on bi više odgovarao zanimanju električar nego projektant informacijskog sustava, pa će se takav zapis zanemariti, odnosno njega ne treba prebaciti u tablicu vrsta poslova.

Nakon toga će se u stupce B i C dodavati pojedini ključni poslovi i pripadajuće kompetencije na način da će se filtrirati tablica rezultata i provesti analiza pojedinog predloženog ključnog posla od strane stručnjaka te će se na temelju unosa rezultata ankete i rasprave na fokus grupi unositi prvo ključni poslovi i onda zapisi potrebnih kompetencija. Na slici 20. vidi se kako izgleda dijelom popunjena Tablica vrsta poslova u kojoj su ključni poslovi dobiveni dijelom iz Ankete, odnosno tablice rezultata (označeni crnom bojom), a dijelom su ih stručnjaci uključeni u fokus grupu sami dodali jer ih poslodavci koji su ispunjavali Anketu nisu identificirali (označeni crveno).

Slika 20. Popunjena tablica vrsta poslova

A	B		C
1	Dodatačni pomoći stupac	Obvezni stupac	Pripadajuća znanja i vještine
2	Vrsta poslova	Ključni poslovi	Kompetencija (treba biti osposobljen za ili treba znati)
3		Planiranje razvoja organizacijske jedinice koju vodi	poznavanje potencijala organizacije, poznavanje trendova i tržišta (domaćeg i međunarodnog), analitičke sposobnosti i sposobnost sinteze planiranje
4		Razvoj novih proizvoda i usluga	dobro poznavanje postojećih proizvoda, metode razvoja proizvoda i usluga u turizmu, poslovni plan za razvoj proizvoda, iterativni pristup razvoju proizvoda, poznavanje novih tehnologija (ICT)
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12	Analiza, planiranje i organizacija rada	Sistematisacija radnih mesta i organizacija rada	podjeliti zadatke i odgovornosti između članova projektnog ili programskog tima, poznavanje pravne regulative u području turizma i rada, izrada opisa radnih mesta, uspostava radnih procedura i metodologije mjerjenja uspješnosti
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19		Izrada strateških dokumenata	poznavanje alata za strateško planiranje (stabilo problema i ciljeva, SWOT), pismeno izražavanje
20		Preprema za projektno financiranje	poslovno planiranje na razinu organizacije, osnovno poznavanje mogućnosti financiranja iz EU i drugih fondova
21		Preprema za projektno financiranje	stvaranje zalilne projektnih ideja
22		Strateško planiranje	
23		Izrada finansijskih planova	
24		Analize potreba korisnika	
25			
26		Odabir kadrova i zapošljavanje	
27	Priprema radnog mesta / poslovanja	Edukacija i usavršavanje članova tima	
28			
29			
30			

Nakon što se u Tablici rezultata definira neki ključni posao koji zaista treba upisati u Tablicu vrsta poslova, potrebno je za njega pogledati sve dobivene kompetencije i onda ih prebaciti (nakon

preformulacije sukladno uputi o pisanju kompetencija) u stupac C tablice. Ovo je najlakše napraviti filtriranjem Tablice rezultata po stupcu B kako je prikazano na slici 21., tako da se dobiju sve kompetencije za ključne poslove iz neke vrste poslova.

Slika 21. Filtriranje Tablice rezultata po vrstama poslova

	A	B	C	D	E	F
1	id	Vrsta	Vrsta	Ključni poslovi	Znanja i vještine	Kako se stječe
10	51	2	2	edukacija	znanje	oboje istaknuto
11	51	2	2	edukacija	iskustvo	oboje istaknuto
12	51	2	2	edukacija	priznanje od struke	oboje istaknuto
13	51	2	2	edukacija	prezentacija znanja	oboje istaknuto
14	51	2	2	edukacija	spremnost na prijenos znanja	kroz radno iskustvo
33	51	2	2	savjetovanje	iskustvo	kroz radno iskustvo
34	51	2	2	savjetovanje	ideje	kroz radno iskustvo
84	56	2	2	pružanje stručne pomoći turističkim go	pratiti i evaluirati trendove u turističkom gospodarstvu	kroz radno iskustvo
85	56	2	2	pružanje stručne pomoći turističkim go	pratiti stručnu platformu u turizmu	kroz skolovanje
86	56	2	2	pružanje stručne pomoći turističkim go	konceptualno promišljati	kroz radno iskustvo
87	56	2	2	pružanje stručne pomoći turističkim go	stručno promišljati stručnu problematiku	kroz skolovanje
88	56	2	2	pružanje stručne pomoći turističkim go	komunicirati stručnu problematiku	kroz skolovanje
185	93	2	2	odabir kadrova	priužiti svim kandidatima jednake mogućnosti	kroz radno iskustvo
186	93	2	2	odabir kadrova	prepoznati kvalitetne osobе	kroz radno iskustvo
187	93	2	2	odabir kadrova	procijeniti sveukupnu kvalitetu svakog pojedinačnog	kroz radno iskustvo
188	93	2	2	odabir kadrova	dionjiti odluku o odabiru kadra	kroz radno iskustvo
197	93	2	2	usavršavanje kadrova	procjena kvalitete rada svakog pojedinca	
198	93	2	2	usavršavanje kadrova	procjena potrebe za daljnji usavršavanjem	
199	93	2	2	usavršavanje kadrova	procjena kadrova koji se posebno ističu u radu	
200	93	2	2	usavršavanje kadrova	slanje na dogovorenu edukaciju	
201	93	2	2	usavršavanje kadrova	pružanje rada nakon obavljene edukacije	
202	95	2	2	edukacija	organizacija	kroz radno iskustvo
203	95	2	2	edukacija	potrebe tržišta	kroz skolovanje
320	114	2	2	organiziranje edukacija članica prema	odabrati teme	kroz skolovanje
321	114	2	2	organiziranje edukacija članica prema	pronaći predavače	kroz radno iskustvo
328						

Čitajući kompetencije prikazane u stupcu E (znanja i vještine), potrebno ih je prepisati u tablicu vrsta poslova, ali tako da:

- kompetencije budu što kvalitetnije zapisane i po potrebi preformulirane (više o zapisu kompetencija možete pronaći u prethodnom poglavljiju)
- nema ponavljanja istih kompetencija
- izbacimo kompetencije koje evidentno (po mišljenju stručnjaka) nisu relevantne za to zanimanje ili su jednostavno previše općenite (npr. u prikazanom primjeru jedna kompetencija navedena u retku 10 je „znanje“. Kada bi pisalo npr. „Znanje o ISO 9001 standardu“, to bi već bilo nešto, ali kada piše samo „znanje“, to ne možemo iskoristiti).
- imamo samo jednu kompetenciju u svakom retku, ne dugačke rečenice s više kompetencija.

Prema ključnim kompetencijama i u ovom pristupu postupamo jednako kao što je već opisano.

Nakon što je gotova Tablica vrsta poslova, moguće je iz nje odgovoriti na B dio obrasca za prijedlog standarda zanimanja, odnosno moguće je kopiranjem ispuniti pitanje o ključnim poslovima i potrebnim kompetencijama.

7.7.2. Izvještavanje o rezultatima ispitivanja

- pisano izvješće o rezultatima ispitivanja
- neobrađeni, anonimizirani, podaci u Excelu na temelju kojih je pisano izvješće (bez podataka o nazivu poslodavca, kontakt-osoba i županije/općine)
- neovisno o neobrađenim podacima u Excelu priložiti popis poslodavaca koji su sudjelovali u istraživanju

Elementi pisanih izvješća

1. Ciljevi i metodologija istraživanja
 - 1.1.Ciljevi istraživanja (ukratko)
 - 1.2.Opis ankete – nije potreban ako se radi o standardnoj anketi
 - 1.3.Provedba istraživanja
 - 1.4.Struktura poslodavaca u istraživanju
2. Rezultati
 - 2.1.Opis radnih mesta na kojima rade radnici u ispitivanom zanimanju
 - 2.2.Ključni poslovi i specifična znanja i vještine
 - 2.3.Ključne kompetencije za cjeloživotno učenje
 - 2.4.Ostale generičke vještine
 - 2.5.Psihomotoričke sposobnosti
 - 2.6.Obilježja radnog mesta i okoliša
 - 2.6.1. Radni okoliš
 - 2.6.2. Mjesto rada
 - 2.6.3. Radno vrijeme
 - 2.6.4. Tipične tjelesne aktivnosti
 - 2.7.Obrazovanje za radno mjesto
 - 2.7.1. Razina obrazovanja
 - 2.7.2. Najprikladniji obrazovni program
 - 2.7.3. Potrebno vrijeme za uvođenje u posao
 - 2.7.4. Dodatne potvrde o obrazovanju potrebne za rad na radnom mjestu
3. Zaključak
4. Prilozi
 - 4.1.Radna mesta opisivana u anketi
 - 4.2.Ključni poslovi
 - 4.3.Znanja i vještine potrebne za obavljanje ključnih poslova
 - 4.4.Obrazovanje potrebno za radno mjesto
 - 4.5.Dodatne potvrde o obrazovanju potrebne za rad.

Ključni poslovi, znanja i vještine

Pri izvještavanju o provedenom grupiranju odgovora na pitanja o ključnim poslovima, znanjima i vještinama, potrebno je dati detaljan pregled grupiranja. Osim tog pregleda, potrebno je prikazati broj odgovora (navoda) koji čine pojedinu grupu i broj poslodavaca koji su te odgovore dali.

Navedeni podaci o broju poslodavaca i broju odgovora važni su radi procjene relevantnosti pojedinih odgovora i sveobuhvatnosti s obzirom na djelatnost kojom se poslodavac bavi i veličinu organizacije prema broju zaposlenih.

7.8. Analiziranje skupova kompetencija

Prije svega, važno je istaknuti kako smo došli do zadnje faze popunjavanja B obrasca - riječ je o istom popisu kompetencija koji je razvrstan po ključnim poslovima, samo se te iste kompetencije razvrstavaju po skupovima kompetencija, koje je potrebno precizno definirati kako bi korespondirali sa skupovima ishoda učenja u standardu kvalifikacije.

Nakon što se sve kompetencije u Tablici ključnih poslova dodijele u neku od skupina, moguće je koristeći jednostavno filtriranje po skupinama ispuniti preostali dio tablice u B dijelu obrasca za prijavu standarda zanimanja:

Naziv skupa kompetencija 1	Kompetencija Kompetencija Kompetencija
----------------------------	--

Takvim filtriranjem dobit će se popis svih kompetencija koje su svrstane u neku od skupina, neovisno iz kojeg ključnog posla, odnosno vrste poslova iz koje dolaze, odnosno svaka od kompetencija iste logičke skupine dodaje se odgovarajućem skupu kompetencija s odgovarajućim nazivom.

Kako bismo ih jednostavnije prikazali, svi skupovi kompetencija moraju imati naziv koji je:

1. jasan, sažet i odražava sadržaj skupa, odnosno pripadajućih pojedinačnih kompetencija
2. smislen sam po sebi i ne referira se ni na jednu informaciju koja je izvan skupa, uključujući i ostale skupove u standardu zanimanja
3. ne uključuje referiranje na razine HKO-a.

Primjeri:

1. Izrada funkcionalne specifikacije (SZ Programer web aplikacija, razina HKO 6)
2. Razrada platformi (SZ Stručnjak za digitalni sadržaj, razina HKO 6)
3. Analiza tla i poljoprivrednih proizvoda (SZ Agrotehničar, razina HKO 4.2).

7.8.1. Zašto su nazivi skupova važni?

Skupovi kompetencija moraju imati nazine koji će opisivati sadržaj na koristan i precizan način kako bi ih bilo lakše pronaći u Registru HKO-a, odnosno Podregistru standarda zanimanja.

Nazivi informiraju i polaznika obrazovnog procesa i potencijalnog poslodavca ili određenu instituciju/ustanovu o tome što polaznik zna i/ili može raditi na radnome mjestu.

Naziv skupa kompetencija stoga mora biti što jasniji:

1. kako bi korisnici mogli locirati skupove koji su u skladu s njihovim potrebama;
2. budući da će biti zapisan u Registru i na svim pripadajućim dokumentima, potrebno je da jasno odražava i postignuća polaznika obrazovne ustanove;
3. kako bi pomogao u identifikaciji skupova sa sličnim/čestim sadržajem i time pridonio izuzeću i priznavanju prethodnog učenja.

U slučaju da dva skupa kompetencija imaju isti naziv, njihovi sadržaji (razvrstani prema znanju i vještinama) bit će prepoznati u Registru kao jednaki, nakon čega će se moći, ako predlagatelj smatra da je moguće, prenijeti u druge standarde zanimanja. U tome će biti korisna i šifra skupa kompetencija, kojom će se lakše moći identificirati pripadnost skupa određenom sektoru, odnosno sektorskog zanimanju.

7.8.2. Ključne točke o kojima treba voditi brigu kad se pišu skupovi kompetencija

Naziv skupa kompetencija treba biti zbroj postignuća-kompetencija unutar skupa. Treba ga odlikovati jasnoća i jednoznačnost i potrebno je da odražava postignuća navedena u pojedinačnim kompetencijama unutar navedenog skupa. U slučaju da je teško ili nemoguće u nazivu jasno sažeti kompetencije u skupu, kompetencije se trebaju revidirati kako bi se osigurala koherentnost skupa.

7.8.3. Ograničenja u dužini naziva

Ne postoji propisana dužina i može biti teško održati naziv sažetim, a da odražava sve kompetencije u skupu. Preporučuje se držati ravnotežu između dužine i složenosti kompetencija u skupu, odražavajući tako obujam i sadržaj skupa.

7.8.4. Što treba izbjegavati kod naziva skupova kompetencija?

Skup kompetencija iz Registra može se koristiti, ako je to moguće, unutar niza standarda zanimanja, kao i okruženja u kojima se stječu, i može imati različit status unutar različitih standarda zanimanja. Stoga naziv skupa ne smije sadržavati sam naziv standarda zanimanja, brojčane oznake, nazive modula, šifre ili poveznice na status koji ima unutar standarda zanimanja, primjerice „obvezno“ ili „izborne“. Skup kompetencija mora biti samostalan u smislu da se može koristiti i izvan određenog standarda zanimanja. Bilo koja specifična informacija usko vezana uza zanimanje mora biti obrazložena u uputama o načinu smještanja skupa kompetencija unutar zanimanja, a ne u nazivu samog skupa kompetencija.

Naziv skupa kompetencija ne bi trebao pružati poveznicu prema postojećim metodama vrednovanja jer na taj način u budućnosti onemogućavamo korištenje alternativnih metoda vrednovanja, što u konačnici vodi prema onemogućavanju korištenja skupova kompetencija u različitim kontekstima i standardima zanimanja.

7.8.5. Kada uključiti kontekst u naziv skupa kompetencija?

Skup kompetencija može, ali i ne mora imati naziv koji ga uključuje određeni kontekst. U slučaju gdje su ishodi učenja generički i prenosivi između različitih konteksta, poželjno je i imati generički naziv skupa kompetencija. Primjerice, to može biti u Podsektoru Ugostiteljstvo - Priprema jela. U drugom slučaju postoji potreba da se uvede kontekst kako bi se spriječila pogrešna interpretacija i olakšao odabir i korištenje odgovarajućih skupova kompetencija. Primjerice, kompetencije koji se odnose na upravljanje, mentorstvo ili savjetovanje mogu sadržavati ključne riječi koje su općenite i primjenjive u više različitih konteksta. Ako su kompetencije unutar skupa kompetencija dovoljno općenite da ih se može prenosi u drugi kontekst, naziv skupa kompetencija ne mora sadržavati kontekst. Primjerice, skup Mentorske vještine može se koristiti u raznim kontekstima. Međutim, kada su kompetencije unutar skupa specifične za određen kontekst ili ciljnu skupinu, obavezno je to i naznačiti u nazivu skupa kompetencija. Dobar primjer za to predstavlja skup kompetencija Mentorske vještine za rad s mladim ljudima. Također, ponekad naziv skupa kompetencija jednostavno nema smisla ako ne sadrži kontekst. Primjerice, skup kompetencija Rad s drugim ustanovama u potpunosti je nejasan i bez

značenja, ali ako ga pretvorimo u skup kompetencija naziva Socijalni rad: rad s drugim ustanovama, odmah dobiva jasno značenje. U svakom slučaju, važno je odlučiti u kojem su opsegu kompetencije unutar skupa specifične za kontekst.

8. Verifikacija standarda zanimanja

Standard zanimanja razvija se i verificira u stručnim radnim skupinama, kako je opisano u prethodnim poglavljima. Tako razvijen standard zanimanja provjerava se u fokus grupama s praktičarima u zanimanju, a to su predstavnici poslodavaca, kako bi se provjerila relevantnost ključnih poslova i kompetencija u standardu.

SHEMA METODOLOGIJE ZA IZRADU I VERIFIKACIJU STANDARDA ZANIMANJA – primjer za zanimanje ODGAJATELJ/ICA:

Aktivnost	Odgovorna ustanova
1. Provedba ankete	HZZ i MRMS; ciljna skupina – ravnatelji/ce dječjih vrtića
2. Analiza podataka prikupljenih anketom	HZZ, predlagatelj
3. Dodatna analiza podataka prikupljenih anketom	Stručna radna skupina: AZOO, MRMS, NCVVO, HZZ, UF
4. Grupiranje ključnih poslova prema vrstama poslova	
5. Odabir najreprezentativnijih i najfrekventnijih čestica prema ključnim poslovima	
6. Ključnim poslovima pridružene odgovarajuće kompetencije prema podacima prikupljenim anketom, kompetencije oblikovane prema HKO-u	
7. Kategorizacija ključnih poslova prema vrstama poslova	
8. Razrada dodatnih ključnih poslova za pojedine vrste poslova sa stručnjacima unutar stručne radne skupine	
9. Izrada radne verzije podloge standarda zanimanja	
10. Provjera radne verzije podloge standarda zanimanja s praktičarima iz područja kroz fokus grupe	Odgovitelji/ce, ravnatelji/ce, stručni/e suradnici/ce u dječjem vrtiću
11. Verifikacija revidirane radne verzije podloge standarda zanimanja	MRMS, NCVVO, UFRI, AZOO i HZZ
12. Izrada finalne verzije podloge standarda zanimanja	MRMS, NCVVO

9. Poveznica sa stručnom skupinom za izradu standarda kvalifikacije

Kako bi se standardi zanimanja i standardi kvalifikacije povezali, nužno je dati poveznicu između kompetencija i ishoda učenja.

Ishodi učenja su, prema Zakonu o HKO-u, kompetencije koje je osoba stekla učenjem i dokazala nakon postupka učenja. U tim izjavama/iskazima navodi se što bi polaznik obrazovnog procesa trebao znati, razumjeti i/ili učiniti – pokazati nakon što završi određeni proces učenja, kao rezultat aktivnosti učenja.

Kompetencije su, uz definiciju prema Zakonu o HKO-u (znanja i vještine te pripadajuća samostalnost i odgovornost), također opisane i kao dinamična kombinacija kognitivnih i metakognitivnih znanja i vještina, međuljudskih, intelektualnih i praktičnih vještina te etičkih vrijednosti koje omogućuju pojedincu da aktivno i učinkovito djeluje u specifičnoj situaciji, a kontinuirano se razvijaju tijekom svih ciklusa obrazovanja.

Stoga se može zaključiti da su kompetencije operacionalizacija ishoda učenja pomoći aktivnosti koje su vidljive i mjerljive te time dosežu svoju razinu.

Pri određivanju ključnih poslova i pripadajućih kompetencija potrebno je voditi evidenciju o svim sastancima i raspravama sa stručnjacima-poslodavcima jer te informacije mogu pomoći osobama koje će raditi standard kvalifikacije, i to kako bi se utvrdilo koje su skupine ishoda učenja u kvalifikaciji obvezne, a koji izborne. Posebice je to izraženo u razgovorima s poslodavcima kod kojih, kako je navedeno, osobe s određenom kvalifikacijom mogu obavljati različite poslove na različitim radnim mjestima. Poželjno bi bilo i da dio stručnjaka-predstavnika obrazovnih ustanova koji su bili dio stručne radne skupine za izradu standarda zanimanja bude i dio stručne radne skupine za izradu standarda kvalifikacija, jednako kao i dio tima koji će izrađivati obrazovni program.

Kako je već rečeno, poželjno bi bilo uključiti predlagatelje standarda kvalifikacije u ovom dijelu kako bi se moglo doći do kvalitetno povezanih ishoda učenja s kompetencijama te da se dobije pregled koji bi skupovi ishoda učenja bili obvezni, a koji izborni.

Izradivši standarde zanimanja, započinje proces izrade standarda kvalifikacije, pri čemu, ako standardi zanimanja imaju prave informacije, mogu pomoći u tome da se dobije i standard kvalifikacije visoke kvalitete, koji će korespondirati s budućim obrazovnim programom na odgovarajući način. Stoga, ako se Anketa o standardu zanimanja provede prema napucima te se nakon toga osmisle jasni i precizni standardi zanimanja, postavljeni su temelji za izradu relevantnih kvalifikacija koje su usmjerene na svijet rada, odnosno ako se ispunii navedeno, postoji veća šansa da su zadovoljene potrebe poslodavaca. Dugoročno, ako se standardi zanimanja redovito ažuriraju, tada je moguće i sustavno ažurirati kvalifikacije te su obrazovanje i kvalifikacije uvijek ukorak s promjenama na tržištu rada. U tom procesu koordinaciju vode ministarstva nadležna za rad i obrazovanje, a potonje će izraditi upute za izradu standarda kvalifikacije, što je nastavak ovog procesa i korak do modernizacije obrazovnih programa.

10. Zahtjev za prijavu standarda zanimanja

Ministarstvo nadležno za rad tijekom razvojnog procesa pružat će potporu predlagateljima standarda zanimanja, i to prije samog podnošenja prijedloga (obrasca).

Po zaprimanju elektroničkog zahtjeva, ministarstvo će poslati obavijest predlagatelju o primitku te također ga uputiti na analitičke podatke dostupne na Portalu HKO-a, koji zamjenjuju papirnate verzije profila sektora, čineći na taj način dinamične profile, gdje su podaci u vijek ažurirani. Na taj način, ministarstvo nadležno za rad omogućuje dostupnim profile za svih 25 sektora. HKO portal dostupan je na mrežnim stranicama ministarstva na sljedećoj poveznici www.hkoportal.hr.

Ministarstvo će tražiti elektroničkom poštom odgovor od predlagatelja s potvrdom da će pristupiti ispunjavanju obrasca. Tek kad se potvrdi, djelatnik će evidentirati datum te potvrde s kojim se status predmeta definira kao „izrada obrasca u tijeku“. Ako ovaj status ostane nepromijenjen 6 mjeseci, elektronički će se poslati upozorenje i upit predlagatelju - da predmet zatvori ili da ga dalje vodi.

Po zaprimanju pisanog zahtjeva predlagatelja, otvara se spis i urudžbira zahtjev.

Nakon formalne provjere, obrazac se provjerava sadržajno te se provjerava utemeljenost prijedloga standarda zanimanja – strateška, sektorska i analitička, a nakon toga sadržaj B prijedloga standarda zanimanja. Prema potrebi, kontaktira se predlagatelj u cilju predlaganja promjena u sadržaju elektroničkim putem dok se ne zadovolje svi traženi sadržaji. Kada je predmet uredan, predlagatelju se šalje naputak da pošalje zahtjev u papirnatom obliku. Kada zahtjev stigne, urudžbira se i arhivira.

Nakon toga, ministarstvo nadležno za rad obavještava ministarstvo nadležno za obrazovanje, odnosno nacionalnog koordinatora, da se pokrene komunikacija s nadležnim sektorskim vijećem, koje će dati mišljenje na standard.

U slučaju da se ocijeni kako se obrazac mora popuniti s više relevantnih podataka, predlagatelj se može kontaktirati elektronički i/ili telefonski te mu se daju upute za kvalitetnije popunjavanje obrasca. U slučaju da se ustvrdi premala potražnja za određenim zanimanjem na osnovi podataka na HKO portalu drugim analitičkim podacima, šalje se i mišljenje o obustavi procesa prihvatanja SZ, odnosno obustavi dalnjeg procesa izrade SK i obrazovnog programa.

U slučaju da je prijedlog ocijenjen negativno, predlagatelj će navedeno negativno mišljenje sektorskog vijeća dobiti zajedno s uputom da novi prijedlog može uslijediti nakon 6 mjeseci.

11. Zadaci ministarstva nadležnog za rad – pomoć u radu predlagateljima standarda zanimanja

1. Redovno ažuriranje portala HKO-a, budućih potreba tržišta rada te provedba Ankete o standardima zanimanja
2. Izrada mišljenja za sektorsko vijeće kako bi ono moglo potvrditi ili odbiti odluku o odbijanju zahtjeva na temelju nedostatne potražnje ili drugih kriterija vrednovanja
3. Iniciranje provedbe Ankete o standardu zanimanja ako je procjena potražnje pozitivna ili ako predlagatelju treba pomoći u navedenom.

12. Upis odobrenog prijedloga u Podregistrov standarda zanimanja

Nakon procesa opisanih u prethodnim poglavljima, u ministarstvu nadležnom za rad pristupa se izradi rješenja o upisu u Podregistrov standarda zanimanja, koji je dio Registra Hrvatskoga kvalifikacijskog okvira.

Rješenje se daje na potpis ministrici nadležnoj za rad te se time odobrava upis standarda zanimanja. Skenirano rješenje stavlja se na portal www.kvalifikacije.hr te na službenu internetsku stranicu ministarstva nadležnog za rad, a potom se standard zanimanja upisuje u Podregistrov standarda zanimanja te na taj način postaje vidljiv i najširoj javnosti.

Radna verzija

13. Primjer ispunjenog Obrasca HKO_SZ

ZAHTEV ZA UPIS STANDARDA ZANIMANJA

B. OPĆI PODATCI I DOKAZ UTEMELJENOSTI PRIJEDLOGA			
Naziv predlagatelja			
Adresa predlagatelja			
Općina / Županija			
Ime i prezime odgovorne osobe			
Matični broj			
OIB			
Opis glavne djelatnosti predlagatelja	Visoko obrazovanje		
Šifra djelatnosti	8542		
Godina	2012.	2013.	2014.
Prosječan broj zaposlenih			
Ukupan prihod, mil. Kuna			
Oblik vlasništva (većinski)	privatno		
NAZIV STANDARDA ZANIMANJA I IZBOR SEKTORSKOG VIJEĆA			
Prijedlog naziva standarda zanimanja	<i>Stručnjak za digitalni dizajn</i>		
Naziv i šifra postojećeg standarda zanimanja (ako postoji)	-		
Naziv i šifra zanimanja ili srodnog zanimanja iz Nacionalne klasifikacije zanimanja	<i>Grafički dizajneri/grafičke dizajnerice i dizajneri/dizajnerice multimedijskih sadržaja, 2166</i>		
Naziv sektorskog vijeća kojemu je zahtjev upućen Izbor 1 – Izbor 2 -	<i>Sektorsko vijeće za grafičku tehnologiju, podsektor audiovizualne tehnologije</i>		
DOKAZ UTEMELJENOSTI PRIJEDLOGA STANDARDA ZANIMANJA			

STRATEŠKA UTEMELJENOST	
Naziv strateškog dokumenta iz kojeg je razvidna potreba za novim standardom zanimanja	<p>Zanimanje stručnjaka za digitalni dizajn predlaže se prije svega temeljem dinamičnog razvoja digitalnih tehnologija te velikog rasta tržišta digitalnih sadržaja. U strateškom smislu postoji usklađenost predloženog zanimanja sa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strateškim dokumentom E-Competences Framework 3.0¹⁰ u izdanju CEN (European Committee for Standardization) iz 2014 godine. U dokumentu se navode ključne kompetencije potrebne profesionalcima u ICT-u na raznim razinama, pri čemu se kompetencije ključne unutar predloženog zanimanja navode u poglavljima A6 – „Application Design“ koje su relevantne za zanimanja na razini kvalifikacije HKO/EQF 6 te D12 – „Digital Marketing“ koje su relevantne za zanimanja na razini kvalifikacije HKO/EQF 6 i 7. Osim navedenih kompetencija, brojne su i generičke odnosno transverzalne kompetencije koje su predmet prijedloga ovog standarda zanimanja, a koje su navedene i u brojnim drugim poglavljima unutar E-Competences Framework. 2. Predloženi standard zanimanja omogućuje izradu kvalifikacija koje izgrađuju u značajnoj mjeri kompetencije studenata u području grafičkih tehnologija koje spadaju u široko područje znanosti, tehnologije, inženjerstva i matematike (engl. STEM). Oba navedena prioriteta: pristup razvoju obrazovanja sukladno Zakonu o HKO¹¹ i razvoj u području STEM-a, u potpunosti su usklađena sa Strategijom obrazovanja, znanosti i tehnologije¹² koju je usvojio Hrvatski Sabor 17.10.2014. Predloženi standard zanimanja potpuno je usklađen sa mjerom 2.2. u poglavju Visoko obrazovanje gdje se navodi: „Potrebno je povećati atraktivnost i konkurentnost studija, posebno u područjima važnima za razvoj gospodarstva (STEM).“ te mjerom 2.3. gdje se navodi: „Posebnu pozornost i ovdje treba posvetiti studijima iz STEM područja koji su po analizama provedenim i u Hrvatskoj i u drugim europskim zemljama podzastupljeni“. Rok za realizaciju ovih mjera predviđa se u cjelokupnom trajanju Strategije. 3. Unutar Strategije pametne specijalizacije Republike Hrvatske u razdoblju 2014 – 2020¹³, područje ICT-a prepoznato je kao horizontalna tema, s izrada digitalnog sadržaja (posebno interaktivnog) i digitalni dizajn jasno se navode primjerice kod primjene ICT-a u tematskom prioritetnom području zdravstvenih usluga: „Rešenja i aplikacije bazirane na ICT-u za poboljšanje

¹⁰ <http://www.ecompetences.eu/>

¹¹ <http://www.zakon.hr/z/566/Zakon-o-Hrvatskom-kvalifikacijskom-okviru>

¹² <https://vlada.gov.hr/strategija-obrazovanja-znanosti-i-tehnologije-nove-boje-znanja/151>

¹³ <http://europski.fondovi.eu/sites/default/files/dokumenti/Nacrt%20Strategije%20pametne%20specijalizacije.pdf>

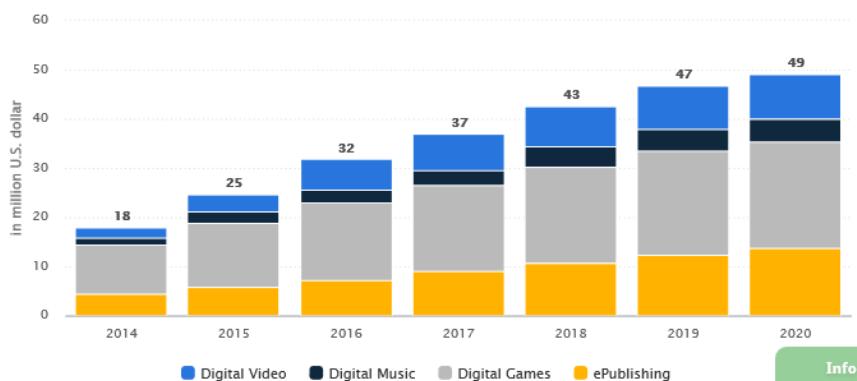
	<p>kvalitete života osoba s poteškoćama, uključujući rješenja za alternativnu i augmentativnu komunikaciju". <i>Nadalje, zanimanja i kompetencije iz ovog područja prepoznata su i u prioritetnom području sigurnosti gdje se navodi obrazovni sadržaj: „Razvoj e-učenja za EOD obuku“ – stranica 75.</i></p> <p>4. Industrijska strategija Republike Hrvatske za razdoblje 2014 - 2020¹⁴ koju je izdalo Ministarstvo gospodarstva RH u 2014 godini u svom poglavlju o strateškim ciljevima Hrvatske industrije (str. 289), pokušavajući odgovoriti na pitanje: „Koje su potrebe modernoga poslovanja za ostvarivanje globalne konkurentnosti?“ prepoznaće promjenu u lancu vrijednosti koju je donijela i digitalna ekonomija, te kao jedan od značajnih elemenata dodane ekonomske vrijednosti u pred-proizvodnom procesu navodi i dizajn (proizvoda ili usluge). Na ovaj način strategija kao jedan od horizontalnih prioriteta i alata za povećanje dodane vrijednosti i stvaranje globalne konkurentnosti u digitalnoj ekonomiji navodi dizajn. Dalnjim premišljanjem istaknutih tehnoloških razvojnih smjerova (koje strategija također naglašava), možemo zaključiti kako se zapravo radi primarno o digitalnom dizajnu koji je primjeren digitalnoj ekonomiji (jer koristi moderne digitalne alate za izradu i dizajn komunikacijskih sustava i proizvoda prilagođeni primjenama u modernim medijima poput Interneta, televizije, računalnih igara, mobilnih platformi i slično).</p> <p>5. Unutar Europske Komisije, Uprave za komunikacijske mreže, sadržaje i tehnologije (DG Connect) djeluje Odjel za kreativne industrije¹⁵. Cilj mu je povećanje konkurentnosti kreativnih industrija radi povećanja rasta i zapošljavanja na EU razini, korištenjem digitalnih tehnologija (ICT). Temeljni strateški dokumenti u području kulture i kreativnih industrija naznačeni su unutar „European agenda for culture 2011 – 2014“¹⁶ gdje je radna skupina za kulturu i kreativne industrije naznačila strateške smjernice rasta ove industrije. Pored EU dokumenata, postoje i oni drugih država (npr. UK – Creative Industries Strategy 2013-2016¹⁷) koje naglašavaju veliki potencijal i sjajne rezultate rasta ove industrije te potrebe za kadrom sa adekvatnim znanjima i vještinama.</p> <p>Navedeni strateški dokumenti, kao i brojni drugi koji će biti navedeni u nastavku, pokazuju kako je područje kreativnih industrija (za koje je direktno vezano zanimanje stručnjaka za digitalni dizajn) prepoznato kao područje strateškog rasta i razvoja ne samo u Hrvatskoj nego i u EU i svijetu. Navedeno znači da postoji dobra strateška opravdanost za razvijanje</p>
--	--

¹⁴ www.mingo.hr/userdocsimages/industrija/Industrijska_strategija.docx

¹⁵ <https://ec.europa.eu/dgs/connect/en/content/creative-industries>

¹⁶ http://ec.europa.eu/culture/library/publications/cci-policy-handbook_en.pdf

¹⁷ <https://connect.innovateuk.org/documents/3220887/3676376/Creative%20Industries%20Strategy%202013-2016>

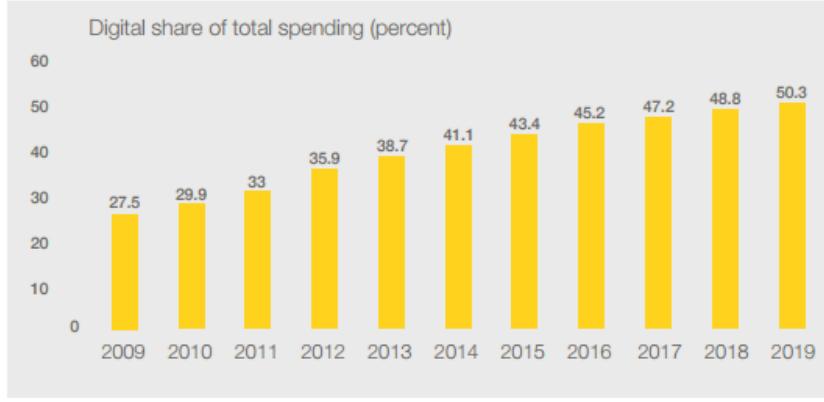
	<p>standarda zanimanja koji se predlaže kako bi Hrvatska, čiji je ICT sektor jedno od najkonkurentnijih dijelova ukupne industrije koji bilježi rast prihoda, izvoza i zaposlenosti i u krizi, dobio potrebne kadrove za izradu različitih vrsta digitalnog sadržaja (od računalnih igara preko responzivnog web dizajna i 3D animacija i modela do digitalnog videa i audija).</p>																																																
Dodatni dokumenti koji su relevantni za utvrđivanje utemeljenosti prijedloga	<p>Razvoj standarda zanimanja koji predlažemo koristi u potpunosti pristup Hrvatskog kvalifikacijskog okvira temeljen na Zakonu o HKO¹⁸ koji stvara novu paradigmu razvoja obrazovanja temeljenog na potrebama tržišta rada (za kvalifikacije koje se razvijaju za tržište rada, kakve dominantno jesu one koje bi mogle proizaći iz ovog standarda zanimanja). Pored zakonske osnove za razvoj ovakvog standarda zanimanja (koja ne predstavlja obvezu zapošljavanja kadrova u bilo kojem zanimanju ali daje legitimitet korištenoj metodologiji), važnu potporu i argumentaciju za razvoj ovog standarda zanimanja daju i drugi temeljni tehnološki dokumenti kao i oni koji opisuju aktualno stanje, dugoročne trendove i predviđanja u razvoju industrija koje zapošljavaju stručnjake za digitalni dizajn. Konkretno:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Statistički portal „statista“¹⁹ prikazuje tržišna kretanja (poslovne prihode) u kategoriji digitalnih medija odnosno digitalnog video-a, audio-a, računalnih igara te proizvoda e-izdavaštva koji su svи relevantni za zapošljavanje stručnjaka za digitalni dizajn. U razdoblju od 2014 – 2020 taj izvor u Hrvatskoj predviđa kretanje tržišta (prihodi) prema distribuciji po tehnologijama kako slijedi:  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Godina</th> <th>Digital Video</th> <th>Digital Music</th> <th>Digital Games</th> <th>ePublishing</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2014</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>5</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>4</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>7</td> <td>1</td> <td>8</td> <td>5</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>2017</td> <td>8</td> <td>1</td> <td>10</td> <td>7</td> <td>37</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>10</td> <td>2</td> <td>12</td> <td>10</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>12</td> <td>2</td> <td>14</td> <td>12</td> <td>47</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>13</td> <td>2</td> <td>16</td> <td>13</td> <td>49</td> </tr> </tbody> </table> 	Godina	Digital Video	Digital Music	Digital Games	ePublishing	Total	2014	2	1	5	4	18	2015	5	1	6	4	25	2016	7	1	8	5	32	2017	8	1	10	7	37	2018	10	2	12	10	43	2019	12	2	14	12	47	2020	13	2	16	13	49
Godina	Digital Video	Digital Music	Digital Games	ePublishing	Total																																												
2014	2	1	5	4	18																																												
2015	5	1	6	4	25																																												
2016	7	1	8	5	32																																												
2017	8	1	10	7	37																																												
2018	10	2	12	10	43																																												
2019	12	2	14	12	47																																												
2020	13	2	16	13	49																																												

2. Trendovi razvoja industrije medija u svijetu „Global media report 2015“²⁰ koju je pripremila i izdala konzultantska kuća McKinsey&Company u 2015., pokazuje stanje u industriji medija koje je vrlo relevantno za zapošljavanje stručnjaka iz područja digitalnog dizajna i predviđanje kretanja razvoja ove industrije do 2019. Prvi prikaz daje predviđanje trenda udjela investiranja u medije (odnos digitalnih medija i „klasičnih“ medija) koji pokazuje značajno povećanje udjela na stani digitalnih medija:

¹⁸ <http://www.zakon.hr/z/566/Zakon-o-Hrvatskom-kvalifikacijskom-okviru>

¹⁹ <http://www.statista.com/outlook/200/131/digital-media/croatia#>

²⁰ http://www.mckinsey.com/client_service/media_and_entertainment/latest_thinking/global_media_report_2014



Sources: McKinsey & Company, Wilkofsky Gruen Associates

Nadalje, prikaz u nastavku daje očekivani trend ulaganja u medije (prema tehnologiji) uz jasan zaključak: „We expect digital advertising, video games, and broadband to continue to be the fastest-growing segments over the next five years, with projected compound annual increases to 2019 of 12.7 percent, 8.1 percent, and 7.8 percent, respectively.“

Total global spending by category¹ (US \$ millions)

Category	2009	2010	2011	2012	2013	2014p	2009–2014p CAGR	2015	2016	2017	2018	2019	2014–2019 CAGR
Digital Advertising	60,336	70,756	81,544	94,065	109,686	127,345	16.1	146,617	168,538	190,822	211,955	231,442	12.7
Broadband	234,137	267,784	313,039	355,947	393,274	429,280	12.9	463,826	500,510	539,361	581,203	624,613	7.8
TV Advertising	136,792	152,824	159,985	168,749	173,314	183,501	6.1	189,445	202,511	208,960	223,099	233,876	5.0
In-Home Video Entertainment	257,841	270,985	283,287	297,662	310,783	323,408	4.6	331,922	347,781	358,950	370,244	381,648	3.4
Audio Entertainment	92,551	91,294	92,470	93,681	96,559	95,636	0.7	96,984	98,772	100,667	102,767	104,648	1.8
Cinema	30,147	31,692	32,245	34,719	35,972	37,133	4.3	39,359	41,614	43,799	45,834	48,334	5.4
Out-of-Home	24,817	27,044	27,816	29,150	30,627	31,747	5.0	33,220	34,824	36,468	38,337	40,334	4.9
Consumer Magazine Publishing	65,573	65,010	65,376	63,635	61,167	59,061	-2.1	57,640	56,546	55,710	55,080	54,610	-1.6
Newspaper Publishing	153,392	154,521	153,900	150,311	145,688	142,430	-1.5	140,647	139,917	140,023	140,766	141,968	-0.1
Consumer Books	69,687	70,034	69,504	69,944	70,750	72,357	0.8	72,976	74,020	74,794	75,425	75,968	1.0
Educational Publishing	38,619	39,608	40,135	39,347	39,955	40,980	1.2	41,624	42,138	42,629	43,241	43,929	1.4
Video Games	55,190	57,791	60,822	66,444	73,973	84,534	8.9	94,117	103,454	111,634	118,738	124,542	8.1
Total	1,208,470	1,286,526	1,364,933	1,446,077	1,521,420	1,603,951	5.8	1,681,314	1,779,536	1,868,556	1,966,897	2,061,479	5.1

¹At average 2014 exchange rates.

Note: Television, audio, newspaper, and consumer magazine digital advertising as well as video games advertising are included in their respective segments and also in the digital advertising segment, but only once in the overall total.

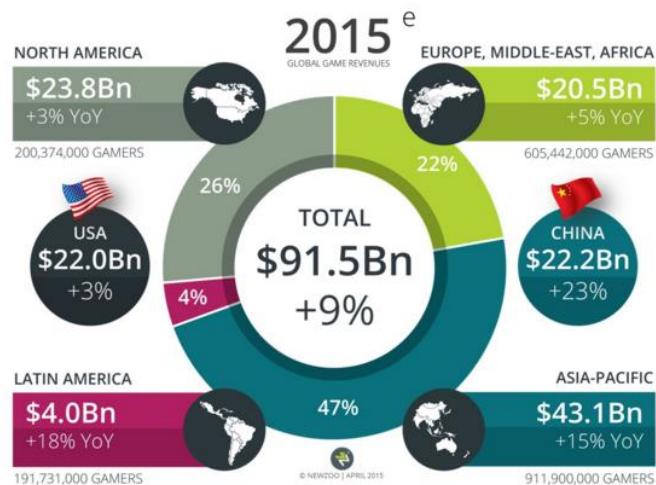
Sources: McKinsey & Company, Wilkofsky Gruen Associates

3. Slična predviđanja rasta na globalnom tržištu mogu se vidjeti i u području računalnih igara gdje „The global games market 2015 review“²¹ tvrtka za istraživanje tržišta Newzoo predviđa rast ove industrije u razdoblju od 2014 do 2015 godine za čak 9,4%, što je čini jednom od nabježe rastućih industrija u svijetu.

²¹ <http://www.gamesindustry.biz/articles/2015-04-22-gaming-will-hit-usd91-5-billion-this-year-newzoo>

The Global Games Market | 2015

Per Region | US and China Competing for Number 1



Implikacije ovakvih predviđanja na potrebu za kadrovima koji stvaraju računalne igre (dizajneri digitalnih sadržaja: animatori, stručnjaci za scenarije u području digitalnih sadržaja, stručnjaci za izradu 3D modela, i programeri) jasno ukazuju na potrebu za ovakvim zanimanjima u svijetu.

4. Sličan trend rasta ova industrija ostvaruje već niz godina a očekuje se i njegov daljnji nastavak što se za razdoblje do 2019 vidi na tržištu SAD-a koje je danas uz ono Kinesko, dominantno tržište u svijetu.

Izvor ovih predviđanja je „**Global entertainment and media outlook 2014-2019**“²² tvrtke PriceWaterhouseCoopers (PWC) koji predviđa stabilni godišnji rast ovog tržišta od 5.5%.

²² <http://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-media/outlook/data-insights.html>

Video games market in USA [†] (US dollar millions)											
	2010	2011	2012	2013	2014p	2015	2016	2017	2018	2019	2014-19 CAGR
Video games in USA[†]											
Advertising	681	757	842	921	1,008	1,135	1,276	1,429	1,583	1,709	11.130
Consumer											
Social/casual games											
App-based	1,001	1,097	1,204	1,321	1,430	1,531	1,629	1,731	1,840	1,939	6.275
Browser-based	427	441	445	454	447	438	431	422	415	406	-1.906
Total	1,428	1,538	1,649	1,775	1,877	1,969	2,060	2,154	2,255	2,345	4.548
Traditional gaming revenue											
Console games											
Digital console games	1,048	1,210	1,388	1,559	1,756	2,014	2,306	2,600	2,931	3,269	13.238
Physical console games	9,400	8,800	6,700	6,521	6,515	6,508	6,501	6,494	6,487	6,428	-0.268
Online/microtransaktion	92	132	191	276	574	720	866	1,012	1,159	1,305	17.835
Total	10,539	10,143	8,279	8,357	8,845	9,242	9,674	10,106	10,576	11,002	4.461
PC games											
Digital PC games	182	399	431	478	501	540	579	618	657	696	6.800
Physical PC games	700	450	380	257	244	231	218	204	191	178	-6.095
Online/microtransaktion	1,284	1,682	1,976	2,253	2,530	2,755	2,980	3,206	3,431	3,656	7.638
Total	2,167	2,531	2,787	2,988	3,275	3,526	3,777	4,028	4,279	4,530	6.702
Total	12,706	12,674	11,066	11,345	12,120	12,768	13,451	14,134	14,855	15,532	5.086
Total	14,134	14,212	12,714	13,120	13,998	14,737	15,511	16,288	17,110	17,877	5.014
Total	14,814	14,969	13,556	14,041	15,006	15,873	16,787	17,717	18,693	19,586	5.472
<i>Double counting information can't be calculated</i>											
[†] At average 2014 exchange rates. Note: Numbers shown are rounded. Totals may not equal the sum of their parts due to rounding.											
5. Ništa manje optimistične procjene daje i Deloitte u svom dokumentu: „ <i>2015 Media & Entertainment Industry Outlook</i> “ ²³ .											
Opisati relevantnost standarda zanimanja na temelju odabranih strateških dokumenata	<i>Prepoznujući digitalni dizajne kao dio područja tehničkih znanosti koji pripada HKO sektoru grafičke tehnologije, podsektoru audiovizualne tehnologije predlažemo zanimanje koje spada u područje STEM (znanost, tehnologija, inženjerstvo i matematika). Ovo je pak područje i generalno (čitav STEM), ali i pojedinačno kao dio ICT-a uskladeno sa Industrijskom strategijom Republike Hrvatske za razdoblje 2014 – 2020. Konkretno, strategija analizira industriju informacija i komunikacija (J) te prepoznaje kao njenu specifičnost „visoka inovativnost i ovisnost o stalnom tehnološkom napretku“. Prema finansijskim pokazateljima i potencijalu rasta, Strategija prepoznaće čitavu industriju informacija i komunikacija kao vrlo potencijalnu ne samo u Hrvatskoj nego i na globalnoj razini, ali isto tako prepoznaje da je tehnološka osnova ključna za njen daljnji razvoj. Nadalje Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije snažno naglašava potrebu poticanja STEM područja, posebno u visokom obrazovanju (kuda spada i ovo zanimanje), dok Strategija pametne specijalizacije jasno navodi pojedina potrebna znanja i vještine iz zanimanja koje se predlaže kao temelj razvoja pojedinih prioritetsnih tematskih područja. Sve navedeno pokazuje stratešku opravdanost razvoja ovog zanimanja (odnosno grupe zanimanja). S druge strane, postojeći pokazatelji prihoda unutar djelatnosti koje zapošljavaju kadrove sa zanimanjima (i kompetencijama) kakve se predlažu te očekivani budući trendovi u Hrvatskoj daju jasnu naznaku buduće povećane potrebe za ovakvim kadrovima. Konačno, navedena relevantna istraživanja globalnih tržišta i veliki očekivani trendovi rasta (poput industrije računalnih igara, digitalnih medija i slično), pokazuju da će potražnja za ovim kadrovima rasti i u svijetu.</i>										
<i>Slijedom svega navedenog, ovaj prijedlog primjenom koncepata HKO nastoji</i>											

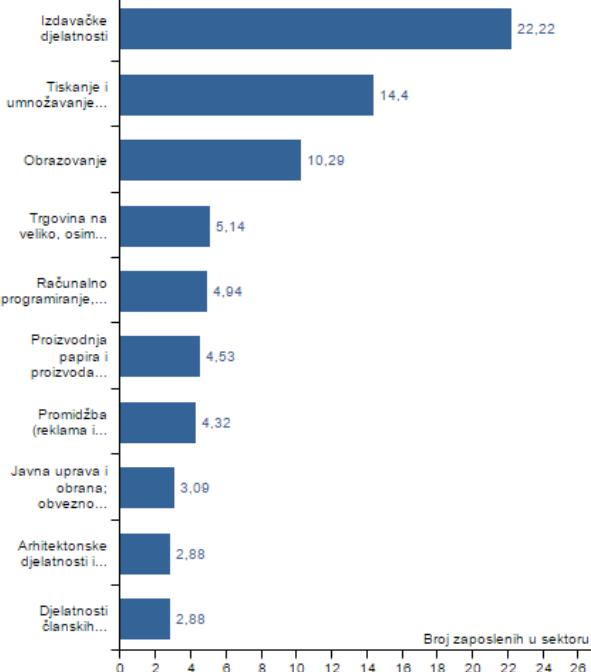
²³ <http://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/2015-media-and-entertainment-outlook.html>

	<i>izgraditi podlogu za razvoj kreativne industrije u Republici Hrvatskoj koja je prepoznata kao jedno od značajnih razvojnih područja u EU.</i>
SEKTORSKA UTEMELJENOST	
Profil sektora	<p>Zadnji profil sektora koji postoji je onaj sa podacima iz 2010: „Profil sektora Grafička tehnologija i audiovizualne tehnologije,“²⁴ u izdanju Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih iz 2012 godine i on jasno naglašava potrebu za razvojem novih kvalifikacija i zanimanja u ovom području kroz dugoročne trenove u podsektoru audiovizualne tehnologije. Naime, usprkos krizi i ukupnom padu zaposlenosti u djelatnostima koje su relevantne za ovaj sektor (kao i u čitavom gospodarstvu), podsektorska zaposlenost je razmjerno stabilno rasla u čitavom promatranom razdoblju.</p>
Prikazati utemeljenost standara zanimanja na Profilu sektora	<p>Kako pored podataka dostupnih u profilu sektora iz 2012, koji se temelji na podacima iz 2010, postoje značajno noviji podaci na HKO portalu (www.hkoportal.hr) u idućem će poglavlju biti analizirana sektorska utemeljenost korištenjem upravo tih podataka, te sukladno „Smjernicama za izradu standarda zanimanja“²⁵ koje je Ministarstvo rada i mirovinskoga sustava objavilo u studenome 2015.</p> <p>Korištenjem HKO portala može se utvrditi kako je čitav sektor Grafičke tehnologije izrazito malen sa samo 0,49% radne snage na razini Hrvatske. Njegov je pak podsektor audiovizualnih tehnologija, sa samo 15,75% sektora ili 7,7 promila radne snage sličan u odnosu na ostale dijelove gospodarstva. Ipak, ovako mali brojevi zaposlenih i nezaposlenih (radna snaga) sa sektorskim zanimanjima ne znače da je sektor beznačajan ili da poslodavci koji djeluju u ovom području nisu uspješni, odnosno da nisu izvozno konkurentni, što ćemo pokazati u nastavku analize.</p> <p>Analizom sektorskih zanimanja u rodu 2 (koji korespondira s HKO razinama 6 i 7) prepoznata su zanimanja:</p> <ul style="list-style-type: none"> 2149617 - diplomirani inženjer grafičke tehnologije 2149627 - grafički urednik 2149637 - diplomirani grafički dizajner 2149648 - istraživač grafičke tehnologije 2150127 - diplomirani montažer slike i zvuka 2314387 - predavač grafičke tehnologije 2314398 - sveučilišni asistent grafičke tehnologije

²⁴ http://www.asoo.hr/UserDocsImages/projekti/kvalifikacije/ishodi/planiranje%20kv/graficka_tehnologija.pdf

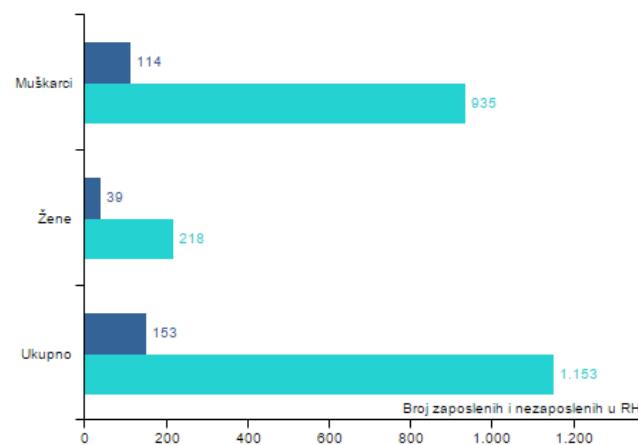
²⁵ <http://www.kvalifikacije.hr/fgs.axd?id=922>.

	<p><i>2314409 - sveučilišni profesor grafičke tehnologije.</i></p> <p>Sva navedena zanimanja spadaju u skupinu stručnjaka za digitalni dizajn jer se danas proizvodi u području grafičke industrije izrađuju korištenjem digitalnih tehnologija. Osim navedenih zanimanja iz ovog sektora, u skupinu zanimanja Stručnjaka za digitalni dizajn ulaze i pojedina zanimanja iz podsektora računarstva. Analizom pripadnih studijskih programa vidljivo je da postoji samo jedan program u području stručnih studija i dva u području sveučilišnih studija koji pripremaju za zanimanja iz ovog područja. Riječ je o programima:</p> <ul style="list-style-type: none"> □ 0061 - Grafička tehnologija; smjerovi: Tehničko tehnički, Dizajn grafičkih proizvoda □ 1476 - Sveučilišni diplomske studije za obrazovanje grafičkih inženjera □ 1636 - Grafička tehnologija. <p>Prema pokazatelju Mjesečnih i godišnjih kretanja, od ukupnog broja zaposlenih u sektoru u 11 mjesecu 2015., koji je iznosio 6369, u podsektoru audiovizualnih tehnologija bile su zaposlene 1153 osobe ili 18,1% od ukupnog broja zaposlenih. Nadalje, u grupi relevantnih zanimanja roda 2, koja su prikazana ranije, u istom je mjesecu bilo zaposleno:</p> <p>460 osoba u rodu 2, skupini – diplomirani inženjeri d.n. 18 osoba u rodu 2, skupni – diplomirani snimatelji i montažeri slike i zvuka 8 osoba u rodu 2, skupini – visokoškolski znanstveno obrazovni stručnjaci</p> <p>Ovi pokazatelji (koji ne uključuju srodnja zanimanja iz područja računarstva) pokazuju kako je udio zaposlenih sa relevantnim zanimanjima u ovom sektoru (486) u odnosu na ukupni broj zaposlenih u podsektoru vrlo visok i iznosi 42,1%, dok je on na razini čitavog sektora, malenih 7,6%. Ovakvi brojevi su očekivani kada se zna da sektor danas dominantno zapošljava osobe sa samo srednjom razinom obrazovanja i zanimanjima u rodu 3, koji su uglavnom vezani za klasičnu tiskarsku industriju.</p> <p>Broj polaznika upisanih u relevantne programe u visokom obrazovanju u ovom sektoru koji je prikazan na HKO portalu, dostupan također unutar izbornika „mjesečna i godišnja kretanja“, pokazuju brojku od 268 upisanih na prvu godinu svih preddiplomskih sveučilišnih studija i smjerova na Grafičkom fakultetu u Zagrebu. Kako se radi o interdisciplinarnoj kvalifikaciji odnosno zanimaju koje se stječe na različitim fakultetima i različitim smjerovima, nije moguće procijeniti točan broj studenata koji upisuju programe u ovom području godišnje. Naime, uvezši u obzir smjerove i studijske programe na Grafičkom fakultetu može se sa sigurnošću tvrditi da samo manji broj studenata studira neko od područja digitalnog dizajna, dok mnogi i dalje studiraju u području „klasičnog“ tiska i grafičke pripreme.</p> <p>Korištenje sektorskih zanimanja u gospodarskim djelatnostima dostupno je unutar alata „ključne djelatnosti“ i pokazuje kako se sektorska zanimanja iz roda 2 (relevantna za zanimanje koje se predlaže), koristi čak 48 gospodarskih djelatnosti, pri čemu koncentracija veća od 10% postoji samo u tri djelatnosti kako je prikazano u nastavku:</p>
--	--



Predmetna distribucija upozorava na korištenje zanimanja iz sektora i roda u nizu djelatnosti, ali s malim relativnim udjelom zaposlenih sa sektorskim zanimanjima. Ovakva distribucija je očekivana jer je riječ o penetraciji digitalnih tehnologija i znanja u niz djelatnosti pa tako i zapošljavanja kadrova s takvim zanimanjima. Ukupno gledano, ovakva velika distribucija je pozitivna za osobe sa sektorskim zanimanjima u rodu 2 jer im omogućuje zapošljavanje u nizu djelatnosti i veliku širinu izbora potencijalnih poslodavaca.

Analiza podsektorskih podataka za podsektor audiovizualnih tehnologija pokazuje kako su u podsektoru ukupno 1153 zaposlene i 153 nezaposlene osobe (prema slici u nastavku), uz dominantnu zastupljenost muškaraca u radnoj snazi.



Stopa nezaposlenosti u podsektoru od 11,72% značajno je niža od prosjeka u gospodarstvu koje iznosi 16,73%, što govori u prilog stabilnosti podsektora. Najveći postotak radne snage u podsektoru je u rodu 3, koji uključuje većinu radne snage u podsektoru, uz određeni postotak radne snage iz roda 2. Istu takvu distribuciju slijedi i postotak nezaposlenih u podsektoru, s dominantnim postotkom nezaposlenih sa zanimanjima iz roda 3.

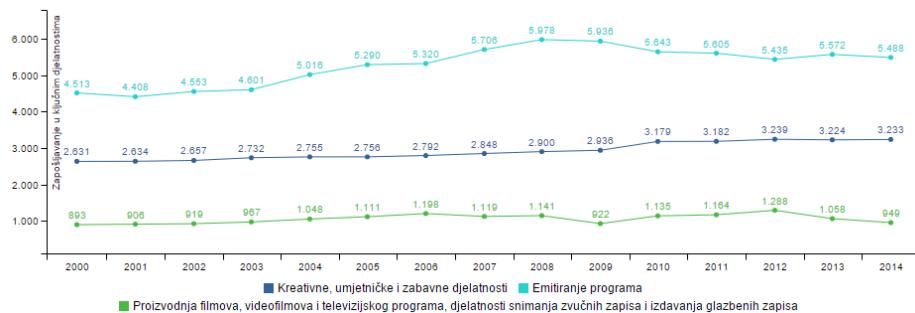
Promatrajući cijeli sektor vidljivo je da u njemuudio stručnjaka sa

zanimanjima iz roda 2 čini samo 7,63% u odnosu na čak 12,36% udjela osoba sa zanimanjima iz roda 2 u ostatku gospodarstva. Ovo pokazuje kako je sektor ugrožen u dalnjem razvoju jer ima razmjerno malen postotak kadrova koji se mogu nositi s dinamičnim razvojem tehnologije koja, prema EU competences framework 3.0. koji smo spomenuli, traži kvalifikacije razina 6 i 7 po HKO / EKO, što korespondira sa zanimanjima u rodu 2 NKZ-a. S druge strane u ovom sektoru je čak 43,76% zaposlenih sa zanimanjima u rodu 7, što daje vrlo slabu podlogu za dodatna obrazovanja i prekvalifikacije na razinu 6 ili 7 HKO-a.

Udio visokoobrazovnih iz sektora u radnoj snazi na razini RH je malenih 0,53%, dok je on u Zagrebačkoj regiji veći i iznosi 1,02%, što ne čudi uvezvi u obzir distribuciju industrije, ali i činjenicu da visokoškolskih programa iz ovog područja nema izvan Zagreba (postoji interdisciplinarni program stručnog studija na Sveučilištu u Varaždinu, ali taj nije obuhvaćen HKO portalom).

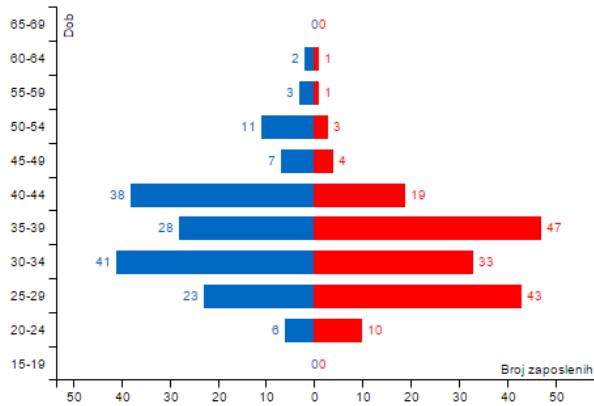
Dugoročno kretanje broja zaposlenih u pravnim subjektima koji djeluju u djelatnostima koje su relevantne za sektor (s udjelom zaposlenih sa sektorskim zanimanjima od):

*Kreativne, umjetničke i zabavne djelatnosti 2,01%
Emitiranje programa 9,05%
Proizvodnja filmova, videozapisa... 7,49%*



pokazuje iznimnu otpornost podsektorskih poslodavaca i rast broja zaposlenih unatoč krizi u sve tri ključne djelatnosti.

Struktura zaposlenih u sektoru sa zanimanjima u rodu 2 pokazuje značajnu zastupljenost muških osoba (u odnosu na prosjek svih djelatnosti), ali i sto tako i razmjerno veći udio mlađih osoba u odnosu na ostale djelatnosti i hrvatski prosjek. Ova mlada struktura kadrova dobra je osnova za razvoj, ali njen nedostatan broj upozorava na potrebna buduća ulaganja u obrazovanje u ovom području.



U sektoru

Konačno, sukladno podacima dostupnim na HKO portalu, vidljivo je kako u posljednje dvije godine stopa nezaposlenosti u podsektoru vizualnih tehnologija prati onu nacionalnu (za sva zanimanja), ali je značajno niža od nacionalne nezaposlenosti:



Zanimljivo je kako su podaci za drugi podsektor iz istog sektora (grafička tehnologija) pokazuju upravo suprotne rezultate:



Naime, ovaj podsektor uglavnom sadrži zanimanja iz „klasičnog“, a ne digitalnog tiska, i njegova iznadprosječna nezaposlenost, koja je u posljednje dvije godine dostizala i 35%!, pokazuje kako je područje digitalnih tehnologija, koje su prisutne u zanimanjima iz podsektora audiovizualnih tehnologija propulzivno i vrlo stabilno. Mali broj stručnjaka i mali broj visokoškolskih programa u ovom području (digitalnog dizajna), kako i stabilnost i disperziranost djelatnosti u kojima se ovakvi stručnjaci zapošljavaju, dobra su osnova za razvoj ovog standarda zanimanja.

ANALITIČKA UTEMELJENOST

Prikazati analitičku relevantnost predloženog standarda zanimanja	Stopa nezaposlenosti za relevantna zanimanja iz podsektora audiovizualne tehnologije (rod 2) u odnosu na stopu nezaposlenosti svih osoba sa zanimanjima u rodu 2 u protekle dvije godine je kako slijedi:
---	---

	<table border="1"> <caption>Broj traženih radnika</caption> <thead> <tr> <th>Godina</th> <th>Broj traženih radnika</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2004</td><td>90</td></tr> <tr><td>2005</td><td>74</td></tr> <tr><td>2006</td><td>74</td></tr> <tr><td>2007</td><td>81</td></tr> <tr><td>2008</td><td>76</td></tr> <tr><td>2009</td><td>67</td></tr> <tr><td>2010</td><td>68</td></tr> <tr><td>2011</td><td>87</td></tr> <tr><td>2012</td><td>123</td></tr> <tr><td>2013</td><td>160</td></tr> <tr><td>2014</td><td>130</td></tr> </tbody> </table> <p>Iz prikaza statističkih kretanja broja traženih radnika za zanimanje Grafički dizajneri/grafičke dizajnerice i dizajneri/dizajnerice multimedijskih sadržaja (2166), preuzetih sa stranica HZZ-a, vidljivo je da u zadnje četiri godine potražnja za programerima raste. Prikazani podaci se odnose na cijelo područje Republike Hrvatske.</p>	Godina	Broj traženih radnika	2004	90	2005	74	2006	74	2007	81	2008	76	2009	67	2010	68	2011	87	2012	123	2013	160	2014	130
Godina	Broj traženih radnika																								
2004	90																								
2005	74																								
2006	74																								
2007	81																								
2008	76																								
2009	67																								
2010	68																								
2011	87																								
2012	123																								
2013	160																								
2014	130																								
Opisati utemeljenost standarda zanimanja na temelju odabranih pokazatelja tržista rada	<p>Analitička utemeljenost, koja se dobrim dijelom može iščitati i iz podataka s HKO portala, koji su prikazani u području sektorske utemeljenosti, može se argumentirati razmjerno stabilnim i rastućim zapošljavanjem u djelatnostima relevantnim za zanimanje koje se predlaže, uz ukupno nižu nezaposlenost u podsektoru koji je relevantan (audiovizualne tehnologije) u odnosu na hrvatski projekti. Iako se radi o vrlo malom podsektoru i o malenom broju zaposlenih s ovim zanimanjima, propulzivnost ovog područja koja je vidljiva i iz podataka o zaposlenosti u Hrvatskoj daje dobru osnovu za daljnji razvoj.</p> <p>Nadalje, zanimanja koja su korištena kao referentna nažalost su razmjerno slabo usmjerena na moderne digitalne tehnologije, jer su nastala na temelju obrazovnih programa koji su još donedavno značajno naglašavali tehnologije „klasičnog“ tiska. Potreba promjena tih programa i kvalifikacija daje dodatno opravданje za usvajanje ovog standarda zanimanja.</p>																								
Dokumenti koji su priloženi prijedlogu	Svi dokumenti koji su korišteni dostupni su i on-line te su njihove adrese označene kod prvog spominjanja svakog od ovih dokumenata.																								
B. PRIJEDLOG STANDARDA ZANIMANJA																									
Opis zanimanja ili skupa kompetencija (jednog ili više) koje/koji će se regulirati standardom	Stručnjak za digitalni sadržaj – Izrađuje staticne i interaktivne multimedijiske sadržaje. Posjeduje znanje obrade i izrade vektorskih i rasterskih zapisa, video i audio zapisa te 3D zapisa. Daljnja razrada zapisa kroz multimedijiske platforme i vlastita rješenja. Dobro poznaje web mogućnosti zbog integracije multimedijiskog sadržaja i specifikacija koje sadržaj mora zadovoljiti.																								
Procijenjena razina kvalifikacije prema HKO-u koja će se izraditi na temelju	Djelomična kvalifikacija na razini 6.																								

standarda		
Popis ključnih poslova na radnom mjestu i pripadajućih pojedinačnih kompetencija potrebnih za rad na jednom ili više radnih mjesta	1. Postavljanje projektnih zadataka 2. Definiranje plana rada 3. Pregledavanje platformi za plasman digitalnog sadržaja 4. Postavljanje modaliteta rada prema specifičnostima projekta 5. Usavršavanje znanja i tehnika 6. Istraživanje tržišta vezano za projekt 7. Postavljanje radnog računala 8. Postavljanje radnog okruženja 9. Održavanje repozitorija dokumenata 10. Kreiranje koncepta, wireframe, storyboard, moodboard 11. Prikupljanje digitalnog sadržaja	1.1. Kreirati brief u razgovoru s klijentom ili razrađivati dobiveni brief 1.2. Izraditi plan provedbe projekta prema briefu, platformama i tehnologijama 2.1. Definirati rokove isporuke pojedinih etapa projekta 2.2. Raspisati specifikacije projekta 3.1. Poznavati specifičnosti pojedinih platformi 3.2. Razraditi plan projekta unutar pojedinih platformi (media plan) 4.1. Odrediti faze, njihove interakcije i kompatibilnosti 4.2. Utvrditi fleksibilnosti i mogućnosti kasnije lakše evaluacije i promjene 5.1. Usavršavati i ažurirati znanja u profesionalnom polju 5.2. Usavršavati i ažurirati znanja iz softvera 6.1. Prikupljati mnjenja o učinkovitosti projekta i mišljenja kako ga tržište vidi 6.2. Analizirati podatke i primjenjivati ih na samom projektu 7.1. Unijeti softver i alate unutar istog za adekvatan rad 7.2. Organizirati sve projektne datoteke i podatke 8.1. Postaviti ili provjeriti kalibraciju monitora 8.2. Provjeriti i korigirati osvjetljenje unutar prostorije prema adekvatnom temperaturi svjetlosti 9.1. Kreirati repozitorij dokumenata za projekt 9.2. Održavati organiziranost dokumenata 10.1. Koristiti alate za kreiranje navedenih formi 10.2. Razrađivati projekte i prezentirati ideje kroz navedene forme 11.1. Odrediti adekvatan sadržaj i njegove kvalitete prema mediju 11.2. Odrediti najadekvatnije servise prema digitalnom

		sadržaju
	12. Obradivanje digitalnog sadržaja	12.1. Obraditi i izraditi vektorske grafike, 3D modela, 2D animacije 12.2. Obraditi i izraditi rasterske slike i video zapise
	13. Kreiranje završnog projektnog zadatka	13.1. Kreirati i integrirati sve digitalne sadržaje u formi projektnog zadatka 13.2. Ispraviti i nadopuniti projektni zadatak nakon razgovora s klijentom
	14. Plasiranje i distribuiranje digitalnog sadržaja	14.1. Izabrati i koristiti tipične alate za distribuciju i plasman digitalnog sadržaja 14.2. Pratiti rezultate projekta i analizirati podatke
	15. Arhiviranje projekta	15.1. Strukturirati podatke na medijima za pohranu 15.2. Spremiti gotovi digitalni sadržaj (Backup) 15.3. Spojiti radne verzije projekta (merging)
	16. Licenciranje, autorska prava i komercijalni aspekt nabave	16.1. Odrediti vrstu licencija za različite vrste materijala (font, audio, video, foto, vektorske grafike, animacije, 3D modeli) 16.2. Odrediti trajanje i regionalnu prisutnost 16.3. Definirati autorska prava i specifičnosti zakonskih propisa 16.4. Poznavati zakonske propise o porezu, dvostrukom oporezivanju te uvozu/izvozu digitalnog sadržaja 16.5. Poznavati i pratiti načine sigurne predaje digitalnog zapisa 16.6. Zaštititi vlastita autorska i intelektualnih prava
	17. Interno komuniciranje s account managerom	17.1. Surađivati i razrađivati ideje 17.2. Surađivati s članovima tima, surađivati s drugim odjelima
	18. Komuniciranje s klijentom	18.1. Vješto komunicirati i pregovarati 18.2. Reinterpretirati ideje i želje klijenata kroz odrednice projekta 18.3. Fleksibilno reagirati na promjene i nadopune
	19. Interno komuniciranje s članovima tima	19.1. Fleksibilno delegirati i surađivati u zadacima projekta 19.2. Otvoreno u pristupati radu,

		kohezivno i jasno komunicirati
	20. Prezentiranje koncepta, ideje i rješenja	20.1. Vješto prezentirati i pregovarati 20.2. Poznavati procese izrade i fleksibilnosti promjene
	21. Testiranje i provjeravanje primjene rješenja	21.1. Provjeriti kompatibilnost 21.2. Provjeriti platformu
	22. Obavljanje poslova u skladu s propisima o sigurnosti, zaštiti zdravlja, radne sredine i okoliša	22.1. Primjenjivati mjere zaštite na radu 22.2. Koristiti sredstva zaštite na radu 22.3. Koordinirati rad u skladu s propisima o sigurnosti i zaštiti zdravlja, 22.4. Koordinirati rad u skladu s propisima o očuvanju okoliša, 22.5. Biti upoznat s odgovarajućim pravilnicima
Popis skupova kompetencija sa pripadajućim kompetencijama	1. Postavljanje projektne dokumentacije 2. Razrada platformi u projektu 3. Fleksibilnost u izradi projekta 4. Edukacija za izradu i korištenje softvera 5. Istraživanje tržišta u području digitalizacije 6. Administriranje i digitalizacija	1.1. Kreirati brief u razgovoru s klijentom ili razrađivati dobiveni brief 1.2. Izraditi plan provedbe projekta prema briefu, platformama i tehnologijama 1.3. Definirati rokove isporuke pojedinih etapa projekta 1.4. Raspisati specifikacije projekta 2.1. Poznavati specifičnosti pojedinih platformi 2.2. Razraditi plan projekta unutar pojedinih platformi (media plan) 3.1. Odrediti faze, njihove interakcije i kompatibilnosti 3.2. Utvrditi fleksibilnosti i mogućnosti kasnije lakše evaluacije i promjene 4.1. Usavršavati i ažurirati znanja u profesionalnom polju 4.2. Usavršavati i ažurirati znanja iz softvera 5.1. Prikupljati mnijenja o učinkovitosti projekta i mišljenja kako ga tržište vidi 5.2. Analizirati podatke i primjenjivati ih na samom projektu 6.1. Unijeti softver i alate unutar istog za adekvatan rad 6.2. Organizirati sve projektne datoteke i podatke 6.3. Kreirati rezervne kopije

		6.4. dokumenata za projekt Održavati organiziranost dokumenata
7.	Usklađivanje sustava boja	7.1. Postaviti ili provjeriti kalibraciju monitora 7.2. Provjeriti i korigirati osvjetljenje unutar prostorije prema adekvatnom temperaturi svjetlosti
8.	Vizualne smjernice projekta	8.1. Koristiti alate za kreiranje navedenih formi 8.2. Razradivati projekte i prezentirati ideje kroz navedene forme
9.	Digitalni sadržaj i primjena	9.1. Odrediti adekvatan sadržaj i njegove kvalitete prema mediju 9.2. Odrediti najadekvatnije servise prema digitalnom sadržaju
10.	Obrada i izrada digitalnog sadržaja	10.1. Obraditi i izraditi vektorske grafike, 3D modela, 2D animacije 10.2. Obraditi i izraditi rasterske slike i video zapise 10.3. Kreirati i integrirati sve digitalne sadržaje u formi projektnog zadatka 10.4. Ispraviti i nadopuniti projektni zadatak nakon razgovora s klijentom
11.	Distribucija i analiza digitalnog sadržaja	11.1. Izabrat i koristiti tipične alate za distribuciju i plasman digitalnog sadržaja 11.2. Pratiti rezultate projekta i analizirati podatke
12.	Sigurnost pohranjivanja ažurnih projektnih datoteka	12.1. Strukturirati podatke na medijima za pohranu 12.2. Spremiti gotovi digitalni sadržaj (backup) 12.3. Spojiti radnih verzija projekta (merging)
13.	Prava na korištenje digitalnog sadržaja	13.1. Odrediti vrstu licencija za različite vrste materijala (font, audio, video, foto, vektorske grafike, animacije, 3D modeli) 13.2. Odrediti trajanje i regionalnu prisutnost 13.3. Definirati autorska prava i specifičnosti legislacije 13.4. Poznavati porez i dvostruko oporezivanje, uvoz i izvoz digitalnog sadržaja 13.5. Poznavati i pratiti načine

		<p>sigurne predaje digitalnog zapisa</p> <p>13.6. Zaštititi vlastita autorska i intelektualna prava</p>
	14. „Soft-skills“ digitalnog stručnjaka	<p>14.1. Surađivati i razrađivati ideje</p> <p>14.2. Surađivati s članovima tima, surađivati s drugim odjelima</p> <p>14.3. Vješto komunicirati i pregovarati</p> <p>14.4. Fleksibilno delegirati i surađivati u zadacima projekta</p> <p>14.5. Otvoreno u pristupati radu, kohezivno i jasno komunicirati</p> <p>14.6. Vješto prezentirati i pregovarati</p> <p>14.7. Poznavati procese izrade i fleksibilnost promjene</p>
	15. Fleksibilnost i kreativnost u pristupu	<p>15.1. Reinterpretirati ideje i želje klijenata kroz odrednice projekta</p> <p>15.2. Fleksibilno reagirati na promjene i nadopune</p>
	16. Testiranje rješenja	<p>16.1. Provjeriti kompatibilnost</p> <p>16.2. Provjeriti platformu</p>
	17. Zaštita na radu	<p>17.1. Primjenjivati mjere zaštite na radu</p> <p>17.2. Koristiti sredstva zaštite na radu</p> <p>17.3. Koordinirati rad u skladu s propisima o sigurnosti i zaštiti zdravlja</p> <p>17.4. Koordinirati rad u skladu s propisima o očuvanju okoliša</p> <p>17.5. Biti upoznat s odgovarajućim pravilnicima</p>
Uvjeti rada	<p><i>Stručnjak za razvoj digitalnog sadržaja svoj posao najvećim dijelom obavlja u zatvorenom prostoru, obično u uredu. Najčešće karakteristike radnih prostora su umjerena temperatura, minimalna buka te umjetna rasvjeta. Posao se povremeno obavlja u smjenama, vikendom i praznikom te uključuje dugotrajno sjedenje. Rizik od naglih promjena temperature, vibracija, eksploziva ili toksične okoline je nepostojeci.</i></p>	
REVIZIJA STANDARDA ZANIMANJA		
Prijedlog roka do kojeg se standard zanimanja može koristiti za predlaganje standarda kvalifikacija i skupova ishoda učenja	Datum:	