

OD IDEJA DO TESTIRANJA I PRIMJENE

Poboljšanje položaja žena na tržištima rada
Dunavske regije



**BROŠURA O
DRUŠVENIM
INOVACIJAMA**

Interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

Brošura o društvenim inovacijama: Poboljšanje položaja žena na tržištima rada Dunavske regije

Poboljšanje položaja žena na tržištima rada Dunavske regije

Autor: Dr. Lachezar Afrikanov

Znanstveni urednik: Dr. Jani Kozina

Suradnici: Istraživački centar Slovenske akademije znanosti i umjetnosti (Slovenija), Udruženje poslovnih žena Srbije (Srbija), Središnja transdanubijska regionalna inovacijska agencija NPO (Mađarska), LAG Sokolovsko (Češka Republika), Ministarstvo gospodarstva Hercegbosanske županije (Bosna i Hercegovina), Nacionalna škola za menadžment (Bugarska), Udruga za kulturu i obrazovanje PiNA (Slovenija), Sveučilište u Grazu (Austrija), Udruga Štajerska željezna cesta (Austrija), Županijski zavod za upošljavanje Livno (Bosna i Hercegovina)

Grafički dizajn: Iana Avramova

Izdavač: Nacionalna škola za menadžment, Bugarska, u ime WIN projektnog konzorcija

© 2026 WIN Project Consortium

Elektronička publikacija

www.interreg-danube.eu/projects/win

ZAHVALA ZA FINANCIRANJE

Ova publikacija razvijena je u okviru projekta WIN, koji sufinancira Europska unija kroz Interreg program za Dunavsku regiju, a koordinira Istraživački centar Slovenske akademije znanosti i umjetnosti (Slovenija). Projekt WIN promiče rodnu ravnopravnost i socioekonomsko osnaživanje žena u perifernim industrijskim regijama duž Dunava, podupirući razvoj, testiranje i promišljanje o društvenim inovacijama koje poboljšavaju pristup tržištu rada.

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

Informacije i stavovi izneseni u ovoj publikaciji pripadaju autoru i ne odražavaju nužno službeno mišljenje Europske unije, Interreg programa za Dunavsku regiju niti Upravljačkog tijela/Zajedničkog tajništva. Europska unija ili bilo koja partnerska ustanova ne mogu se smatrati odgovornima za upotrebu informacija sadržanih u ovom dokumentu.

Reprodukcija u obrazovne ili nekomercijalne svrhe dopuštena je uz navođenje izvora.

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

interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

WIN

SADRŽAJ

1 Predgovor

2 Izvršni sažetak

3 I. dio: Regionalne priče

4 Austrija – Regija Štajerske željezne ceste

5 Bosna i Hercegovina – Hercegbosanska županija / Kanton 10

6 Bugarska – Regija Radomir

7 Republika Češka – Regija Karlovy Vary

8 Mađarska – Županija Komárom-Esztergom

9 Srbija – Regija Loznica

10 Slovenija – Trbovlje

11 II. dio: Međuregionalna iskustva

12 Širenje WIN duha

13 Glasovi sudionika

14 Glasovi dionika

15 Primjenjivi pristupi i dobre prakse

16 Preporuke ključnih aktera

17 Od testiranja do razvojnih puteva



PREDGOVOR

Projekt WIN osmišljen je kako bi poboljšao položaj žena na tržištima rada perifernih industrijskih regija dunavskog područja. Polazište projekta bilo je jednostavno opažanje: mnoge prepreke nisu samo ekonomske prirode. One su i kulturne i institucionalne, oblikovane lokalnim strukturama mogućnosti, stereotipima, izazovima usklađivanja poslovnog i privatnog života te dostupnošću mreža i usluga podrške. Suočavanje s tim stvarnostima zahtijeva više od jednokratnih aktivnosti. Potreban je strukturiran pristup zajedničkom osmišljavanju rješenja s dionicima, njihovu testiranju u stvarnim uvjetima i otvorenom učenju iz postignutih iskustava.

Zato je WIN izradio dvije međusobno povezane publikacije. WIN Metodološki priručnik opisuje proces koji stoji iza našeg rada: kako je partnerstvo razvijalo, testiralo i vrednovalo društvene inovacije u sedam pilot-regija. Ova Brošura o društvenim inovacijama usmjerena je na rezultate tog procesa. Predstavlja ideje društvenih inovacija razvijene u svakoj regiji, ističe inovacije odabrane za pilotiranje te prikazuje što je provedeno i ostvareno u praksi.

Rezultati se temelje na iskustvu provedbe i zajedničkom promišljanju. Tijekom projekta kroz WIN inovacijske grupe zajednički je razvijeno 26 ideja, a 13 ih je testirano kroz pilot-aktivnosti. Ciljne skupine dale su povratne informacije putem strukturiranog online upitnika, osmišljenog za učenje i usporedbu među pilot-aktivnostima, a odnosio se na provedene društvene inovacije. Upitnik je proveden od listopada 2025. do siječnja 2026. Paralelno s tim, dionici su svoja promišljanja iznijeli kroz intervjue i fokus-grupe prema zajedničkom okviru, obuhvaćajući članove WIN inovacijskih grupa i vanjske dionike iz cijelog partnerstva.

Zadovoljni smo onim što je WIN partnerstvo postiglo u stvarnim ograničenjima. Pilot-aktivnosti pokazuju da je značajan napredak moguć kada je podizanje svijesti povezano s konkretnim oblicima sudjelovanja, kada je učenje vještina praktično i povezano sa sljedećim koracima te kada se zajednica i mreže podrške promatraju

rkao ključni mehanizam, a ne kao „dodatna korist“. Istodobno, evaluacija jasno pokazuje što je potrebno dodatno osnažiti: više praktičnih formata rada, više vremena za raspravu i vršnjačku razmjenu te jasnije nastavne puteve koji pilot-aktivnosti povezuju s dugoročnijim prilikama i institucionalnom podrškom.

Ova je brošura namijenjena široj javnosti praktičara i regionalnih pokretača promjena. Ako radite u općinama i gradovima, službama za zapošljavanje, udrugama poslodavaca, obrazovnim ustanovama i institucijama za mlade, nevladinim organizacijama ili tijelima regionalnog razvoja, u njoj ćete pronaći konkretne primjere, realistične naučene lekcije i pristupe koje možete prilagoditi vlastitom kontekstu. Metodološki priručnik objašnjava kako izgraditi proces. Ova brošura pokazuje što taj proces može proizvesti.

Dr. Jani Kozina

Koordinator projekta WIN



IZVRŠNI SAŽETAK

WIN je od zajedničkog osmišljavanja prešao prema testiranju u stvarnim uvjetima u sedam perifernih industrijskih regija dunavskog područja. Lokalne WIN inovacijske grupe zajednički su razvile skup od 26 ideja društvenih inovacija, nakon čega su partneri odabrali 13 inovacija za provedbu, dajući prednost onome što je lokalno relevantno i realno provedivo unutar vremenskog okvira projekta.

Provedene društvene inovacije pokazuju nekoliko međusobno povezanih puteva prema promjeni. Neke pilot-aktivnosti bile su usmjerene na promjenu stavova i stereotipa u područjima u kojima dominiraju muškarci, čineći žene vidljivijima kroz škole, medije, javne simbole i priče uzora. Druge su bile usmjerene na jačanje zapošljivosti žena i njihove spremnosti za poduzetništvo kroz praktične oblike učenja koji donose konkretne rezultate i jasnije sljedeće korake. Treći je smjer jačao zajednicu i mreže, stvarajući sigurne prostore u kojima se žene mogu susretati, učiti i međusobno podržavati, često kao preduvjet za samopouzdanje i održivo djelovanje.

Sudionici su posebno cijenili poticajno okruženje, praktično učenje i povezivanje s drugima. Istodobno su istaknuli potrebu za snažnijim praktičnim elementima, više vremena za raspravu i umrežavanje te jasnijim nastavnim putevima, poput mentorstva, pripravnništva ili dodatnih radionica koje pomažu pretočiti naučeno u djelovanje. Dionici su dodatno naglasili da su pilot-aktivnosti početna točka, a ne krajnji rezultat, te istaknuli važnost institucionalnog utemeljenja i međusektorske koordinacije kako bi se pilot-aktivnosti povezale s dugoročnijim mjerama i programima na tržištu rada

WIN je slijedio jednostavnu logiku: razumjeti lokalne stvarnosti, zajednički razvijati ideje s dionicima, testirati ono što je izvedivo i učiti na strukturiran način.

U svakoj pilot-regiji WIN inovacijska grupa okupila je lokalne aktere kako bi definirali izazove koji utječu na sudjelovanje žena na tržištu rada i razvili skup ideja društvenih inovacija. Iz tog su niza partneri odabrali i proveli pilot-aktivnosti koje su se mogle

realno provesti unutar vremenskog okvira projekta, a istodobno su odgovarale lokalnim potrebama. O pilot-aktivnostima potom se promišljalo kroz povratne informacije sudionika i perspektive dionika, kako bi projekt proizveo ne samo aktivnosti, nego i znanja primjenjiva u drugim kontekstima.

WIN Metodološki priručnik ovaj proces objašnjava detaljno i praktično. Ova brošura nadopunjuje Metodološki priručnik usmjeravajući se na ono što je taj proces proizveo: skup ideja, provedene društvene inovacije, rezultate i prve pokazatelje učinka te naučene lekcije koje drugi mogu prilagoditi. Dokumentira regionalne puteve od ideja do provedenih pilot-aktivnosti i međuregionalna iskustva pretvara u prenosive pristupe i preporuke. Namijenjena je praktičarima i pokretačima promjena, općinama i gradovima, službama za zapošljavanje, poslodavcima i komorama, obrazovnim ustanovama i institucijama za mlade, nevladinim organizacijama te akterima regionalnog razvoja koji žele potaknuti promjene u svojim regijama.

WIN U KRATKIM CRTAMA

7

pilot regija i 7 WIN inovacijskih grupa u 7 zemalja dunavskog područja.

26

zajednički razvijenih ideja društvenih inovacija.

13

društvenih inovacija testiranih kroz provedene pilot-aktivnosti.

Promišljanje sudionika: online upitnik o provedenim društvenim inovacijama (listopad 2025. – siječanj 2026.), osmišljen za učenje, a ne za statističku reprezentativnost.

Promišljanje dionika: intervjui i fokus-grupe prema zajedničkom okviru (studeni 2025. – veljača 2026.), obuhvaćena 33 člana WIN inovacijskih grupa i 15 vanjskih dionika.



Brošura je izrađena na temelju nekoliko neposrednih rezultata projekta WIN dostupnih na [mrežnoj stranici projekta WIN](#):

- [Metodološki priručnik za razvoj, testiranje i promišljanje društvenih inovacija \(D1.1.3\)](#).
- [Izvješće o razvijenim idejama društvenih inovacija \(D2.1.2\)](#).
- [Izvješće o provedenim društvenim inovacijama \(D2.2.2\)](#).
- [Evaluacijsko izvješće na temelju online upitnika sudionika \(D2.3.3/1\)](#).
- [Evaluacijsko izvješće na temelju intervjua i fokus-grupa s dionicima \(D2.3.3/2\)](#).

I. DIO

REGIONALNE PRIČE



AUSTRIJA – REGIJA ŠTAJERSKE ŽELJEZNE CESTE

Vidljivost žena u industrijskom kontekstu u kojem dominiraju muškarci

U regiji Štajerska željezna cesta partneri i lokalni dionici opisali su položaj žena na tržištu rada kao snažno oblikovan kulturom radnog mjesta i postojećim društvenim očekivanjima u povijesno muškom industrijskom okruženju. Umjesto da se krene od „klasičnih“ intervencija na tržištu rada, regionalni pristup usmjerio se na kulturne prepreke, stereotipe i vidljivost ženskih perspektiva, u kombinaciji s pristupačnim formatima koji mogu doprijeti i do žena i do šire javnosti.

Regionalni put stoga je dao prednost trima međusobno povezanim koracima: podizanju javne svijesti uz snažan lokalni simbol, vidljivim uzorima sa stvarnim pričama te stabilnoj mreži u kojoj se žene mogu susretati, međusobno podržavati i održavati temu živom i nakon pojedinačnih događanja.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa u Austriji razvila je tri ideje.

1. Kreativni natječaj „Žene osvajaju industriju i rudarstvo“ osmišljen je kao školska aktivnost podizanja svijesti, s ciljem propitivanja tradicionalnih rodnih uloga i približavanja STEM i industrijskih zanimanja djevojčicama i dječacima kao mogućih i „normalnih“ izbora. Ključni element bio je pretvaranje pobjedničke poruke u javni, svakodnevno vidljiv simbol putem autobusa koji godinu dana obilazi regiju.
2. Mentorstvo žena, uz uspostavu ženskih uzora, proširilo je logiku natječaja na trajniju vidljivost. Ideja je povezala posjete uzora školama s medijskom kampanjom koja redovito predstavlja stvarne žene zaposlene u industriji i rudarstvu, kako bi „žene u tehničkim zanimanjima“ postale ponavljana priča, a ne rijetka iznimka.

3. Snažnije mreže – snažnije žene bile su usmjerene na kontinuitet. Cilj je bio ojačati umrežavanje žena u regiji nadovezujući se na postojeću mrežu „Iron Women“ (*Željezne žene*) i uspostavljajući novi odjel „Rad i industrija“, posebno usmjeren na stvarnost žena u perifernim industrijskim regijama. Svakodnevni podsjetnik da žene pripadaju tim sektorima..

Provedene društvene inovacije

Sve tri ideje provedene su u regiji Štajerska željezna cesta kao jedan povezani paket: natječaj za mlade, segment vidljivosti kroz uzore i medije te dugoročnija struktura za umrežavanje. Takav je pristup odabran jer je regija prepoznala kulturne prepreke i stereotipe kao jedan od glavnih čimbenika koji utječu na mogućnosti žena u industrijskim područjima.

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

Kreativni natječaj pozvao je učenike da kroz crteže ili dizajne prikažu svoju viziju budućnosti žena u industriji i rudarstvu, uz podršku školskih prezentacija i javnog glasovanja. Pobjednički dizajn zatim je prikazan [na javnom autobusu](#) koji godinu dana obilazi regiju, stvarajući vidljiv, svakodnevni podsjetnik da žene pripadaju tim sektorima.

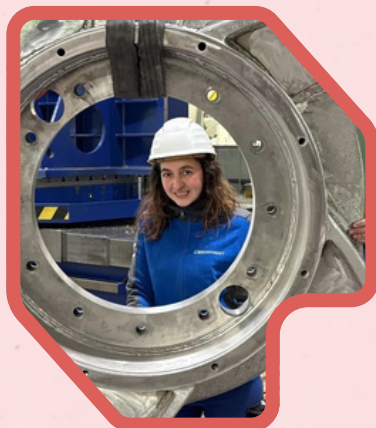


Provedba je obuhvatila približno 500 učenika kroz prezentacije u šest škola, uz podršku aktivnosti odnosa s javnošću i online glasovanja. Završna prezentacija održana je na simboličnoj lokaciji, u rudniku željeza, čime je dodatno ojačana povezanost poruke s lokalnim identitetom .

Pilot 2. Mentorstvo žena – uspostava ženskih uzora

Pilot-aktivnost uključila je ženske uzore kroz posjete školama i kontinuiranu regionalnu medijsku kampanju. Tijekom ljeta i jeseni 2025. kampanja je predstavila jedanaest žena iz područja rudarstva, industrije i znanosti, uz objavu tjednih priča i njihovo širenje putem koordiniranih aktivnosti na društvenim mrežama. S uzorima se u školama aktivno susrelo 500 srednjoškolaca, a časopis u kojem je medijska kampanja objavljena došao je do svih kućanstava u regiji.

S ciljem produbljivanja priče i povezivanja s institucionalnom poviješću, u okviru pilot-aktivnosti s Montanuniversität Leoben pripremljena je i izložba [“100 godina žena u rudarstvu i metalurgiji - od pionirki do današnjih dana,”](#) s više od 30 roll-up panoa koji predstavljaju žene pionirke te današnje akademske i profesionalne liderice. Izložba je u prva dva dana nakon otvorenja imala više od 500 posjetitelja, a bit će proširena i redovito prikazivana i u narednim godinama.





Pilot 3. Snažnije mreže – snažnije žene

Treća pilot-aktivnost provedena je kroz postojeću mrežu „Iron Women“, uspostavom novog odjela „Rad i industrija“, usmjerenog na potrebe i izazove zaposlenih žena u perifernim industrijskim regijama. Aktivnosti su uključivale radionice, predavanja, coaching i događaje za umrežavanje povezane s planiranjem karijere, financijskom sigurnošću i drugim profesionalnim temama.

Oko 20 žena sudjelovalo je u mrežnim aktivnostima, poput vođene ture „Ladies of Leoben“ i druženja povodom Međunarodnog dana žena 2025. Pripremljen je i pub kviz kao pristupačan, neformalan format s elementima igre, uz oko 40 očekivanih sudionika. Pilot-aktivnost razvila je i kulturno-pripovjedni segment: predstavu [“Die Einzige im Raum”](#) (“Jedina u prostoriji”), nastalu na temelju intervjua s deset žena u dobi od 26 do 63 godine koje rade u izrazito muškim okruženjima, s ciljem da se njihova proživljena iskustva približe široj javnosti.



Ključni rezultati evaluacije

Povratne informacije sudionika austrijskih pilot-aktivnosti pokazuju veliko zadovoljstvo poticajnim okruženjem, zanimljivim sadržajem, mogućnostima za raspravu te prilikom za stvaranje društvenih veza i mreža. Kod kreativnog natječaja ispitanici su izrazili visoko zadovoljstvo i snažnu spremnost za ponovno sudjelovanje (90 % odgovora „da“), uz prijedloge za više prilika za umrežavanje te snažniju promociju i vidljivost.

Kod kampanje ženskih uzora motivacija sudionika bila je snažno usmjerena na promjene: željeli su doprinijeti promjeni, potaknuti djevojke i mlade žene prema tehničkom obrazovanju i karijerama te smanjiti stereotipe. Posebno su cijenili otvoren i participativan pristup, uz prijedloge za jasnije definiranje ciljnih skupina (usklađenost s dobnim skupinama) i veću vidljivost na društvenim mrežama.

Kod aktivnosti „Snažnije mreže – snažnije žene“ sudionici su posebno cijenili raspravu, sadržaj, organizaciju i pristupačnost, a predložili su više praktičnih primjera, više vremena za raspravu, češća događanja i snažniju promociju. Promišljanja sudionika dodatno su potvrdila strateški odabir austrijskog pristupa: u industrijskim regijama promjena društvenih normi i stereotipa nije „meki“ pristup, nego nužan preduvjet dugoročnih promjena na tržištu rada.

Naučene lekcije

- U perifernim industrijskim regijama kulturne prepreke i stereotipi mogu biti glavno ograničenje, ali i realna polazna točka za djelovanje.
- Vidljivost je najučinkovitija kada postane dio svakodnevice, a ne jednokratna poruka. Autobus koji godinu dana prometuje regijom snažan je primjer „svakodnevnog normalizacije“.
- Uzori imaju najveći učinak kada se njihove priče kontinuirano ponavljaju i prenose kroz različite kanale (škole, mediji, izložbe).
- Mreže stvaraju kontinuitet. Uključivanje aktivnosti u postojeću i pouzdanu strukturu povećava održivost i olakšava provedbu ponavljajućih, pristupačnih formata.

- Sudionici su dosljedno tražili snažniju promociju i više prilika za povezivanje; to je dio dizajna intervencije, a ne samo marketinški detalj.
- Kulturni formati, poput vođenih šetnji, kvizova i kazališne predstave temeljene na intervjuiima, mogu učiniti stvarnost žena vidljivom i uključiti publiku koja se rijetko odaziva na događaje povezane sa zapošljavanjem.

**Interreg
Danube Region**



Co-funded by
the European Union



WIN

BOSNA I HERCEGOVINA – HERCEGBOSANSKA ŽUPANIJA / KANTON 10

Od „ne znam odakle početi“ do praktične spremnosti za rad i poduzetništvo

U Hercegbosanskoj županiji partneri i lokalni dionici opisali su tipičan obrazac prepreka za sudjelovanje žena na tržištu rada: interes i potencijal postoje, ali put do formalnog zaposlenja ili poduzetništva često se čini složenim, rizičnim i teško savladivim bez podrške. Dionici su istaknuli administrativnu složenost, strah od formalizacije i inspekcija, visoke doprinose te ograničen pristup uslugama skrbi za djecu kao probleme koji žene mogu obeshrabriti u poduzimanju sljedećeg koraka, čak i kada imaju konkretne ideje i motivaciju.

Rad u okviru projekta WIN u ovoj je regiji stoga dao prednost pristupu koji istodobno gradi samopouzdanje i pruža praktičnu podršku. Umjesto da se krene od apstraktnih poruka o podizanju svijesti, regionalni put usmjerio se na razvoj upotrebljive poslovne pismenosti, bolje razumijevanje mehanizama podrške i dostupnih mogućnosti te stvaranje okruženja u kojem žene mogu graditi međusobne veze i osjećati se manje same dok istražuju mogućnosti zapošljavanja ili poduzetništva.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa razvila je tri ideje koje zajedno ocrtavaju proces od temeljnih vještina do podrške za izlazak na tržište i dugoročnije izgradnje ekosustava.

1. „Izađi iz sjene – ne tapkaj u mraku“ predložila je besplatnu obuku iz poslovne pismenosti za nezaposlene žene, povezanu s informacijama o poticajima i javnim pozivima, uz mogućnost mentorstva kroz program „Poduzetnikova

sjena“, kao i radionice u okviru sajma zapošljavanja te radionicu za evaluaciju programa.

2. „Izađi iz sjene – zauzmi svoje mjesto na tržištu“ bila je usmjerena na podršku ženama pri izlasku na tržište kroz pomoć u osnivanju obrta i pokretanju poduzetničkih ideja, putem javnog poziva, info-dana u općinama te mentorstva i okruglih stolova sa stručnjacima iz područja poduzetništva, računovodstva, pravne podrške i financiranja.

3. „Podrška socijalnim poduzećima“ imala je za cilj uvesti i ojačati socijalno poduzetništvo u županiji, kombinirajući aktivnosti podizanja svijesti, javni poziv i vidljivost kroz dane otvorenih vrata, uz mjere koje bi modele zapošljavanja u socijalnim poduzećima učinile provedivijima.

Provedene društvene inovacije

Od tri ideje, partneri su za pilotiranje odabrali obuku iz poslovne pismenosti. Logika je bila jasna: odgovorila je na hitnu i široko prepoznatu potrebu, bila je provediva unutar vremenskog okvira projekta i mogla se ugraditi u postojeće institucionalne kapacitete kroz suradnju s lokalnim dionicima u području zapošljavanja i obrazovanja odraslih. Paralelno s tim, dionici su radili na oblikovanju mjera podrške usmjerenih na poticanje poduzetničke aktivnosti žena i njihova sudjelovanja na tržištu rada, pozicionirajući obuku kao praktičan temelj za dugoročnije sustavno djelovanje.

Pilot 1. Izađi iz sjene – ne tapkaj u mraku“: obuka iz poslovne pismenosti za nezaposlene žene

Pilot-aktivnost provedena je kao besplatni, akreditirani modularni program obuke iz poslovne pismenosti u trajanju od 25 sati, u suradnji s Narodnim sveučilištem Livno, tijekom studenoga i prosinca 2025. Sadržaj je obuhvatio izrazito praktične teme, poput upravljanja troškovima, izrade proračuna, obračuna plaća, poreza, računovodstva, komunikacije i poslovnog planiranja. Interes je bio velik: prijave su popunjene u roku od dva dana od objave javnog poziva, što je potvrdilo i potrebu za ovakvim formatom i njegovu privlačnost.

Obuka je dopunjena [sajmom zapošljavanja „Izadi iz sjene”](#), u okviru kojeg su održane i dvije radionice osnaživanja: „Freelance 101 – od nule do prvog posla“ i „Snaga potencijala – od talenta do prilike“. Fokus-grupa održana u prosincu 2025. okupila je partnere, dionike i sudionice radi evaluacije programa i rasprave o preporukama za njegovo poboljšanje i nastavak.

U pogledu konkretnih rezultata, pilot-aktivnost premašila je planirani obuhvat: umjesto planiranih 15, u obuku se uključila 21 žena. Svih 17 polaznica koje su završile module izradile su vlastite poslovne planove i dobile certifikate. Pilot-aktivnost uspostavila je i praktičnu infrastrukturu za učenje: prilagođene nastavne materijale i Google Classroom prostor za pristup sadržajima, usmjeravanje i povratne informacije. Povratne informacije pokazale su veliko zadovoljstvo modulima te stručnošću i pristupačnošću mentora.



Ključni rezultati evaluacije

Upitnik za sudionice pokazuje jasno definiranu ciljnu skupinu: sve ispitanice bile su žene u dobi od 30 do 64 godine; većina ih je imala strukovno ili srednjoškolsko obrazovanje, a većina je bila nezaposlena. Društvene mreže i medijski oglasi bili su najčešći kanali putem kojih su žene saznale za obuku. Njihova motivacija uglavnom se odnosila na učenje i buduće mogućnosti, uključujući stjecanje novih znanja, istraživanje prilika za rad i pronalazak inspiracije za sljedeće korake.

Sudionice su posebno cijenile prijateljsku i podržavajuću atmosferu, dobru organizaciju i pristupačnost te mogućnosti za raspravu i poslovno umrežavanje. Promišljanja dionika potvrdila su perspektivu sudionica i naglasila učinke na jačanje samopouzdanja, posebno kod žena koje se vraćaju na tržište rada nakon dugotrajne nezaposlenosti, boravka u inozemstvu ili obiteljskih obveza skrbi. Dionici su također istaknuli da strukturne prepreke i dalje postoje, osobito administrativna složenost i skrb za djecu, te da bi sljedeći korak trebao ojačati nastavak podrške kroz mentorstvo i dodatne praktične radionice, uključujući digitalnu pismenost.

Naučene lekcije

- Pristupačna i praktična obuka može brzo potaknuti interes kada odgovara na stvarne prepreke povezane s pitanjem „kako započeti“.
- Konkretni rezultati su važni. Poslovni planovi i važeći certifikati pomogli su sudionicama da se osjećaju spremnima za sljedeći korak, a ne samo informiranima.
- Kontinuitet je karika koja nedostaje. Povratne informacije snažno su ukazale na potrebu za kontinuiranim mentorstvom i dodatnim praktičnim radionicama, osobito iz poslovne i digitalne pismenosti.
- Institucionalno utemeljenje povećava mogućnost održivosti. Obuka je postavljena tako da se može nastaviti kroz redovne aktivnosti institucija.
- Prepreke pristupu treba unaprijed predvidjeti. Ograničene digitalne vještine i nedostatak pristupa računalu prepoznati su kao ograničenja za dio skupine.

BUGARSKA – REGIJA RADOMIR

Od kreativnih vještina do vidljivosti i zajednice

Mnoge žene u regiji Radomir nose značajne obiteljske obveze i obveze skrbi. Čak i kada se uključe u obrazovanje ili obuku, mogućnosti za zapošljavanje i diversifikaciju rada često ostaju ograničene.

Zbog toga se mnoge žene u regiji okreću kreativnim i obrtničkim aktivnostima, poput keramike, nakita, ručno izrađenih bilježnica, odjeće ili domaće hrane. Vještine i kreativnost često su snažne, ali vidljivost i pristup tržištu prepoznati su kao veliki izazovi.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa razvila je tri ideje zamišljene kao povezani razvojni put:

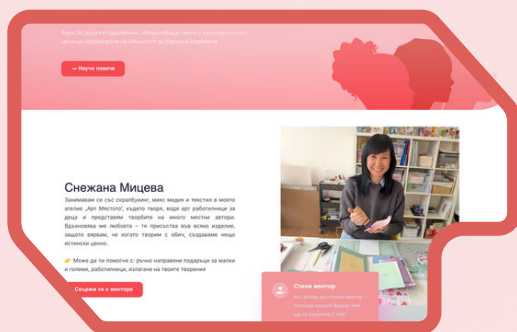
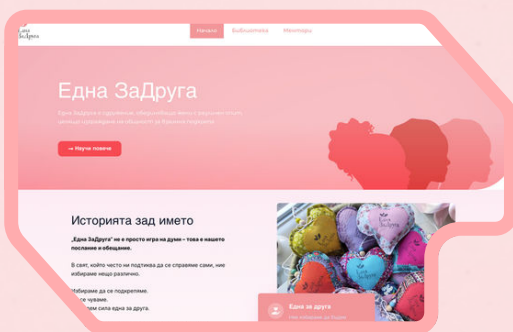
1. [EdnaZaDruga.com](https://www.ednazadruga.com) („Sve za jednu i jedna za sve“), online platforma za poduzetnice i umjetnice, zamišljena je kao digitalno središte koje objedinjuje e-trgovinu, priče o uspjehu, kalendar događanja, mogućnosti mentorstva i poduzetničke resurse, s ciljem jačanja vidljivosti i suradnje.
2. Kreativni i podržavajući fizički prostori za žene predložili su redovite susrete, radionice, festivale i posjete zajednicama u Radomiru i okolnim selima, povezujući kreativno izražavanje s razvojem vještina i podrškom.
3. Edna Za Druga, ženska udruga za podršku, osnaživanje i zagovaranje, zamišljena je kao formalna struktura koja može održati inicijative vođene iz zajednice, graditi partnerstva i dugoročno jačati glas žena.

Provedene društvene inovacije

Od tri ideje razvijene u Radomiru, partneri su proveli dvije koje su se mogle testirati unutar vremenskog okvira projekta i koje se međusobno nadopunjuju: jedna gradi vidljivost i povezivanje kroz digitalni prostor zajednice, a druga kontinuitet i povjerenje kroz namjenski fizički prostor i funkcionalnu lokalnu mrežu. Ideja osnivanja udruge ostaje logičan sljedeći korak za održivost nakon što mreža dodatno sazrije.

Pilot 1. EdnaZaDruga.bg, online platforma za poduzetnice i umjetnice

[Online platforma Edna ZaDruga](#) izrađena je kao praktičan digitalni prostor u kojem žene mogu pronaći informacije, dijeliti iskustva, steći vidljivost i međusobno se povezati. Od početka je namjera bila izgraditi zajednicu, a ne samo mrežnu stranicu, uz dugoročnu viziju da žene na platformi mogu predstavljati i nuditi ručno izrađene proizvode, rukotvorine, hranu i usluge.



Provedba je obuhvatila izradu i kontinuirano održavanje platforme, uz razvoj sadržaja temeljenog na lokalnim iskustvima, uključujući prikupljanje i predstavljanje priča žena iz regije te uključivanje lokalnih suradnika i mentora. Platforma je pokrenuta sa strukturiranim rubrikama (Početna stranica, Knjižnica, Mentori i budući dio Trgovina), a podržana je aktivnom Facebook stranicom radi jačanja komunikacije i vidljivosti.

Do kraja pilot-aktivnosti projekt je zabilježio konkretne pokazatelje vidljivosti i razvoja zajednice: 699 pratitelja na povezanoj [Facebook page](#), više od 130 objavljenih postova, više od 10 osobnih priča javno predstavljenih te mrežu lokalnih mentora dostupnih putem platforme.

Pilot 2. Ženska mreža zajednice Edna ZaDruga

Ženska mreža zajednice provedena je kao lokalna inicijativa koja okuplja žene u namjenskom fizičkom prostoru u Radomiru, nudeći praktične radionice, mentorstvo i međusobnu podršku za jačanje vještina, samopouzdanja i društvene uključenosti.

U središtu grada uspostavljen je prostor zajednice, koji je postao glavno mjesto za radionice, događanja i sastanke. Program je ostao vođen lokalnim potrebama, a teme su oblikovane prema iskazanim interesima i potrebama sudionica.

Pilot-aktivnost uspostavila je funkcionalnu žensku mrežu s kontinuitetom i ritmom: organizirane su 22 radionice i brojni susreti, uz podršku lokalne mentorske mreže i stabilnog okruženja za redovitu interakciju i međusobno ohrabivanje. Provedene radionice uključivale su obrtničke radionice (8), susrete čitateljskog kluba (4), radionice art-terapije (3), radionice izrade nakita (2), radionice ljepote i brige o sebi (2) te radionice digitalnih alata (2).



Ključni rezultati evaluacije

Povratne informacije sudionica pokazuju da su žene za inicijativu najčešće saznavale preko prijatelja, kolega ili drugih osobnih kontakata, a zatim putem društvenih mreža. Motivacija za sudjelovanje bila je raznolika, no posebno su se istaknule dvije: želja za učenjem nečeg novog i upoznavanjem novih ljudi. Sudionice su cijenile prijateljsku i podržavajuću atmosferu, mogućnosti za raspravu, dobru organizaciju i pristupačnost te zanimljiv sadržaj, a kao glavnu korist navele su stjecanje novih znanja i vještina.



Promišljanja dionika dodaju dvije snažne poruke. Prvo, digitalna vidljivost ključna je za održavanje kreativnih aktivnosti žena i širenje mogućnosti, a radionice praktičnih digitalnih vještina istaknute su kao prioritet za nastavak, koristeći prostor i alate stvorene kroz WIN, uključujući platformu i Facebook stranicu. Drugo, dionici su kao najveću vrijednost pilot-aktivnosti istaknuli povjerenje, zajednicu i suradnju koju pokreću same žene, što stvara temelj za dugoročnije promjene, čak i nakon

završetka pilot-aktivnosti. Ukazali su i na trajne prepreke, poput stereotipa i otežane suradnje s općinskim strukturama, ali i razgovarali o praktičnim strategijama za poboljšanje komunikacije s lokalnim vlastima predstavljanjem rezultata kroz njihovu vrijednost za regionalni razvoj.

Naučene lekcije

- U Radomiru mnoge žene već posjeduju vještine. Ključni izazov nije nedostatak sposobnosti, nego vidljivost, samopouzdanje i putevi prema pristupu tržištu.
- Digitalna platforma postaje značajna kada funkcionira kao prostor zajednice, s lokalnim glasovima, pričama i prisutnošću mentora, a ne samo kao tehnički proizvod.
- Namjenski fizički prostor podržava kontinuitet i povjerenje. Stabilnost mreže proizašla je iz redovitih susreta, praktičnih radionica i otvorenog, poticajnog okruženja.
- Praktični formati radionica su važni. Uspješna kombinacija programa uključivala je obrtničke vještine, umjetničke formate i radionice digitalnih alata, a ne samo jedan model obuke.
- Pokazatelji održivosti mogu biti društveni i ponašajni: vršnjačke mreže, ponovni dolasci i suradnja koju pokreću same žene rani su znakovi dugoročnog potencijala.
- Institucionalni odnosi utječu na zamah. Kada je suradnja s općinskim strukturama otežana, lokalni akteri naglasili su potrebu da se rezultati prikažu kroz vrijednost za regionalni razvoj te da se nastavi jačati konstruktivan dijalog s lokalnim vlastima.

ČEŠKA REPUBLIKA – REGIJA KARLOVY VARY

Izgradnja ženskog poduzetništva i oblikovanje rodno ravnopravnih izbora od najranije dobi

U Karlovarskoj regiji WIN inovacijska grupa radila je s dvije međusobno povezane stvarnosti koje oblikuju svakodnevne mogućnosti žena. Žene koje su već poduzetnice ili razmišljaju o poduzetništvu često trebaju siguran prostor, vjerodostojnost i vršnjačku podršku kako bi ojačale samopouzdanje, razmijenile praktična iskustva i pretvorile ideje u djelovanje. Istodobno, rodni stereotipi rano počinju oblikovati obrazovne i karijerne izbore, upravo u razdoblju kada mladi donose važne odluke o srednjoškolskom obrazovanju i budućim putevima.

To je dovelo do regionalnog pristupa koji je namjerno povezoao dvije razine promjene: ekosustav za žene u poduzetništvu, utemeljen u zajednici, i strukturirani format koji učenicima pomaže promišljati stvarnosti tržišta rada i rodnu ravnopravnost u trenutku kada se njihovi izbori tek oblikuju. Istodobnim radom s obje skupine moguće je utjecati ne samo na sadašnje prilike, nego i na buduće izbore.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa predložila je ukupno pet društvenih inovacija. Dvije su bile izravno usmjerene na žene, osobito na poduzetništvo i poduzetničke vještine. Tri su bile usmjerene na mlade, radi podrške informiranom izboru karijere i smanjenja rodnih stereotipa. Zajedno, ove ideje stvaraju put od ranog osvještavanja do praktične podrške ženama koje su već aktivne na tržištu rada ili na njega tek ulaze.

1. BusinessWomen without Borders (Poslovne žene bez granica): pravno utemeljena udruga i mreža poduzetnica i žena koje žele pokrenuti posao, razvijena odozdo prema gore, koja povezuje edukaciju, mentorstvo, umrežavanje i vidljivost ženskih poduzetničkih priča..

2. Projektni dan u školi za rodnu ravnopravnost: strukturirani jednodnevni školski format koji koristi alate za karijerno usmjeravanje, procjenu talenata i stvarne priče kako bi učenicima pomogao promišljati o stereotipima i donositi informiranije odluke.
3. Motivacijske radionice za promicanje rodne ravnopravnosti: niz radionica u trajanju od 18 sati za srednjoškolce, koji povezuje praktične vještine zapošljivosti i svijest o tržištu rada.
4. Razgovori s bivšim učenicima: susreti s bivšim učenicima kao bliskim uzorima, koji učenicima pomažu bolje razumjeti obrazovne puteve i preispitati rodno uvjetovane pretpostavke o zanimanjima.
5. Program obuke za buduće poduzetnice: sveobuhvatan program učenja i prakse za žene koje žele pokrenuti ili razviti posao, kombinirajući razvoj vještina, inspiraciju i podršku.

Provedene društvene inovacije

Od pet predloženih ideja, dvije su odabrane za pilotiranje. Odabir se temeljio na logici izvedivosti i relevantnosti: jedna inovacija mogla je stvoriti trajniju strukturu podrške ženama u poduzetništvu, dok se druga mogla testirati kao jednostavan i ponovljiv model u stvarnom školskom okruženju, s mogućnošću širenja kroz postojeću regionalnu suradnju.

Pilot 1. BusinessWomen without Borders

[BusinessWomen without Borders](#) (Poslovne žene bez granica) provedena je kao pravno osnovana udruga i prostor zajednice za poduzetnice i žene koje razmišljaju o poduzetništvu. Temeljni dizajn pilot-aktivnosti namjerno je razvijen odozdo prema gore: redoviti susreti stvorili su sigurno okruženje za razmjenu stvarnih poslovnih izazova, izgradnju povjerenja i razvoj suradnje među sudionicama.

Provedba je obuhvatila umrežavanje i vršnjačku razmjenu, mentorstvo za

poduzetnice početnice te jačanje vidljivosti kroz marketinške aktivnosti i online katalog. Pilot-aktivnost pokazala je potencijal rasta, a ne samo provedbu pojedinačnih događanja: održano je oko 20 kombiniranih edukativnih i networking susreta, zajednica je narasla s očekivanih približno 20 članica na oko 50 aktivnih članica, a ukupno je sudjelovalo približno 150 žena kroz online i neposredno sudjelovanje

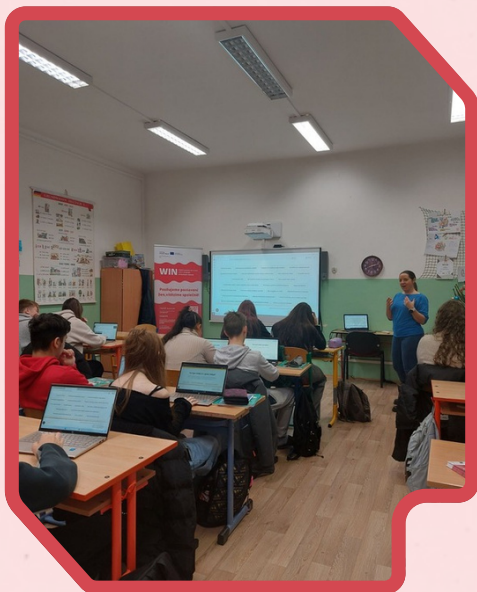
Osim samog sudjelovanja, pilot-aktivnost bilježi i konkretne tržišne i suradničke rezultate, uključujući nove suradnje te primjere članica koje su osigurale stalne kupce i partnerstva s dionicima iz gastronomskog sektora.



Pilot 2. Projektni dan u školi za rodnu ravnopravnost

Ova pilot-aktivnost testirala je može li jedna dobro osmišljena četverosatna školska intervencija potaknuti smisleno promišljanje o stvarnostima tržišta rada i rodnim stereotipima u trenutku kada učenici donose važne obrazovne odluke. [Projektni dan](#) bio je namijenjen učenicima od 7. do 9. razreda, a uključivao je alate za karijerno usmjeravanje, promišljanje o vlastitim snagama i praktične primjere predstavljene bez rodno uvjetovanih podjela.

Provedeni format uključivao je rad s aplikacijom za karijerno usmjeravanje, povezanu s osnovama financijske pismenosti, uz sudjelovanje Regionalne gospodarske komore. U pilot-aktivnosti sudjelovalo je 27 učenika iz dva razreda, 8. i 9. razreda. Učenici su posebno cijenili interaktivnost, rad u malim skupinama i otvoreni prostor za pitanja i odgovore, a aktivnost je ocijenjena kao lako prenosiva zbog jednostavne strukture i korištenja postojećih alata. Stvaranjem prostora za promišljanje i raspravu, aktivnost je pomogla učenicima da karijerne izbore vide kao otvorenije, fleksibilnije i manje ograničene tradicionalnim rodnom očekivanjima.



Ključni rezultati evaluacije

Povratne informacije sudionica programa BusinessWomen without Borders pokazuju snažan interes za upoznavanje drugih ljudi, stjecanje novih znanja i pronalazak inspiracije. Ispitanice su posebno cijenile mogućnosti poslovnog umrežavanja, sadržaj te prijateljsku i podržavajuću atmosferu, a kao koristi su navele jačanje društvenih veza i podrške, znanja i vještina te prepoznavanje novih prilika. Gotovo sve ispitanice navele su da bi željele ponovno sudjelovati u sličnim događanjima, a evaluacija bilježi i konkretne rezultate, poput pokretanja poslovanja i novih suradnji nastalih unutar mreže.

Kod školskog projektnog dana učenici su istaknuli zanimljiv sadržaj, dobru organizaciju, učenje nečeg novog i mogućnosti za raspravu. Ukupno zadovoljstvo bilo je visoko, a većina učenika željela bi ponovno sudjelovati u sličnim aktivnostima. Promišljanja dionika naglasila su važnost kontinuiteta i sustavnih mjera uz pilot-aktivnosti, uključujući fleksibilne oblike rada, bolju dostupnost skrbi za djecu te mogućnosti obrazovanja i prekvalifikacije žena u tehničkim područjima, digitalizaciji i liderskim vještinama.

Sveukupno, evaluacija potvrđuje da povezivanje praktične podrške sa snažnim osjećajem zajednice i ranim podizanjem svijesti stvara smislen i lokalno relevantan pristup poboljšanju položaja žena na tržištu rada.

Naučene lekcije

- Povezivanje dviju razina djelovanja, odnosno podrške poduzetnicama i ranog karijernog usmjeravanja u školama, stvara cjelovitiju logiku regionalne promjene nego svaka od njih zasebno.
- U podršci poduzetništvu utemeljenoj u zajednici, osjećaj pripadnosti i povjerenje preduvjeti su za praktično učenje, mentorstvo i suradnju.
- Širenje mreže zahtijeva organizacijski dizajn: predvidljiva komunikacija i jasna podjela uloga štite kontinuitet kako zajednica raste.
- Kratak, dobro strukturiran projektni dan u školi može potaknuti promišljanje, ali za dugoročniji učinak potrebne su nastavne aktivnosti ugrađene u školski ritam.
- Dugoročni napredak ovisi o kontinuitetu i sustavnim mjerama, poput fleksibilnog rada, skrbi za djecu i puteva prekvalifikacije, uz same pilot-aktivnosti.

MAĐARSKA – ŽUPANIJA KOMÁROM-ESZTERGOM

Mijenjanje onog što se smatra „normalnim“ u muškom industrijskom kontekstu

U mađarskoj pilot-regiji partneri i dionici opisali su položaj žena na tržištu rada kao snažno oblikovan kulturom radnog mjesta i svakodnevnim društvenim normama. U takvim okruženjima razvoj vještina nije uvijek najbrži pokretač promjene. Stavovi, stereotipi i „podrazumijevana“ očekivanja mogu neprimjetno oblikovati koga se ohrabruje, tko napreduje i čiji se rad prepoznaje.

Regionalni put stoga je odabrao neuobičajenu, ali stratešku polaznu točku: izravno doprijeti do muškaraca, u pristupačnom formatu, i potaknuti promišljanje bez optuživanja. Ambicija nije bila „dobiti raspravu“, nego otvoriti prostor za dijalog koji može postupno mijenjati svakodnevna ponašanja kod kuće i na poslu.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa u Mađarskoj razvila je pet ideja koje obuhvaćaju i kulturnu promjenu i praktične uvjete na tržištu rada.

1. Podcast serijal za promjenu stavova namijenjen muškarcima: pristupačan podcast format koji se izravno bavi rodnim stereotipima i potiče promišljanje o tome kako stavovi oblikuju mogućnosti žena.
2. Predstavljanje dobrih praksi za poslodavce: prikupljanje i dijeljenje primjera radnih okruženja naklonjenih ženama, kako bi se poslodavce potaknulo na usvajanje podržavajućih praksi.
3. Financijsko obrazovanje za žene: praktično učenje usmjereno na jačanje financijske pismenosti žena i donošenje informiranih odluka.

3. Događanja za podizanje svijesti: javne aktivnosti i dijaloz i usmjereni na povećanje vidljivosti tema rodne ravnopravnosti i poticanje rasprave u zajednici.
4. Nagrada za najbolje radno mjesto za žene: sustav priznanja kojim se motiviraju poslodavci i ističu radna mjesta koja stvaraju dobre uvjete za žene.

Provedene društvene inovacije

Na kraju je donesena odluka da se kao pilot-aktivnost provede koncept podcasta NEMIGEN. Logika odabira bila je pragmatična i strateška: format može doprijeti izvan krugova onih koji su već uvjereni, može uključiti muškarce kao ključnu skupinu koja oblikuje kulturu radnog mjesta te može povezati širok doseg s pristupačnim i ponovljivim učenjem.

Pilot 1. NEMIGEN – podcast serijal o rodnim stereotipima



NEMIGEN je [podcast serijal od osam epizoda](#) osmišljen kako bi preispitao postojeće rodne stereotipe o ženama, s namjernim fokusom na to kako stavovi

muškaraca utječu na položaj žena na tržištu rada i u društvu općenito. Serijal koristi razigran i pristupačan format koji kombinira humor, stvarna životna iskustva, stručne uvide sociologa i psihologa te razgovore s javnim osobama i „običnim ljudima“. Svaka epizoda oblikovana je oko provokativnog pitanja u formi odgovora da/ne, koje odražava uobičajene stereotipe i poziva slušatelje da preispitaju svakodnevne pretpostavke.

Pilot-aktivnost povezala je profesionalnu produkciju s promišljenim načinom distribucije. Voditelji su odabrani zbog svoje vjerodostojnosti i prepoznatljivosti u javnosti, a serijal je distribuiran na glavnim platformama, uz kontinuiranu promociju putem društvenih mreža i partnerskih kanala. Jedan od posebnih elemenata bilo je uključivanje odgovora generiranih umjetnom inteligencijom kao dodatnog „glasa“ u raspravi, korištenog za poticanje promišljanja i kritičkog razmišljanja, a ne za davanje gotovih odgovora.



U pogledu doseg a i angažmana, pilot-aktivnost ostvarila je snažnu vidljivost na nacionalnoj razini. Proizvedeno je i objavljeno osam epizoda, a serijal je dosegao više od 200.000 slušatelja i gledatelja diljem Mađarske.

Ključni rezultati evaluacije

Online upitnik povezan s podcastom NEMIGEN obuhvatio je raznoliku publiku prema dobi i spolu, pri čemu su ispitanici bili gotovo podjednako žene i muškarci. Društvene mreže bile su najčešći kanal putem kojeg su saznali za podcast, nakon čega slijede osobni kontakti i udruge/nevladine organizacije.

Zabilježeni učinci u skladu su s namjerom pilot-aktivnosti. Nakon slušanja, mnogi su ispitanici naveli da ih je podcast potaknuo na promišljanje o vlastitim stavovima, a većina je istaknula da bi se zasigurno ponašala drugačije u poslovnom ili privatnom životu, dok su drugi naveli da bi možda promijenili ponašanje. Kao najvrjednije spoznaje ispitanici su posebno istaknuli veću svijest o usklađivanju poslovnog i privatnog života žena te bolje razumijevanje položaja žena na tržištu rada. Intervjui s dionicima dodatno su pokazali da je podcast nadopunjen događanjima za podizanje svijesti uživo i susretima s publikom, kako bi se otvorio prostor za dijalog i izvan online formata.

Naučene lekcije

- U industrijskim regijama kulturne norme i svakodnevni jezik dio su „infrastrukture“ tržišta rada koja oblikuje mogućnosti žena.
- Popularni i zabavni formati mogu smanjiti otpor i otvoriti prostor za osjetljive teme o kojima je inače teško javno razgovarati.
- Vjerodostojni voditelji i autentične priče pomažu privući publiku, osobito muškarce koji se inače možda ne bi uključili u sadržaje o rodnoj ravnopravnosti.
- Povezivanje stručnih uvida s proživljenim iskustvima jača povjerenje i čini raspravu istodobno zanimljivom i utemeljenom.

Za dugoročniji učinak širok doseg treba povezati s institucionalnim preuzimanjem, primjerice korištenjem epizoda u HR obukama, programima raznolikosti na radnom mjestu, obrazovanju ili službama za zapošljavanje.

SRBIJA – REGIJA LOZNICA

Ženski etno hub: povezivanje tradicije, digitalnih vještina i novih ekonomskih puteva

U Loznici mnoge žene doprinose prihodima kućanstva kroz rukotvorine, domaće proizvode, ruralni turizam i malu proizvodnju, često u ruralnim i perifernim područjima. Ipak, njihov rad može ostati nevidljiv na tržištu, dok se mlađe žene suočavaju s ograničenim lokalnim mogućnostima i nedostatkom praktičnih puteva za razvoj vještina.

Srpski regionalni pristup odgovorio je koherentnom idejom: uključivanje žena na tržište rada treba promatrati kao izazov ekosustava, a ne kao pojedinačnu intervenciju. Pod okriljem inicijative Women's Ethno Hub (Ženski etno hub), pilot-regija je između rujna i prosinca 2025. namjerno testirala tri komplementarne društvene inovacije, povezujući digitalizaciju, pristup tržištu, održivost i socijalno poduzetništvo.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa u Srbiji razvila je tri ideje u okviru koncepta Ženskog etno hub-a.

1. Međugeneracijska sinergija kroz digitalno obrazovanje i bolji pristup tržištu predložila je povezivanje starijih žena proizvođačica s mlađim ženama obučenicima za digitalni marketing i AI alate, kako bi tradicionalni proizvodi i usluge postali vidljivi i konkurentni i izvan lokalnog tržišta.
2. Obuka i jačanje kapaciteta za kružno gospodarstvo predložili su uvođenje pristupa kružnog gospodarstva i „zero-waste“ principa kao ekonomske prilike za žene koje se bave ruralnim turizmom i poljoprivrednim gospodarstvima, kombinirajući stručno učenje s posjetima dokazanim lokalnim modelima.
3. Uspostava socijalnih poduzeća usmjerena je na podršku ženama u razumijevanju socijalnog poduzetništva i, gdje je moguće, formalizaciji, koristeći nove zakonske mogućnosti i subvencije kao poticajne čimbenike.

Provedene društvene inovacije

Sve tri ideje provedene su i testirane u Srbiji kao namjerno povezan skup aktivnosti. Umjesto pilotiranja jedne samostalne aktivnosti, partneri su testirali mali sustav intervencija koje se međusobno nadopunjuju: digitalne vještine i vidljivost, učenje o održivosti te realan prvi ulazak u socijalno poduzetništvo.

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

Ova pilot-aktivnost povezala je starije žene koje proizvode autentične tradicionalne proizvode i pružaju usluge s mlađim ženama zainteresiranim za stjecanje zapošljivih digitalnih vještina, koristeći zajednički rad kako bi se učenje pretvorilo u rezultate usmjerene prema tržištu.



[Dvodnevna obuka o digitalnom marketingu i AI alatima](#) održana je u Loznici 22. i 23. rujna 2025., uz sudjelovanje gotovo 40 žena. Cjelodnevna praktična obuka i

fotografiranje uslijedili su 7. studenoga 2025. na etno domaćinstvu Šurička Bajka, gdje su sudionice fotografirale proizvode i pripremile tekstove koji su kasnije doručeni uz pomoć AI alata. Dvije online mentorske sesije podržale su pripremu promotivnih sadržaja i kataloških stranica.

Uspostavljena je međugeneracijska suradnja između 22 žene proizvođačice i 9 mlađih asistentica, što je rezultiralo dovršenim digitalnim poklon-katalogom „S ljubavlju iz Loznice“, koji predstavlja proizvode i usluge žena te omogućuje vidljivost izvan neposrednog lokalnog konteksta. Partneri su također zabilježili širok doseg, uključujući oko 70 medijskih i objava na društvenim mrežama te izvještavanje nacionalnih i lokalnih TV kuća.

Pilot 2. Obuka i jačanje kapaciteta za kružno gospodarstvo za domaćinstva i gospodarstva u ruralnom turizmu

Ova pilot-aktivnost provedena je kao jednodnevni studijski posjet i obuka 17. listopada 2025. u domaćinstvu prepoznatom kao funkcionalan primjer ruralnog turizma prema zero-waste (bez otpada) principima. Sudjelovalo je oko deset žena, koje su iz prve ruke stekle uvid u to kako se prakse održivosti mogu pretočiti u konkretne aktivnosti ruralnog turizma i proizvodnje.



Pilot 3. Uspostava socijalnog poduzeća / socijalnih poduzeća

Cjelodnevna [obuka o socijalnom poduzetništvu](#) i razvoju poslovnog modela održana je 30. rujna 2025. Sudionice su radile s Canvas poslovnim modelom kao praktičnim alatom te istraživale definiranje misije, modele upravljanja, pravne okvire i mogućnosti financiranja. Iako formalno osnivanje ostaje dugoročniji proces, pilot-aktivnost otvorila je lokalnu raspravu i povećala vidljivost socijalnog poduzetništva kroz medijsko praćenje.

Ključni rezultati evaluacije

Online upitnik u Srbiji obuhvatio je pilot-aktivnost međugeneracijskog digitalnog obrazovanja. Ispitanice su za aktivnost saznale putem osobnih kontakata, društvenih mreža, nevladinih organizacija ili savjetnika u obrazovanju. Glavna motivacija bila je naučiti nešto novo i istražiti mogućnosti za rad.

Sudionice su navele znatno povećanje znanja i vještina te visoku spremnost za sudjelovanje u sličnim događanjima u budućnosti, uz prijedloge za više praktičnih primjera, više vremena za raspravu i češća događanja. Promišljanja dionika potvrdila su da su tri pilot-aktivnosti funkcionirale kao koherentan paket te opisala povećano samopouzdanje i smanjen strah od korištenja digitalnih alata. Dionici su također istaknuli da će održivost i širenje zahtijevati snažniju sustavnu podršku, uključujući kontinuiranu digitalnu edukaciju, podršku plasmanu na tržište i dugoročno mentorstvo.

Naučene lekcije

- Sudjelovanje ovisi o fleksibilnom rasporedu i realističnom planiranju, osobito za žene koje putuju iz ruralnih područja.
- Skupine različitih razina znanja mogu postati prednost; razlike u digitalnim vještinama podržale su vršnjačko učenje i međugeneracijsku suradnju.

- Nove teme zahtijevaju ponovljeno izlaganje. Kružno gospodarstvo i socijalno poduzetništvo u početku su privukli manje skupine, što pokazuje da je podizanje svijesti preduvjet za šire uključivanje.
- Iskustveno i praktično učenje povećalo je relevantnost i prihvaćenost, pomažući sudionicama da procijene što je realno primjenjivo u njihovim domaćinstvima i poslovanju.
- Pretvaranje učenja u konkretan rezultat jača zamah. Digitalni katalog stvorio je vidljiv proizvod suradnje i praktičan alat za pristup tržištu.
- Širenje ovisi o institucionalnom utemeljenju i sustavnoj podršci, a ne samo o projektnim aktivnostima.

SLOVENIJA – TRBOVLJE

Karijerni putevi i lokalne prilike iz prve ruke

U Trbovlju su dionici opisali poznat regionalni obrazac: mladi često nemaju jasan pregled zanimanja, obrazovnih puteva i toga kako različiti poslovi stvarno izgledaju, dok su istodobno izloženi brojnim „informativnim događanjima“ koja više ne privlače njihovu pozornost. Tradicionalni sajmovi karijera također mogu iznova predstavljati ograničen krug poslodavaca i profila zanimanja, što može pojačati osjećaj slabih perspektiva u regiji.

Rad u okviru WIN-a u Trbovlju odgovorio je usmjeravanjem na praktično pitanje: kako istraživanje karijere učiniti zanimljivim, iskustvenim i povezanim sa stvarnim poslodavcima, uz posebnu pozornost na poticanje djevojaka da istraže različite karijerne puteve.

Razvijene ideje

WIN inovacijska grupa razvila je četiri ideje koje izazov tržišta rada sagledavaju iz komplementarnih kutova.

1. Razpisne mojstrice / Grant Masters (Majstorice za javne pozive) usmjerena je na jačanje kapaciteta žena za pripremu kvalitetnih prijava na općinske javne pozive, kao odgovor na lokalni problem nekvalitetnih i nepotpunih prijava te administrativnog opterećenja koje to stvara.
2. Click for a job / Klik za šiht (Klik za posao) predlaže digitalnu platformu s profilima zanimanja i informacijama o karijeri, osmišljenu za povezivanje učenika, studenata i poslodavaca te za veću vidljivost lokalnih prilika.
3. Inovacijsko okruženje za poduzetnice ima za cilj ojačati žensko poduzetništvo stvaranjem koherentnijeg ekosustava podrške, uključujući prilagođene sadržaje, vršnjačko umrežavanje i praktične oblike podrške.
4. Job Happens / Šiht Happens: Dan istraživanja karijera osmišljen je kao interaktivno događanje za istraživanje karijernih mogućnosti, povezano s

postojećim sajmom karijera, koje koristi praktične i mladima prilagođene metode kako bi mlade povezalo s poslodavcima i stvarnim karijernim pričama.

Provedene društvene inovacije

Slovenski partneri odabrali su Job Happens / Šiht Happens (Posao se događa) za pilotiranje. Odabir se temeljio na jasnoj logici izvedivosti i učinka: aktivnost se mogla provesti kroz snažnu lokalnu suradnju i izravno odgovoriti na jaz između „informacija o karijerama“ i stvarnog razumijevanja karijera kroz iskustvo, osobito kod mladih.

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

Job Happens pretvorio je tradicionalni [sajam karijera](#) u interaktivno iskustvo. Održan je 15. listopada 2025. u Delavskom domu / Workers' Home Trbovlje i okupio više od 400 učenika osnovnih i srednjih škola te studenata, kao i 33 regionalna poslodavca.





Dizajn događanja zamijenio je statične štandove nizom strukturiranih iskustava: karijernim escape roomom, formatom žive knjižnice, odnosno razgovorima u malim skupinama sa stručnjacima, interaktivnim radionicama, uključujući teme umjetne inteligencije i rada, međunarodne mobilnosti putem EURES-a i poznavanja vlastitih prava, te predstavljanjem poslodavaca u obliku potrage, čime je kontakt s poslodavcima pretvoren u aktivan zadatak, a ne pasivno razgledavanje.

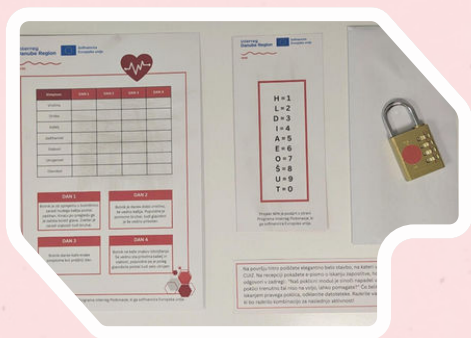
Ključni rezultat bila je izrada metodoloških smjernica za organizaciju interaktivnih događanja za karijerno usmjeravanje, namijenjenih podršci ponovnoj provedbi i širenju kroz mrežu službi za zapošljavanje. Također je navedeno da je pilot-aktivnost integrirana u redovne programe ključnih institucija, čime su ojačana partnerstva sa školama i lokalnim službama za karijerno usmjeravanje.

Ključni rezultati evaluacije

Uzorak upitnika za sudionike događanja Job Happens obuhvatio je 29 valjanih odgovora. Većina ispitanika bila je u dobi do 15 godina, a žene su činile jasnu većinu ispitanika. Većina je za događanje saznala u školi, što potvrđuje važnost uključivanja škola u inovacije usmjerene na mlade.

Ispitanicima se događanje najčešće svidjelo zbog zanimljivog sadržaja. Istaknuli su i dobru organizaciju, nova znanja, mogućnosti za raspravu i prijateljsku atmosferu.

Prijedlozi za poboljšanje odnosili su se na više vremena za raspravu i praktične primjere te na pružanje više informacija o mogućnostima obrazovanja i zapošljavanja. Promišljanja dionika naglasila su da mlade treba zainteresirati za sudjelovanje te da interaktivne aktivnosti i izravan kontakt s poslodavcima smanjuju zadržke i strah od pristupanja poslodavcima.



Naučene lekcije

- Interaktivno karijerno usmjeravanje može osvježiti postojeće formate pomicanjem fokusa s prenošenja informacija na iskustveno istraživanje, poput escape rooma, žive knjižnice i izazova.
- Uključivanje škola je važno. Kada škole aktivno usmjeravaju sudjelovanje, događanje postaje dio stvarnog procesa profesionalnog usmjeravanja, a ne dodatna opcija.
- Sudionici su jasno tražili više vremena za razgovor i više praktičnih primjera, što pokazuje da interaktivnu logiku treba proširiti, a ne smanjiti.
- Širenje zahtijeva jednostavnost provedbe. Iskustva iz provedbe ukazala su na potrebu za jednim glavnim operativnim nositeljem, jasnijim rasporedom rotacija sudionika i aktivnijom podrškom nastavnicima na samom događanju.
- Metodološke smjernice praktičan su alat za širenje jer ponavljanje kroz institucionalne mreže čine realno izvedivim.

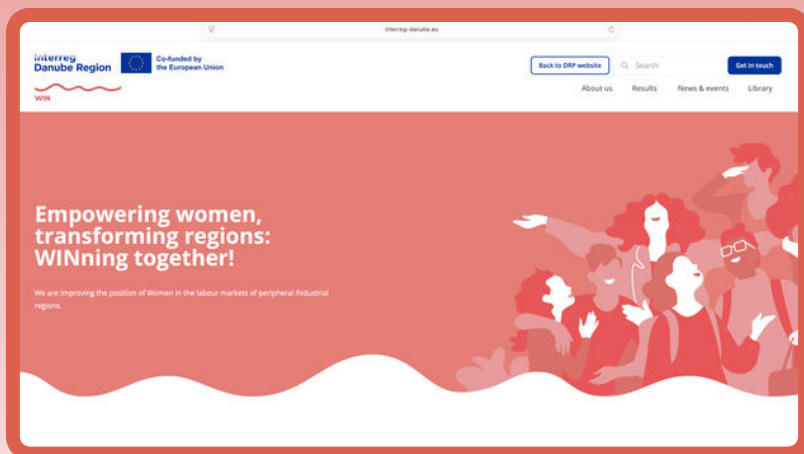
II. DIO

MEĐUREGIONALNA ISKUSTVA



ŠIRENJE WIN DUHA

WIN je izgrađen kroz lokalni rad u sedam pilot-regija, no njegova je relevantnost ovisila o tome može li taj rad doprijeti i izvan kruga izravno uključenih osoba. Komunikacija zato nije služila samo izvještavanju o aktivnostima. Pomogla je lokalna iskustva pretvoriti u zajedničke priče, učiniti stvarnost žena u perifernim industrijskim regijama vidljivijom te stvoriti više ulaznih točaka za uključivanje dionika, zajednica i šire javnosti u projekt. Komunikacija nije bila završni sloj diseminacije dodan nakon provedbe. Bila je dio načina na koji je projekt stvarao širu vrijednost. Povezivala je pilot-aktivnosti sa širom publikom, podržavala vidljivost ženskih iskustava i lokalnih inovacija te pomogla pretvoriti projektne aktivnosti u sadržaj koji se može razumjeti, dijeliti i ponovno koristiti u drugim kontekstima.



Tijekom projekta komunikacija se razvijala kao međusobno povezan ekosustav, a ne kao skup odvojenih kanala. [Mrežna stranica projekta](#) bila je glavno javno mjesto projekta WIN, objedinjujući novosti o projektu, partnerske sastanke, rezultate radionica, aktivnosti inovacijskih grupa i ključne izlazne dokumente, poput studija, smjernica i drugih rezultata.

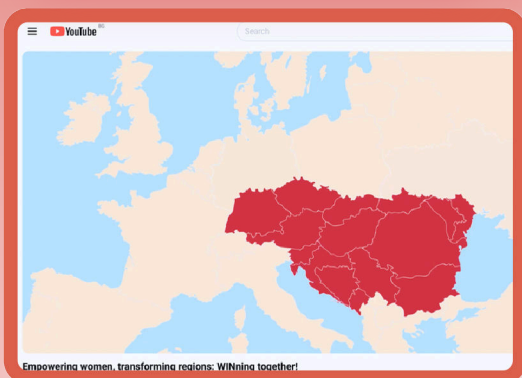
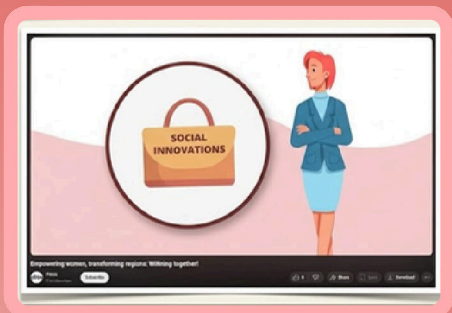
Društvene mreže dodatno su proširile ovu vidljivost na dinamičniji i neposredniji način. Umjesto stvaranja zasebnih projektnih kanala, WIN se oslanjao na postojeće platforme partnerskih organizacija. To je bio praktičan i strateški izbor. Omogućio je projektu izgradnju na postojećem povjerenju i publici, dopiranje do zajednica već povezanih s lokalnim akterima te izbjegavanje fragmentacije komunikacijskih aktivnosti. Društvene mreže nisu korištene samo za najavu aktivnosti, nego i za dijeljenje priča, isticanje uzora, promicanje prilika i održavanje povezanosti regionalne publike sa širim putem projekta WIN.



Newsletteri su dodali još jedan sloj kontinuiteta. Dok društvene mreže stvaraju redovitu vidljivost, newsletteri daju ritam i strukturu, objedinjujući ključne novosti, rezultate i nadolazeće prilike u pregledan format. To je bilo osobito važno u višedržavnom projektu s raznolikim aktivnostima, gdje je komunikacija

trebala pomoći publici da projekt razumije kao koherentnu cjelinu. Tako su newsletteri održavali stabilniji odnos s dionicima koji su željeli ostati informirani bez praćenja svakodnevne komunikacije.

Rad s medijima i odnosima s javnošću pomogao je projektu da izađe izvan neposredne mreže uključenih dionika. Članci, intervjui i objave u online medijima, tisku i na televiziji uveli su WIN u širu javnu raspravu u različitim regionalnim kontekstima. Medijska vidljivost pokazala se osobito vrijednom kada je bila povezana s lokalnim događanjima, kampanjama ili javnim aktivnostima, jer regionalni mediji često najviše reagiraju kada projekt postane vidljiv na terenu. Time je stvoren učinak međusobnog jačanja: događanja su stvarala priče, a mediji su im pomogli da dopru dalje.



Ista je logika oblikovala i [projektni video](#) te kampanju podizanja svijesti. Video je prikazao stvarnosti s kojima se žene suočavaju u perifernim industrijskim regijama i projektne aktivnosti razvijene kao odgovor na te izazove, uključujući pilot-aktivnosti, nove mreže i praktične alate. Povezujući osobna iskustva s projektnim uvidima, pomogao je publici da brzo razumije zašto je tema važna i što je projekt nastojao promijeniti. Kampanja podizanja svijesti dodatno je ojačala taj pristup povezivanjem digitalne i offline komunikacije u prepoznatljiviju i usmjereniju priču. Posebno važan element bilo je prikupljanje i dijeljenje osobnih priča žena. Te su priče temu učinile ljudskijom i bližom publici, istodobno propitujući stereotipe kroz konkretna iskustva, a ne apstraktne poruke.



WIN je stekao i strateško priznanje na makroregionalnoj razini. Tijekom projekta službeno je proglašen [Danube Strategy Flagship](#), vodećim projektom Dunavske strategije u okviru Prioritetnog područja 9, „Ljudi i vještine“, Strategije EU-a za dunavsku regiju (EUSDR). Ovo priznanje potvrđuje snažan doprinos projekta pristupačnijim, uključivijim i učinkovitijim tržištima rada diljem dunavske regije te pozicionira WIN među inicijative prepoznate kao primjeri dobre prakse u makroregiji. Kroz pilot-aktivnosti, podršku razvoju vještina i umrežavanju žena te napore usmjerene na uklanjanje institucionalnih prepreka, WIN je pokazao kako prekogranična suradnja može donijeti opipljive promjene za ljude i zajednice, u skladu s ciljevima Prioritetnog područja 9.

Događanja i radionice ostali su među najsnažnijim komunikacijskim prostorima projekta. Stvorili su izravne prilike za dijalog, izgradnju povjerenja i razmjenu, ali i velik dio sadržaja koji se kasnije širio putem mrežnih stranica, društvenih mreža, newslettera i medijskih objava. Gledano na taj način, komunikacija nije bila odvojena od sudjelovanja. Iz njega je izrasla. Najvjerodostojniji komunikacijski trenuci bili su oni utemeljeni u stvarnoj interakciji, stvarnim mjestima i stvarnim glasovima.

Na različitim komunikacijskim kanalima WIN je ostvario i širok doseg i kontinuitet. Tijekom projekta objavljeno je više od 365 objava na 19 društvenih platformi, s dosegom većim od 285.000 osoba. Partnerstvo je izradilo 4 newslettera, izgradilo bazu s više od 100 pretplatnika, osiguralo 85 medijskih objava u online medijima, tisku i na televiziji te provelo više od 150 komunikacijskih aktivnosti. Ti su napori bili usko povezani s više od 35 događanja u 7 pilot-regija.

WIN KOMUNIKACIJA U KRATKIM CRTAMA

365+

objava na 19 društvenih platformi

285,000+

dosegnutih osoba

4

newslettera

100+

pretplatnika

85

medijskih objava

150+

komunikacijskih aktivnosti

35+

događanja u 7 pilot-regija

Ono što je najvažnije nije samo broj ostvarenih rezultata, nego vrsta vidljivosti koju su stvorili. Komunikacija je pomogla povezati regionalne pilot-aktivnosti sa širom transnacionalnom pričom o položaju žena na tržištu rada perifernih industrijskih regija. Učinila je projektne aktivnosti i rezultate dostupnijima i razumljivijima. Pomogla je i da lokalne inovacije, iskustva žena i regionalni glasovi uđu u šire rasprave u kojima bi inače mogli ostati nevidljivi.

GLASOVI SUDIONIKA

U svim WIN pilot-regijama željeli smo razumjeti jednu jednostavnu stvar: kada su se ove društvene inovacije susrele sa stvarnim ljudima u stvarnim mjestima, što je zaista imalo odjeka, što se pokazalo korisnim i što je nedostajalo. Sudionici WIN aktivnosti pozvani su da ispune kratki online upitnik, podijeljen putem poveznice ili QR koda na lokalnim jezicima. Evaluacija je bila osmišljena za učenje i promišljanje, a ne za statističku reprezentativnost. Obuhvatila je provedene društvene inovacije tijekom razdoblja pilotiranja. Kako bi se omogućila usporedba vrlo različitih lokalnih aktivnosti, partneri su koristili zajedničku strukturu upitnika, uz ograničene prilagodbe ondje gdje je to zahtijevao format pojedine pilot-aktivnosti.

Sudionici uključeni u pilot-aktivnosti predstavljaju različite ciljne skupine u sedam pilot-regija, odražavajući različite pristupe osnaživanju žena provedene u okviru projekta WIN. Uglavnom su obuhvaćali:

- žene radne dobi, uključujući nezaposlene, neaktivne ili one koje traže promjenu karijere ili povratak na tržište rada;
- mlade žene i djevojke, osobito učenice i studentice uključene u aktivnosti karijernog usmjeravanja i podizanja svijesti;
- žene zainteresirane za poduzetništvo, samozapošljavanje ili kreativne industrije;
- sudionike uključene u razvoj vještina, obuke i aktivnosti jačanja kapaciteta;
- članove lokalnih zajednica uključene u inicijative umrežavanja, mentorstva i podrške.

Povratne informacije sudionika bile su iznimno dosljedne u različitim pilot-aktivnostima. Sudionici su aktivnosti u kojima su sudjelovali uglavnom opisivali kao *korisne, pristupačne i dobro organizirane*. Kao najveću vrijednost isticali su iskustvo boravka u *podržavajućem okruženju, praktično učenje i susrete s drugima koji se suočavaju sa sličnim izazovima*. Drugim riječima, iznova su naglašavali dobru atmosferu, zanimljiv sadržaj, raspravu te priliku za razmjenu iskustava i izgradnju mreža.

Istodobno, povratne informacije ukazuju na ponavljajući jaz između inspiracije i primjene. Čak i kada su sudionici bili zadovoljni, mnogi su tražili više praktičnih primjera, više vremena za raspravu i snažnije povezivanje sa stvarnom primjenom. U nekoliko pilot-aktivnosti izričito su predložili nastavne puteve, pripravištva, mentorstvo, dodatne radionice ili druge načine kako naučeno ubrzo nakon sudjelovanja pretvoriti u nešto konkretno.

Završni uvid odnosi se na ono što se čini najperspektivnijim za širenje. Sudionici su posebno dobro reagirali na formate koji ih povezuju s vršnjacima, uzorima, poslodavcima ili konkretnim tržišnim prilikama.


GLASOVI DIONIKA

Uz povratne informacije sudionika, prikupljena su i promišljanja dionika kroz intervjuje i fokus-grupe, prema zajedničkom, fleksibilnom okviru. Partneri u svakoj WIN regiji mogli su koristiti pojedinačne intervjuje, fokus-grupe ili njihovu kombinaciju, a potaknuti su da razgovaraju ne samo s članovima WIN inovacijskih grupa, nego i s dionicima izvan tih grupa kada važni sektori nisu bili dovoljno zastupljeni.

Dionici uključeni u projekt WIN predstavljaju raznolik ekosustav aktera koji utječu na sudjelovanje žena na tržištu rada na lokalnoj i regionalnoj razini. Aktivno su bili uključeni već u fazi zajedničkog osmišljavanja, doprinoseći prepoznavanju ključnih izazova, razvoju ideja društvenih inovacija i oblikovanju pilot-aktivnosti.

Ti su dionici uključivali predstavnike javnih tijela i općina, službi za zapošljavanje i institucija tržišta rada, obrazovnih organizacija poput škola i sveučilišta, organizacija za podršku poslovanju i poslodavaca, kao i organizacija civilnog društva koje rade sa ženama i ranjivim skupinama.

U praksi je njihovo sudjelovanje imalo različite oblike u pilot-regijama: škole i nastavnici podržali su informiranje i sudjelovanje u aktivnostima podizanja svijesti; službe za zapošljavanje i lokalne vlasti pomogle su u prepoznavanju relevantnih ciljnih skupina i usklađivanju aktivnosti s potrebama tržišta rada; nevladine organizacije olakšale su uključivanje zajednice, mentorstvo i umrežavanje; a predstavnici poslovnog sektora doprinijeli su kao uzori, treneri ili partneri u provedbi. Ova međusektorska uključenost pokazala se ključnom ne samo za uspješnu provedbu pilot-aktivnosti, nego i za osiguravanje njihove relevantnosti, osjećaja vlasništva i potencijala za održivost nakon završetka projekta.



U svim regijama dionici su istaknuli transparentnost i jasnu usmjerenost na ciljeve pri odabiru pilot-aktivnosti te cijenili mogućnost otvorene rasprave u radnim skupinama. Naglasili su da je *zajedničko osmišljavanje pomoglo prepoznati manje vidljive, kulturno ukorijenjene prepreke koje utječu na sudjelovanje žena na tržištu rada* te da su pilot-aktivnosti bile konkretne i povezane s lokalnim potrebama.

Istodobno su bili otvoreni u pogledu ograničenja. U nekim regijama više je tema prepoznato kao jednako hitno, ali ih zbog kapaciteta i projektnih ograničenja nije bilo moguće provoditi istodobno. **Ograničeni vremenski okviri, financijska ograničenja te administrativna ili zakonodavna složenost često su se spominjali, uz jasan zaključak da je potreba za društvenim inovacijama često nadilazila neposredne mogućnosti projekta.**

Gledajući unaprijed, dionici su se složili oko jedne strateške poruke: pilot-aktivnosti su početna točka, a ne krajnji rezultat. Naglasili su važnost institucionalnog utemeljenja i snažnije koordinacije među sektorima i razinama politika kako bi se pilot-aktivnosti povezale s postojećim programima, umjesto da ostanu izolirani eksperimenti. Osim konkretnih aktivnosti, povjerenje, zajednicu i suradnju koju pokreću sami sudionici opisali su kao jednu od najvećih vrijednosti pilot-procesa jer čine temelj dugoročnijih promjena na kojem institucije mogu dalje graditi.

U svim regijama sudionici su opisali što se u praksi pokazalo vrijednim, dok su dionici istaknuli što je potrebno da ta vrijednost potraje. Kada se ove perspektive promatraju zajedno, postaje vidljiv zajednički skup prenosivih pristupa, odnosno načina osmišljavanja aktivnosti koje su dosljedno jačale pilot-aktivnosti i mogu nadahnuti djelovanje u drugim sredinama.

PRIMJENJIVI PRISTUPI I DOBRE PRAKSE

WIN pilot-aktivnosti bile su namjerno raznolike jer je svaka regija polazila od drugačije stvarnosti. Ipak, kada se sagledaju provedba i evaluacija, pojavljuje se zajednički skup pristupa. To nisu apstraktna načela. Oni pokazuju što je u perifernim industrijskim kontekstima najčešće pomagalo da pilot-aktivnosti budu korisne u praksi i da njihov učinak ne ostane ograničen na jedno događanje..

Prvo, okruženje je jednako važno kao i sadržaj. Sudionici su opetovano isticali vrijednost osjećaja dobrodošlice, sigurnosti i poštovanja. To nije samo „meki“ dodatak. Izravno utječe na to hoće li ljudi u potpunosti sudjelovati, otvoreno govoriti o preprekama ili se vratiti. U nekoliko regija najznačajniji rani pokazatelj učinka bio je upravo to što su ljudi ostali povezani, ponovno sudjelovali i uključili druge.



Drugo, učenje treba biti praktično i primjenjivo. U pilot-aktivnostima usmjerenima na zapošljivost, poduzetništvo ili pristup tržištu, sudionici su tražili praktičan rad, konkretne primjere i dovoljno vremena za složenije teme. Praktičnost znači i vidljiv rezultat, makar malen: plan, jasniji sljedeći korak, konkretan proizvod ili vještinu koja se može odmah primijeniti. Tu uzori i stvarne priče postaju osobito snažni. Najbolje djeluju kada se ne koriste samo kao inspiracija, nego kao materijal za učenje koji pokazuje realne korake, kompromise i rješenja.



Treće, pilot-aktivnosti postaju snažnije kada su osmišljene za povezivanje. Izgradnja znanja u kombinaciji s vršnjačkim kontaktom smanjuje izolaciju i jača samopouzdanje, osobito kod žena u razdoblju promjene ili na početku poduzetničkog puta. Umrežavanje nije samo „koristan dodatak“. Ono je jedan od mehanizama kroz koje informacije kruže, nastaje neformalna podrška i otvara se mogućnost nastavka, uključujući mentorski odnos, suradnje i nove prilike.



Četvrto, doseg i uključivanje ovise o svakodnevnim kanalima komunikacije. Odrasla publika najčešće se uključuje putem društvenih mreža i osobnih kontakata, dok aktivnosti usmjerene na mlade u velikoj mjeri ovise o školama. To je važno jer kanal informiranja utječe na to tko će sudjelovati, koliko će skupina biti raznolika i koliko će pilot-aktivnost doprijeti do onih kojima je najpotrebnija. U perifernim kontekstima komunikacija utemeljena na povjerenju često je preduvjet sudjelovanja.



Na kraju, održivost zahtijeva razvojne puteve i institucionalno utemeljenje.

I sudionici i dionici opetovano su isticali važnost nastavka podrške, mentorstva, pripravništva, praćenja rada, dodatnih radionica ili jasnih poveznica s uslugama i poslodavcima. Bez takvog puta, čak i snažne pilot-aktivnosti mogu ostati samo „dobro iskustvo“, umjesto prekretnice. Istodobno, dugoročni kontinuitet izgledniji je kada su pilot-aktivnosti povezane s postojećim inicijativama u području tržišta rada, lokalne samouprave i obrazovanja, čime ponavljanje i širenje postaju realno izvedivi. Pritom ograničenja usklađivanja poslovnog i privatnog života ostaju važan čimbenik u osmišljavanju aktivnosti: skrb za djecu, obiteljske obveze, nedostatak vremena i prijevoz utječu na to tko može sudjelovati i može li se postignuti napredak održati.



PREPORUKE KLJUČNIH AKTERA

Uz povratne informacije sudionika, WIN partnerstvo slušalo je i dionike koji oblikuju lokalne uvjete na tržištu rada, poput službi za zapošljavanje, agencija za regionalni razvoj, škola i općina. Partneri su proveli intervjuje i fokus-grupe s članovima WIN inovacijskih grupa i vanjskim dionicima, koristeći zajednički evaluacijski okvir kako bi se uvidi mogli usporediti među regijama, a istodobno odražavati lokalne stvarnosti. Ti su razgovori pomogli prepoznati što treba ojačati nakon provedbe pilot-aktivnosti i koji su uvjeti nužni za održive promjene u perifernim industrijskim regijama.

Dionici su više puta naglašavali da pilot-aktivnosti dobivaju dugoročnu vrijednost kada su utemeljene u postojećim regionalnim strategijama i programima, umjesto da ostanu izolirane projektne aktivnosti. To zahtijeva koordinaciju među razinama i sektorima te jasno predstavljanje ekonomskog osnaživanja žena kao vrijednosti za regionalni razvoj. Gdje je izvedivo, vlasti mogu ojačati poticajne uvjete koji utječu na sudjelovanje i kontinuitet karijere, osobito dostupnost skrbi za djecu, usluge prilagođene obiteljima i podršku fleksibilnim oblicima rada.

Jedna se poruka stalno ponavlja: jednokratna događanja najbolje funkcioniraju kada vode prema nečemu konkretnom. Dionici preporučuju osmišljavanje kontinuiteta: formate daljnjeg učenja, mentorstvo, praćenje rada ili strukturirane daljnje korake koji žene povezuju s poslodavcima, uslugama i realnim prilikama. Službe za zapošljavanje u dobroj su poziciji za koordinaciju puteva prekvalifikacije i usavršavanja, razvoj kontinuiranih programa dostupnih tijekom vremena te povezivanje žena, poslodavaca i lokalnih sustava podrške.

Dionici poslodavce vide ne samo kao korisnike snažnije radne snage, nego i kao aktivne nositelje promjena. Važno je senzibilizirati poslodavce, osobito u industrijskim kontekstima u kojima kultura radnog mjesta i neformalne norme utječu na prilike žena.

Komore i poslodavci mogu konkretno doprinijeti sudjelovanjem u mentorstvu nakon obuka, omogućavanjem praćenja rada ili praktičnih iskustava te jačanjem podržavajućih praksi na radnom mjestu, uključujući fleksibilnost gdje je to moguće.

Pilot-aktivnosti pokazuju vrijednost pouzdanih struktura u zajednici koje povezuju vršnjačku podršku s praktičnim učenjem i vidljivošću. Dionici preporučuju jačanje partnerstava s institucijama i poslodavcima kako mreže ne bi ostale izolirani „otoci“, nego postale mostovi prema prilikama i uslugama. Organizacije civilnog društva također mogu imati važnu ulogu u doseg, osobito kroz osobne mreže i povjerenje zajednice, što se u nekoliko regija pokazalo ključnim za uključivanje.

Dionici naglašavaju da se karijerni putevi i stereotipi počinju oblikovati već u ranoj dobi. Škole, savjetodavne službe i organizacije za mlade mogu jačati rano osvještavanje, učiniti zanimanja vidljivijima i približiti učenicima stvarne karijerne priče. U regijama koje žele više žena u STEM i tehničkim područjima, obrazovni su akteri ključni kako bi djevojke svoje mogućnosti vidjele kao realne i podržane. Kod pilot-aktivnosti usmjerenih na mlade, uključivanje škola ujedno je jedan od najpouzdanijih puteva dosega.

OD TESTIRANJA DO RAZVOJNIH PUTEVA

Svaka društvena inovacija započinje malim činom hrabrosti. Grupom ljudi koja odluči poznati problem sagledati na drugačiji način i provjeriti je li promjena moguća u stvarnom životu. Ova je brošura nastala kako bi odala priznanje tim trenucima i učinila ih vidljivima i izvan WIN partnerstva.

U sedam perifernih industrijskih regija dunavskog područja, WIN inovacijske grupe i lokalni partneri pretvorili su ideje u pilot-aktivnosti. Radili su sa stvarnim ograničenjima, lokalnim kulturama i nejednakim mogućnostima. Rezultati predstavljeni u ovoj brošuri nisu savršena rješenja, već testirani koraci naprijed koji pokazuju što su sudionici prepoznali kao vrijedno, što je pridonijelo uspješnosti pilot-aktivnosti i što je potrebno dodatno osnažiti.

Ono što pilot-aktivnosti pokazuju jednostavno je, ali važno. Značajan napredak rijetko proizlazi iz samo jedne mjere. Nastaje kroz kombinaciju: vidljivosti povezane s praktičnim učenjem, poticajnog okruženja povezanog sa stvarnim prilikama te podizanja svijesti povezanog s kontinuiranom podrškom i institucionalnim djelovanjem. Kada se ti elementi povežu, čak i kratkotrajne pilot-aktivnosti mogu stvoriti nešto trajno: samopouzdanje, vještine, odnose i osjećaj smjera.

Učeći iz ovih pilot-aktivnosti, postajete dio šireg pokreta praktičara i regionalnih aktera koji djeluju za uključivija, pravednija i otpornija tržišta rada. Pristupi predstavljeni u ovoj brošuri nisu recepti za kopiranje, već žive prakse koje potiču prilagodbu, eksperimentiranje i učenje, uključujući i ono iz iskustava koja nisu ispunila očekivanja.

Zapamtite: značajna promjena je rijetko brza, ali postaje stvarna kada se dijeli. I nakon završetka ove brošure, rad se nastavlja u regijama,

organizacijama i zajednicama. Svaki mentorski odnos, svaka dodatna radionica i partnerstvo između institucija i lokalnih mreža mogu pilot-aktivnost pretvoriti u razvojni put, a razvojni put u novu stvarnost.

Ako se nadovezujete na ovaj rad, pozivamo vas da svoja iskustva i naučene lekcije podijelite s drugima. Tako regionalna praksa prerasta u zajednicu učenja, a društvene inovacije pronalaze put do mjesta gdje su najpotrebnije.

WIN konzorcij zahvaljuje svim koordinatorima WIN inovacijskih grupa, lokalnim partnerima, dionicima i sudionicima koji su ovom putovanju doprinijeli svojim vremenom, povjerenjem i maštom. Neka ova brošura mnogima bude izvor nadahnuća, praktičnih uvida i ohrabrenja.

Promjena počinje malim koracima, ali raste kada se dijeli.

Ova brošura donosi priču o tome što je WIN omogućio u sedam perifernih industrijskih regija dunavskog područja. Objedinjuje ideje koje su oblikovali lokalni dionici, inovacije provedene kroz pilot-aktivnosti i praktične lekcije nastale kada su te ideje testirane u stvarnim zajednicama.

U brošuri ćete pronaći provedene društvene inovacije koje su rad žena učinile vidljivijim, ojačale vještine i samopouzdanje, izgradile mreže i mentorske puteve te otvorile nove razgovore u sredinama u kojima stereotipi još uvijek oblikuju mogućnosti. Pronaći ćete i ono što su sudionici i dionici istaknuli kao najvažnije, kao i ono što je potrebno učiniti kako bi promjena bila trajna.

Namijenjena onima koji žele pokretati promjene, ova brošura nudi primjere koje možete prilagoditi, a ne modele koje morate kopirati. Iskoristite je kao poticaj za nove ideje, izgradnju partnerstava i oblikovanje razvojnih puteva koji žene povezuju s prilikama u vašoj regiji.

Zahvaljujemo svima koji su zajednički stvarali i testirali ove inovacije u okviru WIN partnerstva. Njihov rad pokazuje da je napredak moguć, čak i u stvarnim ograničenjima.

Interreg
Danube Region



Co-funded by
the European Union

WIN