

Jačanje institucionalnog okvira za razvoj strukovnih  
standarda zanimanja, kvalifikacija i kurikuluma

# Ekonomija, trgovina i poslovna administracija

---

**PROFIL PODSEKTORA - TRGOVINA**



Agencija za  
strukovno obrazovanje  
i obrazovanje odraslih

**Ekonomija, trgovina i poslovna administracija**  
**Profil podsektora - Trgovina**

**Ekonomija, trgovina i poslovna administracija**  
**Profil podsektora - Trgovina**

**ZA AGENCIJU ZA STRUKOVNO OBRAZOVANJE I OBRAZOVANJE ODRASLIH:**

Ravnatelj: Ivan Šutalo, dipl. ing.

Voditelj projekta: Nino Buić, dipl. pov. i prof.

**RAZVOJNI TIM:**

dr.sc. Jurgen Weiss - voditelj projektnog tima

mr.sc. Sanja Crnković Pozaić – metodologija analize ponude i potražnje za zanimanjima

mr.sc. Mislav Balković – metodologija analize potražnje za kompetencijama

dr.sc. Teo Matković – analiza dinamike zapošljavanja i određivanja zanimanja prema kvalifikacijama

mr.sc. Eric Verin – kvantitativna analiza obrazovne ponude

Maja Jukić, dipl.ing. – kvantitativna i kvalitativna analiza obrazovne ponude

mr. sc. Bojana Percan - analiza sektora

Nino Buić, dipl. pov. i prof. – voditelj projekta

**NAKLADNIK**

Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih  
Radnička 37b/VII, 10000 Zagreb, Hrvatska

IPA 2007-2009 projekt Jačanje institucionalnog okvira za razvoj strukovnih standarda zanimanja, kvalifikacija i kurikuluma; EuropeAid/127472/d/SER/HR

**GRAFIČKI DIZAJN:**

Bestias dizajn d.o.o.

**TISAK:**

PRINTERA GRUPA d.o.o.

**NAKLADA:**

300 primjeraka

Zagreb, siječanj 2012.

**Jačanje institucionalnog okvira za razvoj strukovnih  
standarda zanimanja, kvalifikacija i kurikuluma**

# Ekonomija, trgovina i poslovna administracija

---

**PROFIL PODSEKTORA - TRGOVINA**



## PREDGOVOR

Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih je od Vlade RH i Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa dobila zadaću razvijati moderan sustav strukovnog obrazovanja i osposobljavanja koji će biti u stanju odgovoriti na izazove koje nameće razvoj modernoga hrvatskog društva. Takav će sustav pojedincima pružiti kompetencije koje će ih učiniti konkurentnima na tržištu rada, a bit će usklađene s potrebama tržišta rada.

Strukovno obrazovanje u RH, kao i u ostalim europskim zemljama, ima ključnu ulogu u odgovoru na izazove ubrzanog pojavljivanja novih tehnologija, potražnje za novim kompetencijama, u razvijanju ljudskih potencijala s ciljem postizanja gospodarskoga rasta, zapošljavanja i ostvarivanja socijalnih ciljeva. Stoga ono mora biti povezano s potrebama pojedinaca, tržišta rada, visokog obrazovanja i društva u cjelini.

Kako bi se osigurao takav razvoj nužno je definirati mehanizme koji omogućavaju brzo reagiranje sustava strukovnog obrazovanja na promjenjive zahtjeve tržišta, među ostalim, adekvatnom prilagodbom obrazovne ponude i kurikuluma te usklađivanjem s visokim obrazovanjem. Stoga je ključno da svi dionici počevši od Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa, Agencije, lokalne i regionalne samouprave te svih ostalih partnera, pri osmišljavanju obrazovne politike, ponude i mreže programa koriste relevantne informacije i analize tržišta rada, odnosno donose odluke na temelju dokaza i relevantnih podataka.

Mnoge zemlje uvidjele su važnost usklađivanja obrazovnog sustava na svim razinama s potrebama tržišta rada jer alternativa je preskupa. Održavanje ili razvoj kvalifikacija koje pružaju kompetencije koje su zastarjele ili više nisu potrebne na tržištu rada predstavljaju uzalud potrošeno vrijeme i novac za sve korisnike; za polaznika koji izgubio vrijeme na stjecanju kompetencija s kojima nije konkurentan na tržištu rada, za poslodavca koji dobiva radnika koji nema kompetencije za rad te za državu koja to sve plaća. Stoga su mnoge zemlje osvijestile potrebu razvoja alata i mehanizama koji će smanjiti jaz između obrazovanja i potreba tržišta rada.

Profili sektora, razvijeni u suradnji Agencije i stručnjaka na projektu *Jačanje institucionalnog okvira za razvoj strukovnih standarda zanimanja, kvalifikacija i kurikuluma*, alat su kojim su po prvi put na jednom mjestu objedinjeni relevantni podatci (iz različitih izvora: Državni zavod za statistiku, HZZ, FINA, MZOŠ E-matica, itd.) o gospodarstvu, tržištu rada i obrazovnoj ponudi u 13 obrazovnih sektora. Profili će služiti sektorskim vijećima, Agenciji, Ministarstvu znanosti, obrazovanja i športa, ali i drugim dionicima za planiranje razvoja strukovnih kvalifikacija i strukovnog obrazovanja koje odgovara na potrebe tržišta rada.

Realno je očekivati da će profili sektora kao dio metodologije cjelovite analize tržišta radne snage i sustava obrazovanja biti snažnom podlogom za argumentirano donošenje političkih odluka. Vjerujemo da će korisnost ovog pristupa i ovih dokumenta uvidjeti i brojni drugi dionici i institucije te da će njihova relevantnost i korisnost nadići sustav strukovnog obrazovanja.

Ivan Šutalo, ravnatelj

Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih

## Uvodna riječ

Materijal koji imate pred sobom treća je inačica metodologije koja je u razvoju. Ovime želimo prikazati rezultate svoga rada široj publici sa željom da komentira i pridonosi daljnjem razvoju ovog alata za razumijevanje primjene znanja u hrvatskom gospodarstvu.

Ovaj profil sektora razvijen je suradnjom Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih i mješovitog tima domaćih i stranih stručnjaka u okviru projekta Jačanje institucionalnog okvira za razvoj strukovnih standarda zanimanja, kvalifikacija i kurikuluma koji se provodi u Agenciji, a financiran je sredstvima Europske Unije u sklopu IPA-programa, Komponente IV, Razvoj ljudskih potencijala.

Profil sektora zamišljen je kao analitička podloga za planiranje razvoja obrazovnog sustava, s naglaskom na srednjoškolsko strukovno obrazovanje. Ovaj je dokument javno dostupan svima koji na temelju njega žele razvijati obrazovne programe, donositi obrazovne politike ili se samo upoznati sa sektorom u kontekstu obrazovanja i tržišta rada.

Zajedno s profilima sektora, razvijen je i Priručnik za korištenje profila sektora kako bi se svi podatci i analize predstavljene u profilima sektora mogli ispravno interpretirati te donositi zaključci u pravom kontekstu.

**NAPOMENA:** Stavovi i tumačenja prikazanih analiza te sadržaj ovog dokumenta nisu službeni stavovi Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih već razvojnog tima.

<b>Trgovina</b>	1
<b>PREDGOVOR</b>	5
<b>Uvodna riječ</b>	6

## Sadržaj

---

Uvod	12
Naš pristup	13
Metodologija	14
1. Potražnja za zanimanjima	15
2. Potražnja za kompetencijama	16
3. Ponuda zanimanja i kompetencija	16
4. Uvjeti na tržištu rada za sektorska ili podsektorska zanimanja	17
5. Usklađivanje ponude i potražnje	18
<b>Smjer daljnje analize</b>	18

## 1. Potražnja za zanimanjima

---

19

<b>1.1. Obuhvat sektora</b>	21
Rodovi zanimanja u podsektoru i dominantne razine složenosti	22
<b>1.2. Upotreba podsektorskih zanimanja</b>	23
Zaključci o stupnju koncentracije zanimanja po gospodarskim djelatnostima	26
<b>1.3. Dugoročna kretanja zaposlenosti u ključnim gospodarskim djelatnostima Trgovine</b>	26
<b>1.4. Prihodi, broj poduzeća iz zaposlenih</b>	28
Zaključci o obuhvatu podsektora	30
<b>1.5. Slobodna radna mjesta – prikaz zanimanja koja poslodavci traže</b>	31
Zaključci o potražnji za zanimanjima iz podsektora Trgovine	32

## 2. Potražnja za kompetencijama

---

33

<b>2.1. Matrica kompetencija</b>	35
Podsektor Trgovine	36
Zaključci o potrebnim kompetencijama	39



<b>3. Ponuda rada u sektoru: zanimanja i kompetencije</b>	41
<b>3.1. Pokazatelji tržišta rada</b>	43
<b>3.2. Dobna i obrazovna struktura u podsektoru Trgovine</b>	44
<b>3.3. Obrazovna struktura</b>	45
Zaključci za karakteristike ponude rada u podsektoru	46
<b>3.4. Analiza obrazovnih programa</b>	47
Analiza 1 – opći trendovi	49
Analiza 2 – trendovi po godini, razredu i obrazovnom programu/kvalifikaciji	51
Analiza 3 – trendovi po županiji i obrazovnom programu/kvalifikaciji	53
<b>3.5. Kvalitativna analiza obrazovnih programa</b>	55
Obrazovni programi za specifične ciljane skupine	58
<b>3.6. Nezaposlenost i dinamika nalaženja posla nakon obrazovanja</b>	58
Prijava na HZZ	59
Dinamika nalaženja posla	59
<b>3.7. Prijelaz u visoko obrazovanje</b>	64
<b>3.8. Analiza odredišnih zanimanja</b>	64
Zaključci o odredišnim zanimanjima	68
<b>4. Uvjeti rada na tržištu za sektorska zanimanja</b>	69
<b>4.1. Neto plaće prema podsektorima</b>	71
<b>4.2. Ugovori o radu</b>	72
<b>4.3. Sati rada i veličina poduzeća</b>	73
Zaključci o uvjetima rada u podsektoru trgovine	74
<b>5. Usklađivanje ponude i potražnje</b>	75
<b>5.1. Zamjena postojeće radne snage u ključnim djelatnostima Trgovine</b>	77
<b>5.2. Kako se mogu koristiti rezultati analize u profilu podsektora?</b>	79
Obrazovne potrebe za gospodarski razvoj	79
Planiranje industrijske politike	80
Zaključak	80

<b>Dodatci</b>	85
<b>Dodatak 1.</b>	86
<b>Sažetak analize zanimanja podsektora</b>	86
<b>Dodatak 2.</b>	86
<b>Popis sektora i podsektora</b>	86
<b>Dodatak 3.</b>	87
<b>Popis zanimanja u sektoru (NKZ)</b>	87
<b>Dodatak 4.</b>	94
<b>Analiza i usporedba zanimanja iz profila podsektora</b>	94
<b>Dodatak 5.</b>	95
<b>Analiza novih zanimanja iz profila podsektora</b>	95
<b>Dodatak 6.</b>	96
<b>Djelatnosti po podsektorima (NKD)</b>	96
<b>Dodatak 7.</b>	101
<b>Sažetak istraživanja i analize radnih mjesta i potrebnih kompetencija kod poslodavaca u podsektoru</b>	101
<b>Dodatak 8.</b>	101
<b>Matrica kompetencija</b>	101
<b>Dodatak 9.</b>	101
<b>Analiza skupina kompetencija potrebnih poslodavcima u podsektorskim zanimanjima</b>	101
<b>Dodatak 10.</b>	103
<b>Anketni upitnici za poslodavce i visokoškolske ustanove</b>	103
<b>Dodatak 11.</b>	125
<b>Sažetak analize obrazovnih programa u podsektoru</b>	125
<b>Dodatak 12.</b>	
<b>Analiza obrazovnih programa u podsektoru (skladištar, prodavač JMO, prodavač i komercijalist)</b>	126
<b>Dodatak 13.</b>	
<b>Značaj podsektora unutar EU-a</b>	130
Sveobuhvatna analiza kompetencija sektora distribucije i trgovine u nastajanju i ekonomskih aktivnosti u EU	130

## Popis slika

---

Slika 1.	Sustav usklađivanja zanimanja i kvalifikacija	14
Slika 2.	Podsektor prema rodovima zanimanja	23
Slika 3.	Koncentracije zanimanja po djelatnostima	25
Slika 4.	Zaposlenost u ključnim djelatnostima za podsektor Trgovine	27
Slika 5.	Pokazatelji tržišta rada po podsektorima	43
Slika 6.	Dobna struktura radne snage	44
Slika 7.	Dobna struktura radne snage u podsektoru Trgovine, 2010.	45
Slika 8.	Obrazovna struktura radne snage u podsektoru trgovine, 2010.	46
Slika 9.	Struktura upisanih učenika po strukovnim sektorima u šk. godini 2010./2011.	47
Slika 10.	Prikaz broja djece i mladih srednjoškolske dobi u promatranom razdoblju u tisućama	49
Slika 11.	Broj učenika u strukovnom obrazovanju i u sektoru Ekonomija, trgovina i poslovna administracija	50
Slika 12.	Zastupljenost 4-godišnjih programa	52
Slika 13.	Zastupljenost 3-godišnjih programa	52
Slika 14.	Prikaz broja upisanih učenika iz sektora po županijama u šk.god. 2010./2011.	54
Slika 15.	Shematski prikaz metodologije razvoja strukovnih kurikuluma	56
Slika 16.	Moguća struktura obrazovnih programa u podsektoru	57
Slika 17.	Dinamika nalaženja prvog posla osoba prvi puta evidentiranih pri HZZ-u prema obrazovnim sektorima i za trogodišnje programe Prodavač i Prodavač JMO, 2006.-2010.	61
Slika 18.	Dinamika nalaženja prvog posla osoba prvi puta evidentiranih pri HZZ-u prema obrazovnim sektorima i za četverogodišnji program Komercijalist, 2006.-2010.	62
Slika 19.	Neto plaće u podsektoru	71
Slika 20.	Vlasništvo poslovnih subjekata u podsektoru	72
Slika 21.	Vrste ugovora o radu u sektoru	72
Slika 22.	Zaposleni prema veličini poslovnog subjekta	73
Slika 23.	Proces planiranja kvalifikacija	79

## Popis tablica

Tablica 1.	Ekonomska aktivnost po podsektorskim zanimanjima u gospodarstvu (15-64), 2010. godine	21
Tablica 2.	Podatci za ključne djelatnosti koje koriste zanimanja iz podsektora Trgovine	29
Tablica 3.	Obilježja registriranih nezaposlenih prema podsektorskim zanimanjima, godišnji prosjek 2010. godine	31
Tablica 4.	Rasprostranjenost skupina kompetencija dobivenih od poslodavaca po zanimanjima	37
Tablica 5.	Rasprostranjenost skupina kompetencija po zanimanjima	38
Tablica 6.	Programi u sektoru u koje su se upisivali učenici u šk. godini 2009./2010.	48
Tablica 7.	Prikaz broja upisanih učenika / studenata u obrazovnom sustavu Republike Hrvatske	49
Tablica 8.	Prikaz broja učenika u strukovnom obrazovanju i u sektoru Ekonomije, trgovine i poslovne administracije	50
Tablica 9.	Prikaz broja učenika u strukovnom obrazovanju po programima	51
Tablica 10.	Prikaz broja učenika u trogodišnjim programima u sektoru po županijama	53
Tablica 11.	Struktura broja učenika u četverogodišnjim programima iz sektora po županijama	53
Tablica 12.	Broj osoba koje završavaju srednje obrazovanje i prijavljuju se u HZZ	58
Tablica 13.	Dinamika nalaženja zaposlenja po godinama prijave na HZZ. Udjel nezaposlenih koji je pronašao posao unutar 6, 12 i 36 mjeseci	60
Tablica 14.	Mogućnost nalaženja zaposlenja nakon prve prijave na HZZ, prema godini ulaska na tržište rada. Udjel mladih sa svjedodžbom pojedinog programa koji je pronašao posao unutar godinu dana, 2006.-2010.	60
Tablica 15.	Ishodi trogodišnji programi sektora – PRODAVAČ I PRODAVAČ JMO, 2006.-2010.	62
Tablica 16.	Ishodi četverogodišnji programi sektora, 2006.-2010.	63
Tablica 17.	Broj bivših učenika obrazovnog sektora broj 9. Ekonomije, trgovine i poslovne administracije koji su a.g. 2009./2010. neposredno nakon završenog srednjeg obrazovanja upisali studij, prema tipu i smjeru studija	64
Tablica 18.	Zanimanja u kojima su se zaposlili mladi sa svjedodžbom strukovnih programa iz sektora.	65
Tablica 19.	Najučestalija prva zanimanja za mlade PRODAVAČE prijavljene 2006.-2010.	66
Tablica 20.	Najučestalija prva zanimanja za mlade KOMERCIJALISTE prijavljene 2006.-2010.	67
Tablica 21.	Sati rada u podsektorima	73
Tablica 22.	Zamjena radne snage u podsektoru Trgovine	78

## Uvod

Podsektor Trgovine područje je znanja koje se odnosi na ukupnu djelatnost trgovine, koju čine trgovina na veliko i na malo, popravak motornih vozila i motocikala.

Tradicionalan pristup podsektoru trgovine definirao je trgovinu na veliko kao prodaju proizvoda industrijskim, trgovačkim, institucijskim i profesionalnim maloprodavačima ili korisnicima, a trgovinu na malo kao prodaju tih istih proizvoda bez preinake i uvećanja njihove vrijednosti konačnim potrošačima. Međutim, slika podsektora trgovine značajno se promijenila u posljednjih 20 godina.

Vertikalnim povezivanjem, direktnim pregovaranjem s proizvođačima i uvođenjem vlastitih robnih marki, maloprodavači pokušavaju ukloniti posredništvo veletrgovca.

Koncentracija trgovačkih lanaca na tržištu uvjetuje koncentraciju ponude proizvoda te povećava konkurenciju. Konkurencija formira razinu domaće proizvodnje, uvoz, cijene, asortiman proizvoda, kvalitetu usluge i zadovoljstvo potrošača. Snažni multinacionalni trgovački lanci na tržištu dovode do lošije pozicije ili zatvaranja velikog broja malih prodavaonica, čime se gubi značajan broj radnih mjesta u podsektoru trgovine i slabi opskrbljenost potrošača u blizini mjesta stanovanja.

Povećanje prodajnih površina u podsektoru trgovine nastalo je izgradnjom trgovačkih centara izvan grada. U recesijskim uvjetima podsektor trgovine i trgovački centri gube ulogu pokretača gospodarskog razvoja, prvenstveno zbog smanjenja kupovne moći građana. U tim uvjetima pretjerana gradnja prodajnih površina pogoduje stvaranju većih gubitaka u podsektoru trgovine, kao i u cjelokupnom gospodarstvu. Stoga, kako bi se smanjili daljnji negativni ekonomski učinci zatvaranja trgovačkih centara i gubitaka radnih mjesta, izgradnja novih trgovačkih centara treba se prostorno i urbano planirati te povezivati sa zaštitom okoliša.

Internet, e- trgovina, informacijska i komunikacijska tehnologija postaju glavni pokretači promjena u podsektoru trgovine. Područja primjene najnovijih tehnoloških inovacija u podsektoru trgovine su optimizacija analize podataka, učinkovito upravljanje prodajom, skladišnim poslovanjem i zalihama, automatizacija procesa nabave uz pomoć informacija o prognoziranju potražnje, automatizacija upravljanja distributivnim centrima, samouslužne tehnologije. Podsektor trgovine globalno je najveći ulagač u računalnu opremu te potiče razvoj specijaliziranih aplikacija za računala i mobilne uređaje putem kojih unaprjeđuje digitalni marketing.

Naposljetku, primjena tehnoloških inovacija u izravnoj prodaji može u bliskoj budućnosti dovesti i do smanjenja uloge maloprodavača u vrijednosnom lancu podsektora trgovine.

Kolika je snaga podsektora trgovine u hrvatskom gospodarstvu? Kakva su kretanja u podsektoru trgovine? Ima li sektor dovoljno kadrova i može li udovoljiti potražnji? Kolika je apsorpcija znanja iz podsektora trgovine u ostalim gospodarskim sektorima i gdje je prisutna njihova najveća koncentracija? Koliko je zanimanja u gospodarstvu stvorio zanimanja u gospodarstvu? Je li manjak kadrova u ovom podsektoru kočnica razvoju konkurentnosti samog podsektora? Kako pozicionirati obrazovnu s ciljem privlačenja stranih ulaganja? Kakva su globalna kretanja u ovom području i na kakve nas zaključke navode? Kakve promjene u strukturi potrebnih znanja i vještina donosi tehnološki razvoj? Što možemo očekivati otvaranjem tržišta prema konkurenciji EU-a?

Ova analiza pokušat će pružiti odgovore na ova i brojna druga pitanja koristeći izvore podataka dostupne u Hrvatskoj. To su Anketa o radnoj snazi koja je svugdje na svijetu najčešće polazište za analizu tržišta rada te omogućuje prikaz zanimanja i djelatnosti, podatci o zaposlenosti iz Državnog

zavoda za statistiku (vremenske serije), financijski podatci o poslovanju poduzeća po djelatnostima i županijama iz FINE, nezaposleni po zanimanjima iz Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, anketa provedena među poslodavcima i visokoobrazovnim ustanovama s ciljem sagledavanja kompetencija potrebnih za radna mjesta u sektoru i e-Matica Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa. Od klasifikacija najčešće se koristio ISCO-88 ili NKZ - Nacionalna klasifikacija zanimanja te NKD 2002. i 2007. - Nacionalna klasifikacija djelatnosti koja se temelji na NACE Rev. 2, od 2008. Kao što će se vidjeti u ovoj analizi, potražnja za novim znanjima iz podsektora trgovine općenito je u porastu, ali sa značajnim odstupanjima u ostalim obrazovnim sektorima, što je dijelom posljedica procesa difuzije u sve djelatnosti, a dijelom otvaranja novih prodajnih kanala u podsektoru (npr. e-trgovina). Globalni karakter i trendovi ovog tercijarnog podsektora otvaraju mnogo mogućnosti za daljnji razvoj, ali pitanje je može li se on ostvariti isključivo domaćim kadrovima ili će podrazumijevati privlačenje ljudskih resursa iz drugih zemalja.

Imajući u vidu sva navedena pitanja, kroz ovaj ćemo profil podsektora trgovine nastojati prije svega prikazati ključne gospodarske pokazatelje, ponudu i potražnju na tržištu rada te potrebnu strukturu znanja i vještina koje bi trebale činiti buduće obrazovne programe u podsektoru. Namjera je ovog profila tvorcima obrazovnih politika (prije svega u strukovnom srednjoškolskom obrazovanju) pružiti kvalitetnu podlogu za planiranje razvoja obrazovnog sustava koji će služiti na dobrobit djelatnosti trgovine i hrvatskog gospodarstva u cjelini.

Upravo zbog toga je Sektorsko vijeće za ekonomiju, trgovinu i poslovnu administraciju odlučilo obrazovni sektor podijeliti na tri podsektora: podsektor ekonomije, podsektor trgovine i podsektor poslovne administracije. Slijedom te podjele na podsektore, Sektorsko će vijeće u svojim analizama moći donositi jasnije zaključke o gospodarskim i kadrovskim kretanjima u sektoru te na koncu dati kvalitetnije razvojne smjernice. Također, budući da će Republika Hrvatska u srpnju 2013. postati punopravnom članicom Europske Unije, tom su podjelom obuhvaćene i aktualne politike, smjernice i strategije EU-a<sup>1</sup> koje značajno utječu na podsektor trgovine. Time će omogućiti što brže usklađivanje razvoja obrazovnih politika s budućim industrijskim razvojnim politikama.

## NAŠ PRISTUP

Ključna je pretpostavka prikazane metodologije da su znanja i vještine koje se stječu u obrazovnim institucijama, ali i kroz radno i životno iskustvo, glavni generator novih proizvoda, tehnologija i ideja bitnih za ostvarenje gospodarskog razvoja, a time i društvenog blagostanja. Stoga ključ rasta i razvoja gospodarstva leži u unaprjeđivanju ljudskih potencijala u skladu s kratkoročnim i dugoročnim potrebama gospodarstva, zajednice i pojedinca.

**Za svijet obrazovanja najvažnije je prepoznati sadašnju i buduću potražnju za znanjima koja će biti potrebna za gospodarski razvoj. Kako se struktura gospodarstva s vremenom mijenja prema potrebama potrošača na domaćem i globalnom tržištu, tako se mijenja i struktura znanja i vještina. Održavanje konkurentnosti moguće je samo ako su takva neophodna znanja i vještine prisutna u obrazovnim ishodima, standardima i kvalifikacijama koje donose obrazovni programi.**

<sup>1</sup> European Commission, DG Employment, Social Affairs and Equal Opportunities: „Distribution and Trade: Comprehensive sectoral analysis of emerging competences and economic activities in the European Union“; Executed by: TNO Netherlands Organisation for Applied Scientific Research, SEOR Erasmus University Rotterdam, ZSI Centre for Social Innovation; DG EMPL project VC/2007/0866 Distribution and Trade; European Commission 2007. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&langId=en&newsId=567&furtherNews=yes>

OSNOVNI POJMOVI KORIŠTENI U SEKTORSKOM PROFILU<sup>2</sup>

POJAM	OBJAŠNJENJE
Sektor	Skup znanja i vještina koji predstavljaju jedno homogeno područje znanja. U RH danas poznajemo 13 obrazovnih sektora u području strukovnog obrazovanja.
Djelatnost	Skup poslovnih subjekata koji se bave istom vrstom gospodarske aktivnosti, npr. poljoprivreda.
Zanimanje	Skup znanja i vještina koji se stječu na radnom mjestu u određenom području znanja. Primjenom znanja iz sektora generiraju se zanimanja.
Obuhvat sektora	Broj zanimanja koja koriste znanja i vještine sektora i vrijednost koju ta zanimanja stvaraju.
Indikator koncentracije	Udio zaposlenih sa zanimanjima iz sektora u nekoj djelatnosti.
Radno sposobno stanovništvo u sektoru	Sve osobe stare 15+ ili 15-64 godine koje imaju zanimanja iz sektora – ukupna moguća ponuda rada u sektoru.
Aktivno stanovništvo u sektoru	Osobe sa zanimanjima iz sektora koje rade ili žele raditi – mogu biti zaposlene ili nezaposlene i ukupno čine radnu snagu.
Kompetencija	Skup znanja i vještina koje osoba zna primijeniti u praksi, a podrazumijeva i pripadajuću samostalnost i odgovornost u radu.
Ishod učenja	Skup znanja i vještina te pripadajuće samostalnosti i odgovornosti koje je osoba stekla učenjem i dokazuje ih nakon postupka učenja.

## METODOLOGIJA

Okosnica metodologije je analiziranje ponude i potražnje za znanjima i vještinama podsektora trgovine. Ponudu rada u danom momentu čine svi radnosposobni stanovnici (između 15 i 64 godine) koji imaju kvalifikacije ili zanimanja iz obrazovnog sektora trgovine. Oni mogu biti zaposleni, nezaposleni ili neaktivni, a njihove obrazovne, dobne i spolne karakteristike bit će prikazane u analizi. S druge strane, potražnja za znanjima i vještinama može se prepoznati pomoću povijesne analize zapošljavanja po zanimanjima u vremenu te pomoću analize slobodnih radnih mjesta. Cilj je usporediti strukturu ponude sa strukturom potražnje, kako u smislu brojnosti podsektorskih zanimanja (imamo li dovoljno radne snage s određenim zanimanjima?), tako i u smislu relevantnosti i kvalitete obrazovnih ishoda za promjenljive potrebe gospodarskih subjekata koje su rukovođene razvojem tehnologija, zahtjevima tržišta i konkurencijom.



Slika 1. Sustav usklađivanja zanimanja i kvalifikacija

<sup>2</sup> Detaljno o osnovnim pojmovima u Priručniku za korištenje profila sektora.



Ponuda i potražnja za znanjima i vještinama analiziraju se na dvjema razinama. Prva je razina sektorskih ili podsektorskih zanimanja. Kada se utvrde ključna zanimanja nekog sektora ili podsektora, analiza se spušta na razinu djelatnosti u kojima dominiraju sektorska ili podsektorska zanimanja, a potom na razinuradnih mjesta na kojima se analiziraju kompetencije potrebne za ostvarenje kvalitete, djelotvornosti i učinkovitosti na radnom mjestu. Svaka od razina analize ima svoje alate koji će također biti opisani u „Priručniku za izradbu profila sektora.“ Na slici 1. prikazan je sustav koji slikovito opisuje glavne metodološke odrednice korištene u ovoj analizi.

Metodološki će se analitičke podloge za razvoj standarda zanimanja kretati analizom sektorskih ili podsektorskih zanimanja. Nakon određivanja sektorskih ili podsektorskih zanimanja, empirijskim će se putem pomoću ankete o radnoj snazi istražiti prisutnost tih zanimanja u gospodarskim djelatnostima kako bi se otkrila rasprostranjenost korištenja sektorskih ili podsektorskih znanja i vještina. Na taj će se način prepoznati ključne djelatnosti koje u najvećoj mjeri koriste sektorska ili podsektorska znanja te će se pratiti dugotrajna kretanja u prihodima i zaposlenosti ključnih djelatnosti.

Kada se prepoznaju najvažnija zanimanja za navedene djelatnosti, preći će se na analizu radnih mjesta u poduzećima korištenjem upitnika o radnim mjestima i kompetencijama. Na temelju te analize kategorizirat će se vrste kompetencija koje bi trebalo pretočiti u obrazovne ishode i uvrstiti u sektorske standarde kvalifikacija.

U nastavku slijedi opis korištene metodologija i prikaz osnovnih skupina informacija (poglavlja) koje su predstavljene u ovom profilu sektora te dio korištenih metodoloških postavki. Detaljni opis korištene metodologije nalazi se u „Priručniku za izradbu profila sektora“ i „Priručniku za korištenje profila sektora“.

## 1. POTRAŽNJA ZA ZANIMANJIMA

U ovom poglavlju prikazat će se podatci o potražnji za sektorskim ili podsektorskim zanimanjima kroz:

- 1.1. Obuhvat sektora ili podsektora** - Prikazat će se broj i vrste zanimanja koja koriste znanja i vještine sektora ili podsektora. Radi se o izboru zanimanja u sektoru ili podsektorima koje su iz NKZ odabrali stručnjaci iz Sektorskog vijeća te o ukupnim podacima o broju zaposlenih, nezaposlenih i neaktivnih na razini RH. Detaljnije objašnjenje ovih pokazatelja dostupno je u poglavlju 6.1. Priručnika za korištenje profila sektora (u daljnjem tekstu Priručnik).
- 1.2. Upotreba podsektorskih zanimanja** – Nakon što se utvrdi koja su podsektorska zanimanja, ispitat će se u kojim su gospodarskim djelatnostima prisutna koristeći anketu o radnoj snazi za 2010. godinu. To će se prikazati jednostavnim indeksom KONCENTRACIJE kojim će se definirati do koje su mjere zastupljena tipična zanimanja u svakom od gospodarskih sektora.
- 1.3. Dugoročna kretanja zaposlenosti u ključnim gospodarskim djelatnostima** - Za one sektore za koje se ustanovi visoka razina koncentracije, analizirat će se dugoročni trendovi u zaposlenosti te ispitati financijsko poslovanje tih djelatnosti u vremenu (promjene od 2003. do 2008. godine) iz podataka FINE. Na taj će se način uvidjeti radi li se o gospodarskim djelatnostima koje imaju dugoročni rast ili pad zaposlenosti, što utječe i na ponudu i potražnju za sektorskim i podsektorskim zanimanja.
- 1.4. Prihodi, broj poduzeća i zaposlenih** - Praćenje poslovnih rezultata subjekata koje posluju unutar ključnih gospodarskih djelatnosti (onih koje zapošljavaju značajan broj kadrova iz sektora, odnosno podsektora) te praćenje ukupne zaposlenosti u tim poduzećima može biti kvali-



tetna podloga za predviđanje budućih potreba, posebno ukoliko su ovi pokazatelji dostupni na županijskoj razini ili ako se odnose na duže vremenske serije.

- 1.5. **Slobodna radna mjesta** – prikaz zanimanja koja poslodavci traže – Istaknut će se ona zanimanja u kojima se tražitelji zaposlenja teško zapošljavaju, kao i ona gdje poslodavci ne mogu naći odgovarajuće zaposlenike.

## 2. POTRAŽNJA ZA KOMPETENCIJAMA

U ovom poglavlju prikazat će se podatci o potražnji za kompetencijama unutar podsektorskih zanimanja, odnosno radnih mjesta kroz:

- 2.1. **Matricu kompetencija** predstavljenu u Dodatku 8. ovog profila podsektora, koja u tabličnom obliku sadrži potrebne kompetencije po zanimanjima, odnosno radnim mjestima na razini srednjoškolskog strukovnog obrazovanja. Kao podloga za prikupljanje potrebnih kompetencija korištena je anketa provedena među poslodavcima u podsektoru, anketa provedena u visokoškolskim obrazovnim ustanovama te dodatni izvori podataka: strateški nacionalni i razvojni dokumenti EU-a (npr. strategije industrijskih grana), predviđanja tehnološkog razvoja i napretka u podsektoru, Nacionalni okvirni kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje, i drugi dokumenti.
- 2.2. **Zaključak o potrebnim kompetencijama** i njihovim izvorima koje bi trebalo uvrstiti u buduće kvalifikacije i koje treba podržati obrazovnim programima (kurikulumima) do razine složenosti 4 prema Hrvatskom kvalifikacijskom okviru. U sklopu ove analize, navest će se i predviđanja o tehnološkom razvoju te smjernice za razvoj obrazovnih programa, što će omogućiti praćenje budućih očekivanih napredaka u smislu razvoja tehnologije.

## 3. PONUDA ZANIMANJA I KOMPETENCIJA

- 3.1. **Pokazatelji tržišta rada** - Ovdje će biti prikazani pokazatelji tržišta rada za svaki od sektora ili podsektora, npr. stopa nezaposlenosti, stopa zaposlenosti, stopa aktivnosti, te će se analizirati struktura registriranih nezaposlenih osoba po zanimanjima i zapošljavanju s evidencije HZZ-a u tijeku 2010. godine.
- 3.2. **Dobna struktura radne snage** - Demografska situacija u Hrvatskoj rezultira sve manjim kontingentima mladih, što smanjuje i ponudu rada, naročito u nekim, manje popularnim zanimanjima. Vrlo često nećemo imati zamjene postojeće radne snage, budući da su dobne skupine koje odlaze u mirovinu brojčano veće od onih koje ulaze u radnu snagu. To znači da će se prosječna dob radne snage povećavati, što utječe i na njenu fleksibilnost, pokretljivost, sklonost učenju i produktivnost.
- 3.3. **Zanimanja prema razini obrazovanja** - Mogućnost širenja sektora ili podsektora uvelike ovisi o gospodarskim uvjetima, ali i o dobnoj i obrazovnoj strukturi u sektoru ili podsektoru. Činjenica je da se pojedinci niže razine obrazovanja, pogotovo ako su i starije životne dobi, slabo uključuju u procese učenja i stjecanja novih kvalifikacija.
- 3.4. **Kvantitativna analiza obrazovnih programa** – U ovom ćemo dijelu analizirati strukturu upisa po obrazovnim programima i karakteristike upisa kroz vrijeme. Time će se dobiti prikaz

interesa mladih za pojedine programe te neizravno i njihove percepcije o traženosti stečenih kvalifikacija na tržištu rada. Upisi i kvote su, također, i odraz politike u području obrazovanja te pomažu uočiti njene dobre i loše strane.

- 3.5. Kvalitativna analiza obrazovnih programa** – U ovom će se dijelu analizirati sadržaji pojedinih postojećih programa i njihova preklapanja te će se sukladno analizi potrebnih kompetencija (poglavlje 2) iznijeti preporuke za mogući razvoj ponude kvalifikacija u sektoru.
- 3.6. Nezaposlenost i dinamika nalaska posla nakon obrazovanja** – Prikaz uspješnosti zapošljavanja prema obrazovnim programima (kvalifikacijama) u sektoru ili podsektoru mnogo govori o uspješnosti obrazovnog sustava, odnosno njegovoj usklađenosti sa potrebama gospodarstva, kako u smislu strukture obrazovanih, tako, neizravno, i u smislu sadržaja pojedinih kvalifikacija.
- 3.7. Prijelaz u visoko obrazovanje** - U ovoj analizi detaljnije je prikazana kvaliteta kvalifikacija te njihova usklađenosti s uvjetima i zahtjevima potrebnim za nastavak obrazovanja u visokoškolskom sustavu.
- 3.8. Analiza odredišnih zanimanja** - Uspješnost pronalaska posla nakon završenog srednjoškolskog obrazovanja svakako je važan pokazatelj kvalitete samog programa. Ipak, sa stanovišta opće društvene koristi nije i ne može biti svejedno na kojim se odredišnim zanimanjima zapošljavaju osobe koje završe pojedini obrazovni program jer ukoliko su to, primjerice, zanimanja za koja ih obrazovanje uglavnom nije pripremalo, u pitanje dolazi i opravdanost provedbe takvih programa. Takva bi situacija loše djelovala na produktivnost radne snage, a samim time i na konkurentnost gospodarstva, pa je stoga nužno voditi računa o ovom pokazatelju kod planiranja obrazovnih politika.
- 3.9. Komparativni prikaz obrazovnih i ishoda na tržištu rada prema obrazovnim sektorima** – Prikazuje razlike pojedinih sektora prema kriterijima zapošljivosti, vertikalne prohodnosti i usklađenosti obrazovnih programa sa zanimanjima u kojima se po prvi put zapošljavaju učenici koji završe strukovno obrazovanje. Ova analiza služi kao referentna usporedba uspješnosti obrazovnih programa po sektorima

#### **4. UVJETI NA TRŽIŠTU RADA ZA SEKTORSKA ILI PODSEKTORSKA ZANIMANJA**

- 4.1. Neto plaće** - Neto plaća u sektoru ili podsektoru otkriva koliko znanje iz nekog obrazovnog sektora ili podsektora vrijedi na tržištu. Ako je prosječna plaća zaposlenih sa zanimanjima iz sektora ili podsektora niža od prosječne plaće u gospodarstvu, možemo očekivati smanjivanje interesa mladih za upis u sektorske obrazovne programe, ali i razine produktivnosti rada na kojoj se odvija upotreba tih znanja i vještina. Niske plaće obično govore o niskoj produktivnosti rada, a time i upitnoj konkurentnosti na dulji rok, budući da se u našim uvjetima teško može postići troškovna konkurentnost u odnosu na zemlje u kojima su razina troškova života i prihodi po satu mnogo niži.
- 4.2. Ugovori o radu** - Vrsta ugovora koji se nude za određena sektorska ili podsektorska zanimanja govore o razini pravne sigurnosti koju zaposlenici sa sektorskim ili podsektorskim zanimanjima mogu očekivati na tržištu rada. Ako dominiraju ugovori o radu na neodređeno vrijeme, moguće je da se radi o poslovima u kojima se mora ponuditi viša razina sigurnosti da bi se osigurala odgovarajuća ponuda rada.

**4.3. Sati rada, veličina poduzeća i vlasnička struktura** - također su elementi koji utječu na odluku o razvoju karijere prema određenim zanimanjima i ovdje će biti prikazani za podsektor trgovine.

## **5. USKLAĐIVANJE PONUDE I POTRAŽNJE**

**5.1. Zamjena postojeće radne snage** – Ova analiza pokazat će ukupna kretanja priljeva i odljeva radne snage u ključnim trgovačkim djelatnostima za podsektor po županijama, uzevši u obzir obrazovnu ponudu i potražnju na tržištu radne snage. Rezultati ove analize omogućit će donošenje zaključaka i smjernica za razvoj upisnih politika.

**5.2. Kako se mogu koristiti rezultati analize u profilu sektora ili podsektora** – Prikazat će se i druge moguće upotrebe rezultata analize na području regionalne razvojne politike, strategije i razvoja ljudskih resursa, industrijske politike kao i podloge za posredovanje i informiranje o razvoju karijere.

## **Smjer daljnje analize**

Ova se analiza mora smatrati početnom analizom sektora ili podsektora, a pristup je u budućnosti potrebno produbiti u nekoliko smjerova. Prvo, bilo bi korisno napraviti analizu kretanja zaposlenosti po zanimanjima kroz vrijeme analizom više anketa o radnoj snazi jer upravo dugoročni trendovi daju dobru osnovu za predviđanje budućih kretanja.

Pored navedenih 18 temeljnih analiza i prikaza, buduće verzije profila sektora ili podsektora mogu se, po potrebi, dopuniti dodatnim analizama. Tu je kao područje mogućeg daljnjeg rada vidljiv nedostatak analize aktualne ponude kompetencija unutar postojećih obrazovnih programa.

# 1. Potražnja za zanimanjima



# 1. Potražnja za zanimanjima

## 1.1. Obuhvat sektora

Podsektor trgovine u strukovnom obrazovanju obuhvaća jedan četverogodišnji obrazovni program, dva trogodišnja programa i jedan JMO (obrotnički) program, što čini ukupno četiri ponuđena obrazovna programa. Obrazovni je podsektor generirao oko 60 različitih trgovačkih zanimanja u NKZ-u. Zbog potpunosti analize valja napomenuti da se radi o zanimanjima koja se odnose na sve dostupne obrazovne razine (ne samo na one koje pruža srednjoškolsko obrazovanje). To je važno kako bi se stekao uvid u ukupnu potražnju za podsektorskim zanimanjima u gospodarstvu, budući da učenici koji danas započinju svoje obrazovanje u strukovnom obrazovanju sutra možda nastave razvijati karijeru kroz visokoškolski obrazovni sustav prema višim kvalifikacijama unutar podsektora. U **Dodatku 3.** prikazana su sva zanimanja u podsektoru trgovine, koja su članovi sektorskog vijeća odabrali iz Nacionalne klasifikacije zanimanja (NKZ)<sup>3</sup>, a ovdje je prikazana ukupna ekonomska aktivnost radnosposobnog stanovništva starog između 15 i 64 godine, koje ima podsektorska zanimanja.

	Radnosposobno stanovništvo	Radna snaga	Zaposleni	Nezaposleni	Neaktivni
Podsektor trgovine	214.077	161.319	108.489	8.532	42.814
Ukupno u sektoru 9.: Ekonomija, trgovina i poslovna administracija	503.261	384.669	350.568	34.101	118.539
Ukupno u RH	2.182.465	1.638.298	1.488.856	149.441	544.167
Udio podsektora trgovine u RH %	9,81	9,85	9,47	13,59	9,70
Udio podsektora trgovine u sektoru 9. %	42,54	41,94	30,95	25,02	36,12
Udio sektora 9. %	23,06	23,48	23,55	22,82	21,79

Tablica 1. Ekonomska aktivnost po podsektorskim zanimanjima u gospodarstvu (15-64), 2010. godine

Izvor: Anketa o radnoj snazi 2010., autorski izračun

Ukupni ljudski potencijali u podsektoru, tj. sve osobe koje imaju zanimanja u području trgovine, mogu se prikazati kao zbroj aktivnog stanovništva ili radne snage i neaktivnog stanovništva. Radnu snagu čine zaposleni i nezaposleni s navedenim zanimanjima. Prema tome, ukupno raspoloživo stanovništvo u 2010. sa zanimanjima iz podsektora trgovine brojilo je 214.077 osoba. Od toga broja, 108.489 ih je bilo zaposlenih, a 8.532 nezaposlenih, što je zajedno rezultiralo radnom snagom od 161.319<sup>4</sup> osobe.

<sup>3</sup> U Dodatku 3. su, uz 60 stručnih – trgovačkih zanimanja, označena i 189 zanimanja kod kojih su znanja i vještine iz podsektora trgovine neophodne, premda ne i dominantne (npr. pčelar)

<sup>4</sup> Premda su prikazani detaljni podatci potrebno je znati da se kroz anketu o radnoj snazi dobivaju samo procjene stvarnih brojeva na temelju uzorka, a time se ne može dobiti odgovarajuća preciznost. Prema tome, svaka procjena odnosi se na približan, a ne i stvaran broj zaposlenih, nezaposlenih i neaktivnih stanovnika.

Neaktivnih s podsektorskim zanimanjima u dobi između 15 i 64 godine bilo je 42.814, uglavnom studenata ili osoba koje ne žele ili ne mogu raditi. U odnosu na ukupno radnosposobno, ljudski resursi iz podsektora trgovine činili su 9,81% ukupnog radnosposobnog stanovništva, 9,85% radne snage, 9,47% zaposlenih, 13,59% nezaposlenih i 9,7% neaktivnog stanovništva.

Može se zaključiti da podsektor trgovine prema obilježjima ekonomske aktivnosti ima vrlo značajan obuhvat u ukupnom radnosposobnom stanovništvu, ali i u radnoj snazi. I rezerve radne snage koje se očituju u broju nezaposlenih te neaktivnih osoba s trgovačkim zanimanjima govore o mogućnosti rasta podsektora, pri čemu ljudski resursi ne bi bili prepreka. Kasnije će se utvrditi koje su detaljnije karakteristike tih demografskih rezervi prema dobi i obrazovnoj razini te kakav je njihov razvojni potencijal.

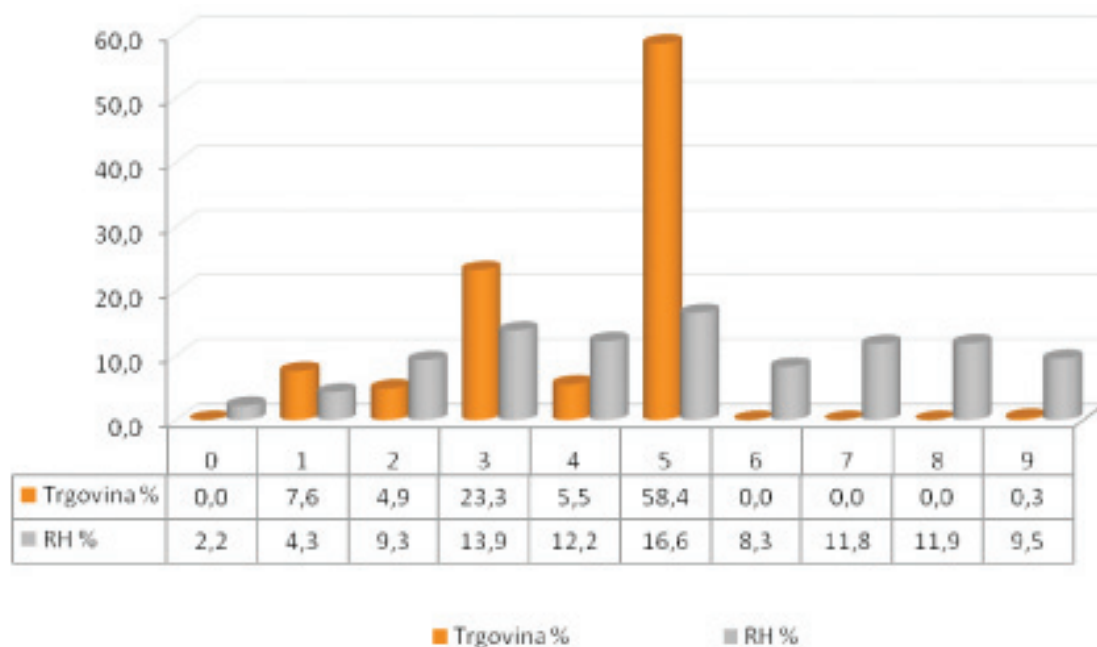
Važno je naglasiti da je s ukupnim udjelom zaposlenosti od 9,47%, ovaj podsektor premašio prosječni udio djelatnosti trgovine u EU-, koji iznosi oko 8,4% od ukupne zaposlenosti<sup>5</sup>. Valja napomenuti da su anketom o radnoj snazi obuhvaćene i sve osobe koje su radile ili rade u navedenim zanimanjima, a pritom možda nemaju potrebne formalne kvalifikacije, ali obavljaju aktivnosti za koje su potrebna znanja i vještine iz obrazovnog podsektora trgovine.

#### **RODOVI ZANIMANJA U PODSEKTORU I DOMINANTNE RAZINE SLOŽENOSTI**

U svakom obrazovnom sektoru prisutna su zanimanja koja zahtijevaju poznavanje struke od najjednostavnijih do najkompleksnijih zahtjeva, tj. od osobe koja skladišti robu do osobe koja upravlja zalihama. Zanimljivo je analizirati svaki od obrazovnih sektora i podsektora upravo prema rodovima zanimanja i prema udjelu složenih zanimanja. Koliko u podsektoru trgovine ima upravljačkih zanimanja, koliko stručnih i znanstvenih, a koliko strukovnih i jednostavnih zanimanja? Svako zanimanje pripada jednom od ukupno devet rodova u klasifikaciji zanimanja. Prvi rod okuplja direktore, zakonodavce, ravnatelje, drugi rod okuplja stručnjake i znanstvenike, treći rod su inženjeri i tehničari, četvrti rod su službenici, peti rod su uslužna i trgovačka zanimanja, šesti rod su poljoprivredna zanimanja, sedmi rod su zanimanja u obrtu, osmi rod su rukovatelji strojevima i alatima, dok se u devetom nalaze jednostavna zanimanja. Za svaki obrazovni sektor i podsektor strateški cilj u ekonomiji znanja trebao bi biti povećanje udjela zanimanja koja imaju veću komponentu znanja te zahtijevaju više godina učenja, kao i relevantnog radnog iskustva. Rodovi se međusobno razlikuju po razini složenosti poslova, koja se procjenjuje potrebnim godinama školovanja. Tako je, primjerice, razina složenosti poslova u najnižem, devetom, rodu vrlo niska, repetitivna i često ne zahtijeva posjedovanje određenih kvalifikacija, dok je razina složenosti u drugom i trećem rodu znatno viša.

<sup>5</sup> Ova dva udjela nisu izravno usporediva budući da se podatak za EU temelji na ukupnoj zaposlenosti u djelatnostima trgovine dok se naši podaci temelje na broju zaposlenih s podsektorskim zanimanjima u svim djelatnostima u gospodarstvu. Tako se, primjerice, u djelatnost trgovine prema metodi EU-a uključuju i sva druga zanimanja koja se pojavljuju u pravnim osobama koje se bave gospodarskom djelatnošću trgovine, od knjigovođa do čistačica, dok se prema našoj metodologiji računaju samo zaposlene osobe sa zanimanjima iz podsektora trgovine.

Podsektor Trgovine prema rodovima zanimanja, 2010



Slika 2. Podsektor prema rodovima zanimanja

Na slici 2. prikazana je raspodjela zanimanja u podsektoru trgovine po rodovima. Vidimo da je najveća frekvencija skupina zanimanja u trgovini u trećem i petom rodu, a nešto manje i u prvom rodu zanimanja. Ta činjenica govori o najvećoj dominaciji zanimanja koja koriste znanja iz strukovnog obrazovanja (trogodišnji i četverogodišnji programi).

Kako je razina složenosti povezana s rodovima zanimanja, može se zaključiti da prvi i treći rodovi zanimanja u podsektoru trgovine u prosjeku zahtijevaju u više godina školovanja te sadrže veću komponentu znanja.

U čitavom sektoru ne pojavljuju se zanimanja iz šestog, sedmog i osmog roda, a broj jednostavnih zanimanja iz devetog roda može se zanemariti.

## 1.2. Upotreba podsektorskih zanimanja

Svako planiranje kvalifikacija i strategija razvoja obrazovnog podsektora nužno podrazumijeva spoznaju o vrsti upotrebe podsektorskih zanimanja. Najjednostavniji način kojim možemo prikupiti te informacije je da istražimo gdje su zaposlene osobe s takvim zanimanjima. Cilj svakoga obrazovnog sektora i podsektora s pripadajućim obrazovnim programima trebala bi biti da što veća potražnja za znanjima i vještinama koje nude. Stoga, kako bi obrazovni programi mogli planirati obrazovne ishode koji odgovaraju potrebama djelatnosti u kojima se nalaze, važno je znati u kojoj se djelatnosti najviše koriste podsektorska zanimanja. Na primjer, upotreba znanja iz trgovine koristi se na drugačiji način pri distribuciji i skladištenju prehrambenih proizvoda nego pri njihovoj prodaji konačnom kupcu. Kako bi pripremili radnu snagu za rad u navedenim djelatnostima, redovni obrazovni programi, kao i



programi cjeloživotnog učenja, moraju nuditi znanja koja će omogućiti različitu primjenu u više gospodarskih djelatnosti. Takav će pristup pomoći u profesionalnoj mobilnosti osoba sa zanimanjima iz podsektora iz jedne djelatnosti u drugu, uz dodatno osposobljavanje potrebno za uspješnu prilagodbu.

Analizom ankete o radnoj snazi iz 2010. godine (godina koja je odabrana namjerno, a označava razdoblje prije početka recesije) dobiven je prikaz koncentracije podsektorskih zanimanja u različitim djelatnostima u gospodarstvu. Ta nam anketa omogućava da procijenimo broj zaposlenih s podsektorskim zanimanjima u svakoj grani djelatnosti u gospodarstvu.

Ako je u nekog grani djelatnosti prisutan velik broj podsektorskih zanimanja, možemo pretpostaviti da će gospodarski rast ili pad te grane djelatnosti u velikoj mjeri utjecati na potražnju za znanjima i vještinama iz obrazovnog podsektora. Neki sektori i podsektori imaju koncentraciju zanimanja u jednoj do dvije djelatnosti, dok su drugi prisutni u manjem obujmu u velikom broju različitih djelatnosti. Tako, primjerice, obrazovni podsektor trgovine, kao i sektor poljoprivrede, prehrane i veterine te sektor tekstila i kože, ima visoke koncentracije u malom broju djelatnosti. S druge strane, znanja iz sektora elektrotehnike i računarstva imaju visoku razinu disperziranosti po svim granama djelatnosti, budući da je rasprostranjenost tih znanja kroz tehnološki razvoj postupno osvajala sve gospodarske sektore.

Što se tiče predviđanja potreba za određenim kadrovima, ovom će se analizom pokazati očekivana kratkoročna potražnja za podsektorskim zanimanjima, na temelju čega se mogul planirati upisne kvote. Za vjerodostojniju srednjoročnu i dugoročnu procjenu, potrebno je pristupiti prognozama rasta svake od djelatnosti. Kad se zna kojim će tempom rasti pojedina djelatnost, rezultati ove analize mogu te informacije pretvoriti u upisne kvote koje će biti potrebne da zadovolje navedenu potražnju.

Osim brojnosti i odgovarajućih kvalifikacija koje se razlikuju prema upotrebi u raznim djelatnostima zbog prenosivosti znanja iz jedne djelatnosti u drugu, neophodno je osigurati i prepoznatljive standarde iza kojih stoje prepoznatljive kvalifikacije koje odražavaju različitu upotrebu podsektorskih znanja u gospodarstvu.

Kod dobivanja koncentracije podsektorskih zanimanja izračunat ćemo udio zaposlenih s podsektorskim zanimanjima u ukupnom broju zaposlenih u svakoj grani djelatnosti. Udjele smo kategorizirali prema veličini u četiri kruga na sljedeći način:

- › 1. krug – više od 60% zaposlenih imaju zanimanja podsektora trgovine
- › 2. krug – od 40 - 59% zaposlenih imaju zanimanja podsektora trgovine
- › 3. krug – od 20 - 39% zaposlenih imaju zanimanja podsektora trgovine
- › 4. krug – od 0 - 19% zaposlenih imaju zanimanja podsektora trgovine

Na shemama su prikazane koncentracije zaposlenih po granama djelatnosti podsektora trgovine.

Koncentraciju smo izrazili tako što smo uzeli udio trgovačkih zanimanja iz Ankete o radnoj snazi u pojedinim skupinama djelatnosti i razvrstali ih prema stupnju koncentracije sukladno gore navedenim razredima. Najveća koncentracija zanimanja je u 1. krugu, a najmanja u 4. krugu.

Analizom skupina djelatnosti iz slike 3. vidljivo je da su podsektorska zanimanja rasprostranjena:

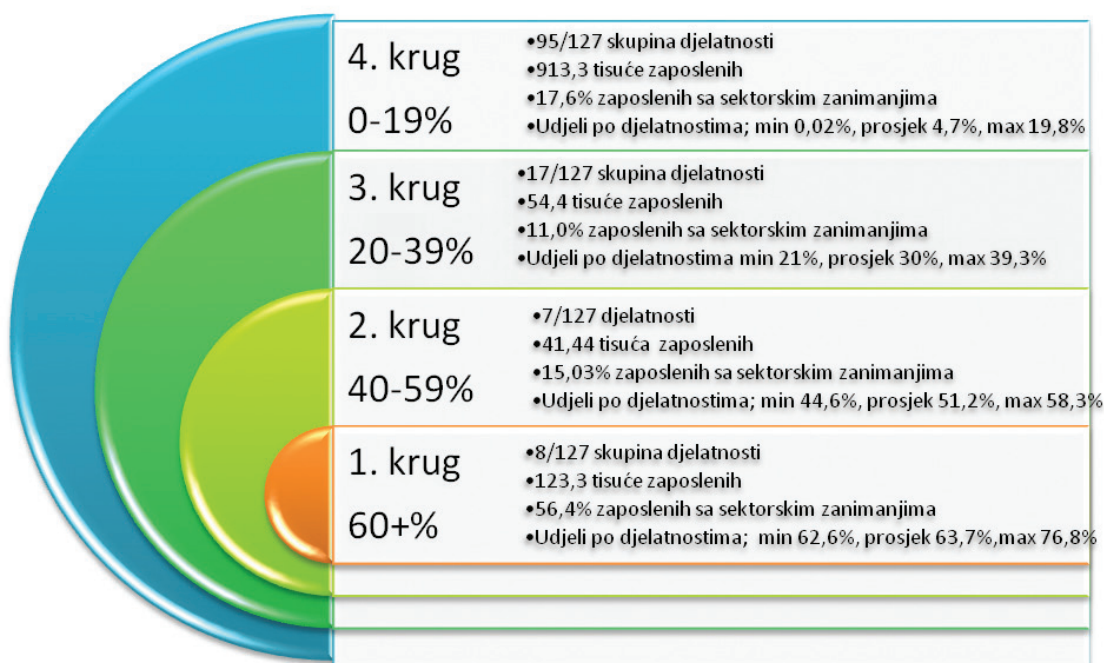
**U 1. krugu** nalazi se 8 skupina djelatnosti, uglavnom trgovine na malo, s 123.300 zaposlenih, gdje je zaposleno 56,4% osoba s podsektorskim zanimanjima. Prosječna koncentracija podsektorskih zanimanja po djelatnostima iznosi 63,7%.

U **2. krugu** nalazi se sljedećih 7 skupina djelatnosti, uglavnom trgovine na veliko i malo, s prosječnom koncentracijom podsektorskih zanimanja od 51,2%. Ukupan broj zaposlenih u ovom krugu skupina djelatnosti je 41.440, a u njemu je zaposleno 15,03% osoba s podsektorskim zanimanjima.

U **3. krugu** nalazi se 17 skupina djelatnosti (trgovina na veliko i malo, trgovina motornim vozilima i dijelovima za motorna vozila, prerađivačka industrija, prehrambena industrija s proizvodnjom pekarskih i brašnenih proizvoda, marketinška djelatnost, djelatnost iznajmljivanja, novčarsko posredovanje, uzgoj sadnog i ukrasnog bilja i izdavačka djelatnost) s prosječnom koncentracijom podsektorskih zanimanja od 30%. Ukupan broj zaposlenih u ovom krugu skupina djelatnosti iznosi 54.400, i u njemu je zaposleno 11% osoba s podsektorskim zanimanjima.

U **posljednjem 4. krugu** ima najviše različitih skupina djelatnosti, uglavnom prerađivačke i poljoprivredne industrije, čak njih 95, koje imaju niže koncentracije podsektorskih zanimanja i to u prosjeku 4,7%. U tim skupinama djelatnosti radi 913.300 osoba i ovdje je zaposleno 17,6% osoba s podsektorskim zanimanjima.

Ovakva vrsta rasprostranjenosti govori o visokoj koncentraciji podsektorskih zanimanja u jednoj grani djelatnosti, trgovini na veliko i malo, ali i o početnoj fazi disperzije podsektorskih zanimanja po gotovo svim skupinama djelatnosti u gospodarstvu.



Slika 3. Koncentracije zanimanja po djelatnostima

Izvor: Anкета o radnoj snazi, 2010., Autorski izračun.

## ZAKLJUČCI O STUPNJU KONCENTRACIJE ZANIMANJA PO GOSPODARSKIM DJELATNOSTIMA

- › Obuhvat podsektora trgovine prema broju osoba koje imaju zanimanja iz trgovine značajan je u ukupnom radnosposobnom stanovništvu i iznosi 9,81%, dok je udio u ukupnoj zaposlenosti 9,47%, a u ukupnoj nezaposlenosti 13,59%. Radna snaga u podsektoru trgovine čini 9,85% ukupne radne snage te možemo zaključiti da je ovaj sektor značajno prisutan u radnosposobnom stanovništvu i ukupno nezaposlenim osobama.
- › Koncentracija podsektorskih zanimanja u djelatnosti trgovine na veliko i malo značajno je visoka. Analize nam govore o indeksu koncentracije podsektorskih zanimanja u djelatnosti trgovine na veliko i malo od čak 78,1%.
- › Uz djelatnost trgovine na veliko i malo, postoje druge skupine djelatnosti u kojima su zastupljena zanimanja iz podsektora trgovine, a to su prerađivačka i poljoprivredna industrija i transportne skupine djelatnosti važne za distribuciju proizvoda po prodajnim mjestima.
- › Potreba za razvojem vlastitih prodajnih aktivnosti u posljednjih se nekoliko godina javila u izdavačkoj djelatnosti, novčarskom poslovanju, proizvodnji pekarskih i brašnenih proizvoda te proizvodnji pića. Potreba za trgovačkim zanimanjima javlja se i u djelatnosti iznajmljivanja, marketinškoj djelatnosti, uzgoju sadnog i ukrasnog bilja te u ostalim skupinama djelatnosti koje se sve više usmjeravaju na prodaju vlastitih ili dobavljenih proizvoda i usluga. To nam govori da se moraju pratiti dugoročna kretanja ne samo djelatnosti iz područja trgovine, već i svih djelatnosti u kojima se koriste podsektorska zanimanja.
- › Raširena upotreba zanimanja podsektora upozorava na činjenicu da se prilikom planiranja upisa, vrste obrazovnih programa i njihovih obrazovnih ishoda mora voditi računa o različitim načinima upotrebe podsektorskih znanja i vještina.

### 1.3. Dugoročna kretanja zaposlenosti u ključnim gospodarskim djelatnostima Trgovine

Kako bi procijenili kretanje potražnje za podsektorskim zanimanjima, analizirat ćemo dugoročna kretanja zaposlenosti u ključnim skupinama djelatnosti trgovine na veliko i malo<sup>6</sup>. Prikazat ćemo i analizirati vremenske serije zaposlenosti od 2000. do 2010. godine. Za očekivati je da će s rastom zapošljavanja u ključnim skupinama djelatnosti, rasti i potražnja za podsektorskim zanimanjima, ali može biti prisutna i suprotna tendencija. Kod skupina djelatnosti u kojima je udio podsektorskih zanimanja visok jasno je da će utjecaj kretanja ukupne zaposlenosti u tim granama na potražnju za znanjima i vještinama iz podsektora biti snažan. Udio skupine djelatnosti u ukupnoj zaposlenosti također je važan, premda podsektorska zanimanja u njemu nemaju značajan udio. Djelatnost trgovine ima velik broj zaposlenih ali i udio podsektorskih zanimanja u njoj je visoke koncentracije. Suprotan je slučaj s npr. prerađivačkom industrijom gdje je udio zanimanja podsektora trgovine nizak, ali ukupna potražnja za zanimanjima iz podsektora trgovine u ovoj industriji ipak može biti značajna u apsolutnom broju.

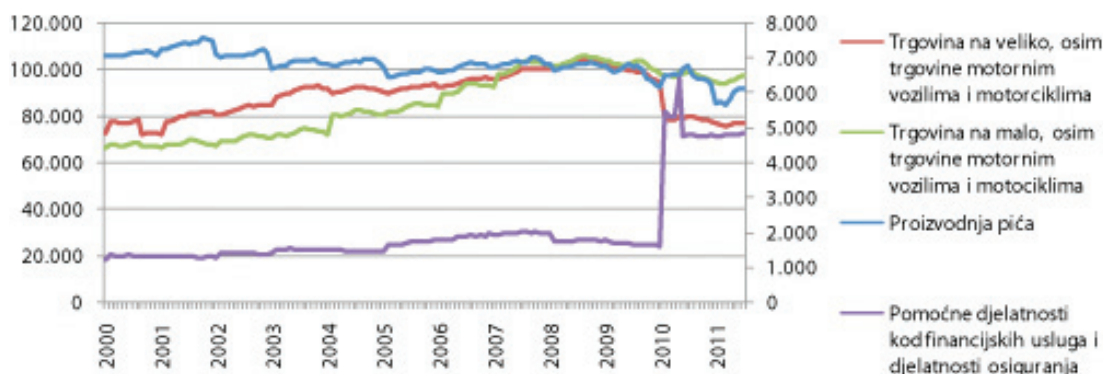
Rast zaposlenosti u trgovini na veliko i malo vidljiv je i u povećanju udjela te djelatnosti u ukupnoj zaposlenosti koja je 2000. godine iznosila nešto više od 14%, da bi u najpovoljnijem razdoblju prije

<sup>6</sup> Ključne su djelatnosti one koje imaju: a) visok stupanj koncentracije sektorskih ili podsektorskih zanimanja; b) koja pokrivaju velik postotak podsektorskih zanimanja i posebno značajne djelatnosti čija je ukupna zaposlenost velika, ali imaju mali udio podsektorskih zanimanja.

recesije dosegla 18%, postajući tako jedna od pet djelatnosti s najvećim udjelom u ukupnoj zaposlenosti što se vidi na slici 4. G1 u krivulji kretanja udjela<sup>7</sup>.

Na slici 4. prikazano je kretanje zaposlenosti u djelatnosti trgovine na veliko i malo; popravak motor-nih vozila i motocikala, u razdoblju između 2000.-2010. godine.

Zaposlenost u ključnim djelatnostima za podsektor Trgovina, 2000-2011. godine  
(djelatnosti Proizvodnja pića i Pomoćne djelatnosti kod financijskih usluga i djelatnosti osiguranja prikazane su na desnoj okomitoj osi)



Slika 4. Zaposlenost u ključnim djelatnostima za podsektor Trgovine

Grana djelatnosti s najvećom zaposlenošću iz područja trgovine je trgovina na malo, u kojoj je u srpnju 2011. godine bilo zaposleno preko 97 tisuća radnika, ali je u čitavom promatranom razdoblju dolazilo do pada zaposlenosti od 14%, koji se može očekivati i u idućem razdoblju. Trgovina na veliko je od 2009. godine bilježila značajan pad zaposlenosti od 25%, koji je nastavljen do 2011. godine. Djelatnost proizvodnje pića također bilježi pad zaposlenosti, koji je u cijelom promatranom razdoblju iznosio 18%. Jedino pomoćne djelatnosti kod financijskih usluga i djelatnosti osiguranja bilježe rast zaposlenosti, blagi u promatranom razdoblju od 2000. do 2010. godine i značajan (čak 24,6%) u veljači 2009. godine u odnosu na prethodni mjesec (siječanj 2009.). Objašnjenje tog povećanja broja zaposlenih leži u činjenici da su podatci o broju zaposlenih u pravnim osobama RH za razdoblje od siječnja 2000. do siječnja 2009. godine, zbog prelaska na novu klasifikaciju djelatnosti, preračunavani korištenjem makrometode, a podatci od veljače 2009. rezultat su redovnog statističkog izvještavanja. Zbog različite strukture dviju klasifikacija („stare“ NKD 2002. i „nove“ – NKD 2007.) moguće su i ovakve razlike u podacima.<sup>8</sup>

Općenito se može zaključiti da je djelatnost trgovine na veliko i malo u razvoju, da ima oscilacije koje se javljaju s recesijom, ali da je udio zaposlenosti u ukupnoj zaposlenosti takav da svaki pozitivan rast može apsorbirati veliki broj zaposlenika. Na primjer, 1% rasta zaposlenosti u trgovini na veliko i na malo otvara 1.630 novih radnih mjesta, što je za malo hrvatsko tržište rada značajan broj.

<sup>7</sup> Ovaj se udio razlikuje od prethodno prikazanog udjela u tablici 1. Tamo se koristila anketa o radnoj snazi dok se kod vremenskih serija zaposlenosti koriste podatci o pravnim osobama koje mjesečno objavljuje Državni zavod za statistiku u Priopćenjima. Taj izvor ima bitno manji obuhvat zaposlenosti od Ankete o radnoj snazi, ali je koristan jer daje podatke na razini grana djelatnosti te postoje dugoročne serije što nije slučaj s Anketom o radnoj snazi.

<sup>8</sup> Izvor: DSZ; Sektor društvenih statistika; Odjel statistike tržišta rada; Odsjek administrativne zaposlenosti, zarada i troška rada; voditeljica odsjeka Ines Kolaković.

Izlaskom iz recesije, trgovina na veliko i na malo opet će rasti pa se u srednjem roku može očekivati pojačana potražnja za trgovačkim zanimanjima. Međutim, budući da se danas kao trgovci zapošljavaju i osobe koje nemaju tu kvalifikaciju, teško je reći hoće li takav porast potražnje automatski smanjiti nezaposlenost ili neaktivnost osoba s relevantnim zanimanjima iz podsektora.

Stoga je važno nuditi programe cjeloživotnog obrazovanja kako bi se lakše stekle kvalifikacije potrebne za kvalitetno obavljanje trgovačkih aktivnosti, a da se pritom ne mora pohađati cijeli ciklus obrazovanja. Takav pristup naročito bi pogodavao osobama koje nemaju formalnu kvalifikaciju, ali su praktičnim radom stekle mnoga znanja i vještine. Priznavanjem tih praktičnih znanja bitno bi se povećala zapošljivost i podigla kvaliteta radne snage, ali isključivo uz uvjet da se kvalifikacija temelji na obveznoj kvalifikaciji i nudi mogućnost modularnog izbora znanja i vještina propisanih nastavnim planom i programom, a koje se kroz cjeloživotno učenje mogu savladati u krugu tvrtke.

Zbog prisutnosti podsektorskih zanimanja u velikom broju grana djelatnosti događa se da se stručna znanja i vještine moraju prilagođavati vrlo različitim primjenama, što se mora odraziti i u prilagodljivim obrazovnih ishodima i kvalifikacijama. Planiranje je nužno provoditi na lokalnoj i regionalnoj razini kako bi se učenici iz izuzetno popularnih obrazovnih programa iz podsektora uspješno zapošljavali u većem broju različitih grana djelatnosti. To će se moći ostvariti ako su programi prilagođeni potrebama lokalnog gospodarstva. Međutim, kako je prisutna tendencija sve većeg upisa u više i visoke škole, nije ništa manje važno uskladiti obrazovne ishode srednjih strukovnih škola s upisnim uvjetima u navedene škole, čime bi se osigurala vertikalna prohodnost u razvoju sektorskih znanja.

#### 1.4. Prihodi, broj poduzeća i zaposlenih<sup>9</sup>

Karakteristike ključnih djelatnosti mogu se prikazati i kroz financijske pokazatelje, kao što je ukupan prihod, dobit i produktivnost rada te brojnost poduzeća koja su ekonomski aktivna u pojedinoj djelatnosti.

Također nam je važan i prostorni raspored djelatnosti pa ćemo u narednim tablicama prikazati podatke prema županijama. U tablici 2. sortirane su županije prema ovim ključnim pokazateljima za gospodarske djelatnosti iz 1. i 2. kruga koncentracije djelatnosti. Ovim saznajemo kakav je financijski obuhvat gospodarskog sektora, brojnost poduzeća i zaposlenost<sup>10</sup>, a možemo izračunati i produktivnost rada, prosječnu zaposlenost po poduzeću itd.

---

<sup>9</sup> Kod djelatnosti sektora Ekonomije, trgovine i poslovne administracije nismo u mogućnosti prikazati promjene prihoda i ostalih indikatora u razdoblju 2003.-2008. zbog promjene Nacionalne klasifikacije djelatnosti koja prethodno nije iskazivala podatke o ključnim djelatnostima ovog sektora.

<sup>10</sup> Zaposlenost iz ovog izvora nije jednaka kao iz Ankete o radnoj snazi niti se može izravno usporediti s podacima iz Državnog zavoda za statistiku.



2010.	PRIHODI (mil.KN)	DOBIT (mil.KN)	ZAPOSLENI	BROJ PRAVNIH OSOBA	PRODUKTIVNOST RADA (tis.KN)	DOBIT PO ZAPOSLENOM (tis.KN)	Udio županije u RH prema prihodima
UKUPNO RH	598.132,68	28.186,73	859.794	96.661	695,67	32,78	
PODSEKTOR TRGOVINE	165.329,05	4.310,00	154.723	20.954	1.068,55	27,86	100
UDIO U RH, %	27,64	15,29	18,00	21,68			
ZAGREBAČKA	9.332,45	275,87	9.542	1.489	978,04	28,91	5,64
KRAPINSKO-ZAGORSKA	2.420,37	44,89	2.518	365	961,23	17,83	1,46
SISAČKO-MOSLAVAČKA	1.413,25	25,80	2.100	371	672,97	12,29	0,85
KARLOVAČKA	1.260,89	31,17	1.849	416	681,93	16,86	0,76
VARAŽDINSKA	3.531,49	93,39	4.115	569	858,20	22,69	2,14
KOPRIVNIČKO-KRIŽEVAČKA	2.474,91	46,30	2.706	333	914,60	17,11	1,50
BJELOVARSKO-BILOGORSKA	1.706,95	72,89	2.362	310	722,67	30,86	1,03
PRIMORSKO-GORANSKA	11.642,48	301,06	11.205	1.746	1.039,04	26,87	7,04
LIČKO-SENJSKA	441,18	13,79	591	138	746,50	23,34	0,27
VIROVITIČKA	748,44	22,54	1.181	194	633,73	19,09	0,45
POŽEŠKO-SLAVONSKA	739,31	18,57	1.005	121	735,63	18,48	0,45
BRODSKO-POSAVSKA	1.019,64	18,90	1.292	264	789,19	14,63	0,62
ZADARSKA	2.751,58	71,71	4.036	651	681,76	17,77	1,66
OSJEČKO-BARANJSKA	6.657,27	109,14	6.483	967	1.026,88	16,83	4,03
ŠIBENSKO-KNINSKA	1.105,84	29,82	1.841	481	600,67	16,20	0,67
VUKOVARSKO-SRIJEMSKA	2.333,82	73,28	3.129	347	745,87	23,42	1,41
SPLITSKO-DALMATINSKA	12.824,29	419,06	16.289	2.318	787,30	25,73	7,76
ISTARSKA	5.629,54	145,80	6.781	1.633	830,19	21,50	3,41
DUBROVAČKO-NERETVANSKA	1.832,85	47,15	2.664	687	688,01	17,70	1,11
MEDIMURSKA	1.694,15	40,97	2.223	413	762,10	18,43	1,02
GRAD ZAGREB	93.768,33	2.407,90	70.811	7.141	1.324,21	34,00	56,72

Tablica 2. Podatci za ključne djelatnosti koje koriste zanimanja iz podsektora Trgovine

Izvor: FINA, 2008.

U tablici 2. prikazani su podatci za ključne djelatnosti koje koriste podsektorska zanimanja iz trgovine (471, 477, 475, 476, 472, 478, 462, 479, 469, 467, 473, 466, 463, 239, 642). U tom je podsektoru u 2008. godini generirano 165 milijardi kuna prihoda što je činilo 27,64% ukupnih prihoda pravnih osoba u gospodarstvu. Najnačajniji dio prihoda stvoren je u Gradu Zagrebu (93,7 milijarde ili 56,7%), dok je Splitsko-dalmatinska županija, druga prema prihodima, imala tek 12,8 milijardi kuna prihoda, odnosno 7,7%.

Positivna razlika između prihoda i rashoda vidljiva je i u iznosu dobiti nakon oporezivanja podsektora trgovine koja je u ukupnom gospodarstvu sudjelovala u neto dobiti s 15,2%. Zaposlenost koja uključuje ne samo podsektorska, već i mnoga druga zanimanja potrebna za tu vrstu aktivnosti, činila je 18% ukupne zaposlenosti. S obzirom da su ove ključne trgovačke djelatnosti bile raspoređene na 20.954 pravnih osoba, možemo izračunati da je prosječna veličina takve pravne osobe u prosjeku oko 7,4 zaposlenih (bilo je 8,9 zaposlenih po pravnoj osobi u čitavom gospodarstvu RH).

Produktivnost rada također je najviša u Gradu Zagrebu, ali razlike između županija prema ovom obilježju, kao i prema dobiti po zaposlenom, nisu toliko različite kao što je slučaj kod prihoda. Tako je iznos dobiti po zaposlenom u Gradu Zagrebu iznosila 34 tisuća kuna, a u Splitsko-dalmatinskoj županiji, drugoplasiranoj prema ovom pokazatelju, 25,7 tisuća kuna, iako su prihodi u toj županiji bili višestruko manji. U Ličko-senjskoj županiji, posljednjoj po ostvarenim prihodima i dobiti, dobit po zaposlenom iznosila 23,3 tisuće kuna. Veliku dobit po zaposlenom od 30,8 tisuća kuna ostvarila je i Bjelovarsko-bilogorska županija.

Ovakva značajna prostorna nejednakost u gospodarstvu za ključne djelatnosti koje koriste znanja iz podsektora trgovine govori o potrebi opreza u planiranju kvota u svim županijama, koje su vrlo liberalne, iako zapošljavanje zaostaje i nema značajne potrebe za kadrovima iz podsektora. S druge strane, određeni broj mladih osoba koje ne žive u Zagrebu nalaze posao ili se uključuju u programe višeg i visokog obrazovanja.

Kako se ipak može očekivati daljnja liberalizacija dozvole trgovanja po svim granama djelatnosti, značajno je održati razinu srednje spreme u podsektoru trgovine, čime bi se omogućilo postupno zapošljavanje, i to na regionalnoj i lokalnoj razini, te bi se spriječilo prekvalificiranje mladih za radna mjesta koja će se nuditi u budućnosti.

Ukupna produktivnost rada u podsektoru trgovine za 54% je veća od produktivnosti u ukupnom gospodarstvu RH, dok je u Gradu Zagrebu produktivnost podsektora čak i dvostruko veća. Najniža produktivnost za podsektor zabilježena je u Šibensko-kninskoj županiji i niža je od produktivnosti gospodarstva RH za 13,6%.

#### ZAKLJUČCI O OBUHVATU PODSEKTORA

- › Ovom su analizom otkrivene ključne djelatnosti koje najviše koriste podsektorska zanimanja trgovine.
- › Prihodi koje ove djelatnosti stvaraju značajne su u hrvatskim razmjerima, premda su djelatnosti specifične za podsektorska zanimanja znatno veće prema prihodima, ali ne i prema pokazateljima isplativosti, tj. dobiti po zaposlenom. Jedino Grad Zagreb u podsektoru trgovine ostvaruje veću dobit po zaposlenom od one ostvarene u ukupnom gospodarstvu RH.
- › Premda su ove djelatnosti izuzetno važne zbog relativno visokih koncentracija podsektorskih zanimanja, vidljivo je da se moraju pratiti i druge djelatnosti koje ne spadaju u tipična područja trgovine, ali koriste njihova znanja.
- › Pojedine djelatnosti kao što su proizvodnja pića i pomoćne djelatnosti kod financijskih usluga i djelatnosti osiguranja sve više koriste znanja sektora trgovine, a imaju značajan broj zaposlenih.
- › U pojedinim djelatnostima koje su velikim dijelom vezane za podsektor kao što su trgovina na veliko i trgovina na malo, vidljiv je značajan pad zaposlenosti, što je posljedica recesije i smanjenja kupovne moći stanovništva.
- › Prostorna koncentracija vrlo je velika i većina kapaciteta nalazi se u Gradu Zagrebu.
- › Svi pokazatelji govore o velikom potencijalu ovog sektora kroz sljedeće mehanizme:
  - širenje trgovačkih znanja i vještina u druge djelatnosti
  - rast ključnih djelatnosti održivom dinamikom
  - prostorno širenje ključnih i ostalih djelatnosti
  - jačanje regionalne prisutnosti hrvatskih kompanija.

## 1.5. Slobodna radna mjesta – prikaz zanimanja koja poslodavci traže

Slobodna radna mjesta, kao i ukupna zaposlenost, dio su trenutane potražnje za radnicima. Prikaz te potražnje prema sektorskim i podsektorskim zanimanjima može nam pomoći razumjeti postoji li usklađenost s brojem osoba koje imaju takva zanimanja. Hrvatski zavod za zapošljavanje, kao i većina javnih zavoda za zapošljavanje u EU-u, najčešće pokriva posredovanje za srednju i nižu stručnu spremu, posebno za zanimanja iz podsektora trgovine.

U tablici 3. prikazani su podatci o nezaposlenima po podsektorskim zanimanjima po spolu, slobodna radna mjesta za ta ista zanimanja u 2010. godini te stope zapošljavanja. Stope zapošljavanja predstavljaju odnos broja slobodnih radnih mjesta i broja nezaposlenih s istim zanimanjima. Također su prikazane stope i za mlade bez radnog iskustva te njihove stope zapošljavanja.

Vidimo da je na evidenciji HZZ-a iz 2010. godine u prosjeku bilo 41.008,00 nezaposlenih osoba sa zanimanjima iz podsektora trgovine. U odnosu na vrlo velik broj nezaposlenih te godine (319,8 tisuća), ove kategorije nezaposlenih činile su značajnih 12,8% ukupne nezaposlenosti. Većina nezaposlenih osoba s ovim zanimanjima bile su žene koje su predstavljale 18,3% svih nezaposlenih žena, dok je udio muškaraca u ukupno nezaposlenim muškarcima iznosio 6,42%.

Tablica 3. Obilježja registriranih nezaposlenih prema podsektorskim zanimanjima, godišnji prosjek 2010. godine	Ukupno	Podsektor Trgovina	Udio podsektora, %
Nezaposleni ukupno	319.845	41.008	12,82
Nezaposlene žene	172.940	31.574	18,26
Nezaposleni muškarci	146.905	9.434	6,42
Nezaposleni bez radnog iskustva	54.160	4.474	8,26
Nezaposlene žene bez radnog iskustva	30.190	3.268	10,82
Nezaposleni muškarci bez radnog iskustva	23.970	1.206	5,03
Zaposleni s evidencije ukupno	141.105	19.017	13,48
Zaposleni s evidencije žene	76.260	14.772	19,37
Zaposleni s evidencije - muškarci	64.845	4.245	6,55
Zaposleni s evidencije - prvo zaposlenje ukupno	17.107	1.530	8,94
Zaposleni s evidencije - prvo zaposlenje žene	8.961	1.135	12,67
Zaposleni s evidencije - prvo zaposlenje muškarci	8.146	395	4,85
Slobodna radna mjesta	104.739	11.597	11,07
Nezaposleni po slobodnom radnom mjestu	3,1	3,5	
Stopa zapošljavanja ukupno	44,1	46,4	
Stopa zapošljavanja žena	44,1	46,8	
Stopa zapošljavanja muškaraca	44,1	45,0	
Stopa zapošljavanja osoba bez radnog iskustva	56,7	46,8	

Tablica 3. Obilježja registriranih nezaposlenih prema podsektorskim zanimanjima, godišnji prosjek 2010. godine

Izvor: HZZ, 2011.

U toj godini s evidencije je zaposleno ukupno 141 105 osoba, što daje stopu zapošljavanja od 44%. Stopa zapošljavanja za podsektor trgovine bila je 46%. Što je stopa bliža 100 ili čak i viša, to je zapošljavanje s evidencije bolje pa se tako može reći da su u 2010. godini osobe sa zanimanjima iz podsektora bile podjednako slabo zapošljive kao i nezaposlene osobe s drugim zanimanjima.

Stope zapošljavanja mladih bez radnog iskustva još su lošije nego za opću populaciju. Samo 34% mladih s podsektorskim kvalifikacijama iz trgovine uspjelo se zaposliti, što ukazuje na manjak potražnje za ovim zanimanjima u odnosu na njihovu ponudu na tržištu rada. Ovaj podatak također govori i o odnosu poslodavaca prema mladima bez radnog iskustva kojih je iz podsektora trgovine bilo ukupno 4.474 i predstavljaju 10,9% od ukupno nezaposlenih osoba u podsektoru i te 8,3% od ukupno nezaposlenih mladih osoba svih kvalifikacija.



Zanimljivo je primijetiti da je u HZZ pristiglo ukupno 11.597 slobodnih radnih mjesta za podsektorska zanimanja. Broj nezaposlenih po slobodnom radnom mjestu u 2010. godini bio je 3,5.

#### ZAKLJUČCI O POTRAŽNJI ZA ZANIMANJIMA IZ PODSEKTORA TRGOVINE

- › U gornjoj smo analizi promatrali potražnju za podsektorskim zanimanjima na dva načina: kroz kretanje zaposlenosti u ključnim djelatnostima koje smo odabrali na temelju indeksa koncentracije i na temelju slobodnih radnih mjesta za navedena zanimanja.
- › Možemo zaključiti sljedeće o potražnji za podsektorskim zanimanjima:
  - ukupan obujam potražnje za podsektorskim zanimanjima nije značajan;
  - potražnja je uglavnom koncentrirana na djelatnosti trgovine na veliko i malo te je do 2010. godine bilo dovoljno pratiti kretanje zaposlenosti u ključnim granama djelatnosti iz podsektora trgovine;
  - podsektor trgovine ima velik broj zaposlenih i do kraja 2008. godine ostvarivao je značajan rast; taj se podsektor mora pratiti zbog potrebe poslodavaca za promjenom podsektorskih znanja i njegovog utjecaja na gospodarstvo, a posebno s obzirom na sezonske i cikličke oscilacije ostvarivanja poslovnih rezultata i na povećanje primjene tehnoloških inovacija u podsektoru;
  - u okviru ključnih djelatnosti podsektora stoji podjela na grane djelatnosti trgovine na veliko i malo i sve ostale djelatnosti. Analize nam ukazuju na indeks koncentracije podsektorskih zanimanja u djelatnosti trgovine na veliko i malo od čak 78,1%.
- › Kod nekih se grana može očekivati pad zaposlenosti, ali i sve veća upotreba znanja iz podsektora trgovine u djelatnostima poljoprivrede, prerađivačke industrije i svih ostalih proizvodnih djelatnosti.
- › Budući da je prostorni raspored pravnih osoba iz ključnih djelatnosti za podsektor trgovine vrlo neujednačen, upise i kvalifikacije je potrebno planirati na razini županije ili regije kako ne bi došlo do još veće nezapošljivosti mladih iz podsektora.
- › Zbog očekivanja mladih u odnosu na visoko obrazovanje te globalnih poslovnih promjena u podsektoru trgovine, nužno je osigurati vertikalnu prohodnost, ali i zadržati postojeće kvalifikacije koje se koriste na tržištu rada na razini srednjeg obrazovanja.
- › Potrebno je provesti istraživanje i analizu preferencije poslodavaca za visokoobrazovanom radnom snagom iz podsektora trgovine te na temelju tih podataka pripremiti odgovarajuće sadržaje strukovnih kvalifikacija s dobrom podlogom za vertikalnu prohodnost.

## **2. Potražnja za kompetencijama**



## 2. Potražnja za kompetencijama

Profil sektora i podsektora ključan je dokument i temeljni alat u procesu planiranja kvalifikacija koje će proizvoditi obrazovni sustav. Na temelju profila sektora i podsektora moći će se planirati:

- A) **sadržaj** strukovnih **kvalifikacija** te,
- B) **struktura obrazovne ponude**, odnosno potrebne upisne kvote u strukovnom obrazovanju (upisna politika), koje su usklađene s budućim potrebama tržišta rada.

Prethodna i iduća poglavlja profila podsektora govore uglavnom o makroekonomskim pokazateljima potražnje za strukovnim zanimanjima i u osnovi su podloga za planiranje upisne politike. Ovo poglavlje detaljno će prikazati potrebe za kompetencijama unutar podsektorskih zanimanja i služiti kao podloga za planiranje sadržaja strukovnih kvalifikacija.

### 2.1. Matrica kompetencija

Kao **Dodatak 8.** profilu podsektora priložena je i matrica kompetencija u tabličnoj formi za zanimanja iz područja trgovine. Ona je pomoćni alat u planiranju kvalifikacija, koji omogućuje detaljan uvid u potrebne kompetencije i njihove izvore te u zanimanja, odnosno radna mjesta uz koja su pojedine kompetencije vezane. Važno je naglasiti da matrica kompetencija sadrži prikaz kompetencija prikupljenih iz nekoliko izvora:

1. ankete poslodavaca;
2. strateških nacionalnih i razvojnih dokumenata EU-a;
3. predviđanja tehnološkog razvoja i napretka u podsektoru,
4. potrebe visokoškolskih ustanova za uspješan nastavak školovanja,
5. Nacionalnog okvirnog kurikulum za predškolski odgoj i obrazovanje te opće obvezno i srednjoškolsko obrazovanje.

Na ovaj način osigurano je da kompetencije koje su sadržane u matrici vjerno ocrtavaju trenutačne potrebe tržišta rada, ali jasno govore i o budućim potrebama, što je nužno uzeti u obzir kod planiranja kvalifikacija. Prikazani rezultati predstavljeni su po podsektoru, budući da podsektori objedinjuju kompatibilna znanja i vještine. Radi jednostavnosti primjene matrice, pojedine su kompetencije grupirane u skupine kompetencija, pri čemu je jasno naglašeno radi li se o općim ili strukovnim kompetencijama, što omogućava mapiranje skupina kompetencija i jediničnih skupova ishoda učenja te dodatno povećava primjenjivost matrice prilikom izradbe standarda kvalifikacija.

## PODSEKTOR TRGOVINE

U podsektoru trgovine provedena je analiza potreba poslodavaca korištenjem tehnike usmenog intervjua pomoću anketnog upitnika te anketnog upitnika na internetu.

Analiza je provedena na uzorku od 15 poslodavaca s područja cijele Hrvatske, pri čemu su odgovore davali poslodavci iz različitih djelatnosti različitih veličina, koji zapošljavaju od samo nekoliko do nekoliko tisuća zaposlenih. Prilikom odabira poslodavaca u ovoj fazi razvoja profila sektora nije napravljen stratificirani uzorak poslodavaca koji vjerno reprezentira koncentraciju zanimanja u podsektorima po gospodarskim granama, budući da u trenutku provedbe anketiranja takva analiza nije bila moguća. Ipak, u obzir su uzeti poslodavci iz različitih djelatnosti, što je prikazano i samom matricom kompetencija, budući da je uz svaku danu kompetenciju navedeno u koju skupinu spada djelatnosti poslodavac koji ju je naveo. Budući da poslodavci koji su ispunili anketni upitnik zapošljavaju 13.881 ili 7,5% zaposlenih u djelatnosti trgovine na veliko i malo, uzorak je reprezentativan prema kriteriju broja zaposlenika.

Poslodavci su identificirali 10 radnih mjesta iz podsektora trgovine na razini trogodišnjeg školovanja (radna mjesta koja obavljaju poslove prijema robe i prodaje), dok za 9 radnih mjesta iz podsektora trgovine očekuju četverogodišnje obrazovanje. Ostala 4 navedena radna mjesta odnose se na strojarSKI, transportni, zdravstveni i prehrambeni sektor (radna mjesta: mehaničar-limar, vozač teretnog vozila, farmaceutski tehničar, mesar).

Od poslodavaca je prikupljeno ukupno 350 kompetencija, odnosno 29 potrebnih skupina kompetencija, unutar 23 različita radna mjesta, koja su raspoređena u ukupno 4 različite skupine podsektorskih zanimanja.

Dodatne su kompetencije prikupljene i iz ostalih izvora (NOK, European e-Competence Framework 2.0, Model za utvrđivanje kompetencija u maloprodaji (Retail Competence Model) Ministarstva rada SAD-a). U podsektoru su identificirane ukupno 534 kompetencije za radna mjesta na razini srednje stručne sprema<sup>11</sup>.

Potrebne skupine kompetencija dalje su grupirane u ukupno 14 općih i 15 strukovnih skupina kompetencija. Skupinama kompetencija dana su kratka i intuitivna imena kako bi se olakšala provedba kvalitativne analize i usporedba zahtjeva za kompetencijama.

Prepoznate su sljedeće skupine podsektorskih zanimanja:

- › skladištar,
- › prodavač,
- › trgovački poslovođa i
- › komercijalist.

---

<sup>11</sup> Kroz anketu se poslodavce tražilo da identificiraju potrebne kompetencije za radna mjesta na razini srednje stručne sprema (do HKO 4.2), pa u tom smislu ovdje prikupljene kompetencije mogu služiti za planiranje sadržaja strukovnih kvalifikacija te kvalifikacija u obrazovanju odraslih. Kompetencije koje su potrebne za radna mjesta sa visokom stručnom spremom (HKO 6 i više) bilo bi potrebno dodatno ispitati ukoliko bi se ovakav pristup želio koristiti i za planiranje kvalifikacija na drugim obrazovnim razinama.

Skupina kompetencija	Skladištar	Prodavač	Trgovački poslovođa	Komercijalist
poslovna komunikacija	4	13	2	17
blagajničko poslovanje		17		
inventura	1	3		
poznavanje robe	5	16		1
organizacija rada	6	18	3	13
psihologija prodaje		7	1	5
higijena		6	1	
matematika	2	4		4
skladišno poslovanje	6	1		
poduzetništvo	1	6		8
trgovinsko poslovanje	7	19	1	19
prezentacija i prodaja		14		3
zaštita na radu	1	2		
informatička pismenost	2	8	1	6
promocijske aktivnosti		1		4
učenje		1	1	
upravljanje uređajima	4	3		
statistika		1		1
marketing				4
vanjskotrgovinsko poslovanje				3
špedicija i osiguranje				1
trgovačko pravo				1
strani jezik		3		2
financijsko poslovanje				2
računovodstvo				4
logistika				1
pregovaranje				3
etika	1	1	1	1
logika	1	2		

Tablica 4. Rasprostranjenost skupina kompetencija dobivenih od poslodavaca po zanimanjima

Iz tablice 4. vidljiva je distribucija kompetencija (broj komada) po skupinama radnih mjesta kod poslodavaca u podsektoru trgovine. Važno je uočiti da je Prodavač (146 kompetencija) ključno podsektorsko zanimanje prema broju radnih mjesta koja postoje kod ispitanih poslodavaca (ali i po broju navedenih kompetencija od strane poslodavaca). Nadalje, vidi se da je značajan broj kompetencija iskazan i za podsektorsko zanimanje Komercijalist (103), a znatno manje za Skladištara (41). Najmanje pojedinačnih kompetencija identificirano je za Trgovačkog poslovođu (11), budući da je u analiziranom uzorku poslodavaca to radno mjesto bilo najmanje prisutno.

Analizirajući kompetencije iskazane od strane poslodavaca, moguće ih je podijeliti u one koje su nužne za sva zanimanja u podsektoru, kao i one specifične za pojedina zanimanja. Tako su skupine kompetencija koje se pojavljuju kod svih zanimanja u podsektoru trgovine sljedeće: poslovna komunikacija, poznavanje robe, organizacija rada, poduzetništvo, trgovinsko poslovanje, informatička pismenost, ali i prezentacija i prodaja kod zanimanja koja sudjeluju u izravnoj prodaji. Kako bi se utvrdila osnova svih standarda kvalifikacija u ovom podsektoru bilo je potrebno uzeti u obzir i kompetencije koje su nužne sukladno Nacionalnom okvirnom kurikulumu (NOK), a koje poslodavci nisu naveli kod svih zanimanja u podsektoru: zaštita na radu, učiti kako učiti i etika.

Kada se analiza potrebnih kompetencija po skupinama dopuni kompetencijama iz NOK-a i ostalih izvora (tablica 5.) može se analizirati preklapanje skupina kompetencija (što govori u prilog sličnosti

podsektorskih zanimanja i dobro definiranoj vertikalnoj prohodnosti obrazovnih programa). Ova sličnost može biti podloga za definiranje novih standarda kvalifikacija, budući da je izvjesno da će pojedini standard kvalifikacije zadovoljiti zahtjeve za kompetencijama koje dolaze iz više sličnih zanimanja.

Skupina kompetencija	Skladištar	Prodavač	Trgovački poslovoda	Komercijalist
poslovna komunikacija	13	22	11	26
blagajničko poslovanje		17		
inventura	1	3		
poznavanje robe	5	17	1	2
organizacija rada	27	43	30	40
psihologija prodaje		7	1	5
higijena		6	1	
matematika	2	4		4
skladišno poslovanje	6	1		
poduzetništvo	18	23	26	34
trgovinsko poslovanje	10	29	14	36
prezentacija i prodaja		27	13	16
zaštita na radu	5	6	4	4
informatička pismenost	2	8	1	6
promocijske aktivnosti		1		4
učenje	9	10	10	9
upravljanje uređajima	4	3		
statistika		1		1
marketing			1	5
vanjskotrgovinsko poslovanje				3
špedicija i osiguranje				1
trgovačko pravo				1
strani jezik		3		2
financijsko poslovanje			5	7
računovodstvo			4	8
logistika				1
pregovaranje				3
logika	1	2		
etika	7	7	7	7

Tablica 5. Rasprostranjenost skupina kompetencija po zanimanjima

Iz matrice kompetencija također jasno vidljiva razlika u zahtjevima malih i srednjih poslodavac u odnosu na velike. Detaljnijom kvalitativnom analizom vidljivo je da veliki poslodavci imaju razmjerno specijalizirana i uža radna mjesta, dok su ona kod malih i srednjih poslodavaca značajno složenija jer zaposlene osobe obavljaju više poslovnih aktivnosti te se od njih očekuju i šire kompetencije.

Buduće kompetencije koje se očekuju kao posljedica tehnološkog razvoja nisu iskazane od strane poslodavaca, već one najvećim dijelom dolaze iz sektorske strategije, odnosno iz strateških razvojnih dokumenata. U izradi profila podsektora, odnosno matrice kompetencija za trgovinu, korišteno je više izvora:

- EU strateški dokumenti<sup>12</sup>,
- Retail Competency Model, US Department of Labor<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Izvor: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&langId=en&newsId=567&furtherNews=yes>

European Commission, DG Employment, Social Affairs and Equal Opportunities: „Distribution and Trade: Comprehensive sectoral analysis of emerging competences and economic activities in the European Union“; Executed by: TNO Netherlands Organisation for Applied Scientific Research, SEOR Erasmus University Rotterdam, ZSI Centre for Social Innovation; DG EMPL project VC/2007/0866 Distribution and Trade; European Commission 2007.

<sup>13</sup> Model za utvrđivanje kompetencija u maloprodaji, Ministarstvo rada SAD-a



Skupine kompetencija koje je potrebno uzeti u obzir zbog budućeg razvoja tehnologije, a koje upravo proizlaze iz navedenih izvora su:

- internetska trgovina
- dobre jezične i međukulturalne vještine
- društvena senzibiliziranost
- vještine upravljanja odnosima s kupcima.

Visokoškolske ustanove nisu se odazvale istraživanju.

#### ZAKLJUČCI O POTREBNIM KOMPETENCIJAMA

- › U podsektoru trgovine poslodavci su na temelju analize postojećih radnih mjesta identificirali 4 skupine podsektorskih zanimanja, od kojih je sukladno preklapanju potrebnih kompetencija moguće prepoznati dvije temeljne grupe za koje je moguće izraditi odvojene standarde kvalifikacija unutar podsektora (prodavač i komercijalist). Treće dominantno zanimanje, skladištar, u pogledu potrebnih kompetencija neznatno odstupa od zanimanja prodavač. Nadalje, u podsektoru postoje i određena zanimanja koja su važna za obavljanje djelatnosti trgovine, ali većina njihovih kompetencija dolazi iz drugih sektora (npr. vozač teretnog vozila, mehaničar, mesar)pa će kod izrade tih standarda kvalifikacija biti nužno surađivati sa sektorima u kojima se nalaze navedena zanimanja.
- › Poslodavci za zanimanja voditelja odjela, odnosno poslovođa, nisu naveli niti jednu zasebnu skupinu kompetencija u odnosu na one koje se traže za zanimanje prodavača, što pokazuje da se radi o radnim mjestima koja se ne razlikuju znanjima i vještinama, već iskustvom i drugim međuljudskim kvalitetama i osobinama ličnosti, koje nisu analizirane provedenim upitnikom.
- › U podsektoru je prepoznato 29 skupina kompetencija, od čega su poslodavci identificirali njih 28, dok je jedna skupina kompetencija definirana pomoću NOK-a, strateških dokumenata EU-a i modela za utvrđivanje kompetencija za maloprodaju (Retail Competency Model) Ministarstva rada SAD-a. U sklopu analize nisu razmotrene kompetencije koje dolaze od visokoškolskih ustanova, budući da se one nisu odazvale istraživanju.
- › Razmjerno je velik udio potrebnih zajedničkih strukovnih kompetencija (u svim zanimanjima u podsektoru trgovine) koje su na temelju postojećih radnih mjesta identificirali poslodavci, ali proizlaze i iz drugih izvora. To su: poslovna komunikacija, organizacija rada, matematika, poznavanje robe, psihologija prodaje, poduzetništvo, trgovinsko poslovanje, informacijska pismenost, zaštita na radu, prezentacija i prodaja.
- › Dominantna zanimanja prodavača i komercijalista razlikuju se po skupinama kompetencija iz područja logistike, računovodstva, prava, špedicije, vanjskotrgovinskog poslovanja i osiguranja (koje se traže kod zanimanja komercijalist, a ne traže se kod zanimanja prodavač) te blagajničkog poslovanja, higijene, inventure i skladišnog poslovanja (koje se traže kod zanimanja prodavač, a ne traže se kod zanimanja komercijalist)
- › Unutar provedene analize nisu prikupljeni podatci o zahtjevima visokoškolskih ustanova, ali iz sadržaja i područja koja se boduju na državnoj maturi za relevantne visokoškolske ustanove, može se zaključiti da su potrebne skupine kompetencija: matematika, hrvatski i strani jezik, po-



litika i gospodarstvo, ovisno o vrsti studija na kojem učenici završenih strukovnih škola nastavljaju školovanje.

- › Kod malih i srednjih poslodavaca tražene su kompetencije šire nego kod velikih poslodavaca, koji imaju razmjerno specijalizirana radna mjesta, iako općenito gledano prema skupinama kompetencija koje su identificirali gotovo da i nema značajnih razlika.
- › Poslodavci u zanimanjima u podsektoru trgovine uglavnom očekuju obrazovanje u trajanju od 4 godine.
- › Zahtjeve za kompetencijama očekivanima u budućnosti treba prije svega tražiti u strateškim i tehnološkim razvojnim dokumentima. Poslodavci u ovom istraživanju uglavnom nisu bili spremni istaknuti potrebe za takvim kompetencijama, iako značajna skupina poslodavaca iz uzorka koristi i kontinuirano uvodi tehnološke inovacije u svoje trgovačko poslovanje.
- › Detaljnija analiza matrice kompetencija pokazat će koje su zajedničke (preklapajuće) skupine kompetencija za podsektorska zanimanja, a koje su skupine specifične samo za neka zanimanja. Ovaj podatak od velike je važnosti kod planiranja kvalifikacija jer govori za koja je sve zanimanja moguće osposobljavati učenike kroz jednu kvalifikaciju, definiranjem zajedničkih i specifičnih sadržaja, a sve u cilju racionalizacije broja kvalifikacija i njihove usmjerenosti potrebama gospodarstva (podsektorskim zanimanjima).
- › Poslodavci su kao vrlo veliku vrijednost u smislu povećanja zapošljivosti istaknuli stručnu praksu kod poslodavca radi stjecanja radnog iskustva i radnih navika.

# **3. Ponuda rada u sektoru: zanimanja i kompetencije**

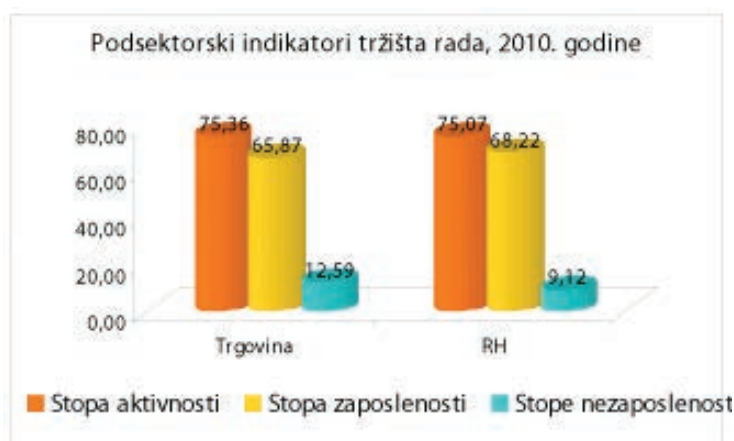


# 3. Ponuda rada u sektoru: zanimanja i kompetencije

Ukupnu potencijalnu ponudu rada sa znanjima iz podsektora trgovine čine svi radnosposobni stanovnici stari između 15 i 64 godine koji imaju kvalifikacije ili zanimanja iz sektora. Ako želimo procijeniti kolika će biti stvarna ponuda u danom momentu, analizirat ćemo radnu snagu u podsektoru. Ipak, u obzir moramo uzeti činjenicu da u hrvatskom gospodarstvu već dugu niz godina ponuda rada uvelike prelazi potražnju za radom. U takvim uvjetima trajnog viška ponude nije bilo dovoljno slobodnih radnih mjesta za svakoga te se jedan dio radne snage povukao u neaktivnost ne očekujući da će se uspjeti zaposliti.<sup>14</sup>

U prvom poglavlju smo vidjeli da u Hrvatskoj ima oko 214 tisuća osoba sa podsektorskim zanimanjima, u dobi od između 15-64 godine. Kako jedan dio njih ne želi raditi ili nije sposoban za rad, fokus mora biti na radnoj snazi, a u 2010. godini raspolagali samo s 161,3 tisućom osoba koje su činile stvarnu ponudu rada. Od svih koji su željeli raditi samo je mali broj ostao nezaposlen, tj. 8,5 tisuća. Ostale su 42,8 tisuće neaktivnih osoba sa sektorskim zanimanjima, među kojima se možda nalaze i obeshrabreni radnici koji bi izašli na tržište rada kada bi se povećala potražnja za njihovim uslugama.

## 3.1. Pokazatelji tržišta rada



Slika 5. Pokazatelji tržišta rada po podsektorima

Izvor: Anкета o radnoj snazi, 2008. DZS.

<sup>14</sup> U literaturi s tržišta rada radnici koji odustaju od traženja posla nazivaju se obeshrabrenim radnicima. Važno je stoga analizirati i neaktivnu radnu snagu kako bi se moglo procijeniti u kojoj mjeri bi porast broja slobodnih radnih mjesta mogao računati na aktivniranje obeshrabrenih radnika. Također je važno znati kakva je njihova dobna i obrazovna struktura da se vidi kakve će oni prepreke imati kada se pokušaju uključiti na tržište rada.

Na slici 5. možemo vidjeti osnovne pokazatelje tržišta rada za podsektor trgovine u usporedbi s pokazateljima za RH. Moramo imati na umu da je jedan od ključnih ciljeva ekonomske strategije Europke komisije Europe 2020 povećanje stope zaposlenosti podigne na 75% od radnosposobnog stanovništva starog između 20-64 godine. Hrvatska je daleko do tog cilja, ali zanimljivo je vidjeti da podsektor trgovine teži ostvarenju ove razine ekonomske aktivnosti stanovništva.

Podsektor trgovine ima stopu aktivnosti od 75,36%, što znači da ovaj postotak svih osoba sa zanimanjima iz podsektora želi raditi, a 65,87% je stopa zaposlenosti što znali da tako velik postotak radnosposobnog stanovništva doista i radi. Ne čudi, stoga, da stopa nezaposlenosti iznosi 12,59%<sup>15</sup> od ukupne radne snage.

Ovi nam pokazatelji govore da je prosječan položaj svih osoba sa sektorskim zanimanjima preslika stanja opće populacije. Često je ta činjenica povezana s obrazovnim, dobnim i drugim karakteristikama radne snage. Bolja obrazovanost obično omogućava veću zapošljivost, veću plaću, stalnije i sigurnije radno mjesto te veću mogućnost napredovanja. S druge strane, dob može i negativno utjecati na položaj osoba na tržištu rada. Tako mladi i stariji radnici nemaju istu poziciju kao osobe stare između 25 i 49 godina koji čine glavninu radnu snagu.

### 3.2. Dobna i obrazovna struktura u podsektoru Trgovine

Za analizu podsektora trgovine dobna struktura je važna za prognoziranje dinamike ulaska u radnu snagu, kao i izlaska iz nje. Ima li dovoljno mladih koji će moći zamijeniti radnike koji odlaze u mirovinu u okviru istih radnih mjesta i zanimanja? Na temelju podataka o dobi u daljnjoj ćemo analizi prikazati neusklađenosti ponude i potražnje za radom koja proizlazi iz nedovoljnog broj mladih u procesu zamjene radne snage.

Na slici 6. i 7. prikazane su dobne strukture zaposlenih te nezaposlenih i neaktivnih osoba s podsektorskim zanimanjima.



Slika 6. Dobna struktura radne snage

<sup>15</sup> Izvor ovih podataka je anketa o radnoj snazi koja služi i za međunarodne usporedbe. Prema tom izvoru nezaposlenost je niža od registrirane nezaposlenosti dok je zaposlenost znatno viša. Kako anketa uzima u obzir sve ekonomske aktivnosti stanovništva bez obzira kakav je njihov formalni status stanovništva prema pozitivnim zakonima Hrvatske (registriran na zavodu za zapošljavanje, umirovljenik, domaćica, student) ovaj izvor daje puno realniju sliku stanja na tržištu rada od drugih izvora.



**Slika 7. Dobna struktura radne snage u podsektoru Trgovine, 2010.**

Izvor: Anкета o radnoj snazi, 2010., DZS.

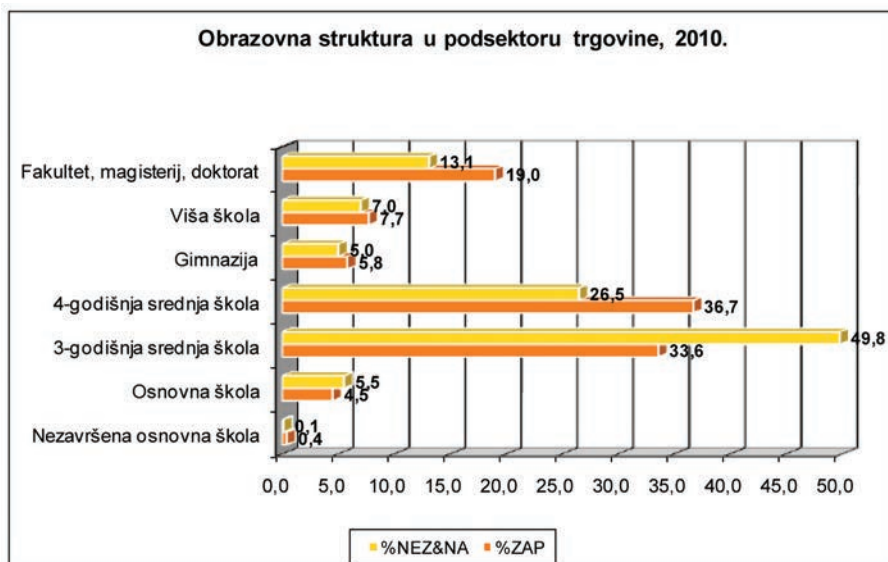
Od 8,5 tisuća nezaposlenih u podsektoru trgovine, njih 60,63% stariji su od 50 godina. To znači da se na njih ne može računati kod daljnjeg razvoja potražnje za podsektorskim zanimanjima. Među nezaposlenima je svega 7,15% mladih, što predstavlja učenike i studente te nezaposlene mlade osobe s podsektorskim zanimanjima. Kod zaposlenih osoba s trgovačkim zanimanjima udio mladih iznosi 9,8% ukupne zaposlene populacije s navedenim zanimanjima. To znači da se mogu očekivati značajni problemi u zamjeni postojeće radne snage, a teško je zamisliti da će biti dovoljno mladih ako potražnja za ovim zanimanjima naraste. U stvarnosti, ako su strukture nezaposlenih i neaktivnih loše te se na njihovu ponudu rada ne može računati, mladi iz obrazovnog sustava jedini su alternativni izvor iz zemlje. Među zaposlenima u podsektoru trgovine stariji od 50 godine čine 25,4% ukupne populacije, što je znatno manji udio od onog kod opće populacije.

Čini se da trendovi povećanih upisa učenika iz srednjih strukovnih škola u visokoobrazovne programe, mogu stvoriti prilike i za starije radnike s podsektorskim zanimanjima, koji će pritom sigurno trebati dodatno osposobljavanje.

Ukratko, dobna struktura zaposlenih podsektora trgovine znatno je povoljnija od dobne strukture nezaposlenih i neaktivnih osoba u općoj populaciji.

### 3.3. Obrazovna struktura

Pored dobi, i obrazovna razina velikim dijelom uvjetuje položaj na tržištu rada, a vrlo često su i međusobno povezane. Starije generacije imaju nižu obrazovnu razinu i obratno. Kako je znanje postalo faktorom konkurentnosti, razvoj znanja, posebno unutar obrazovnog sektora i sektorskih zanimanja, jedan je od čimbenika razvoja konkurentnosti temeljene na domaćem znanju. Na slici 2. vidljiv je raspon podsektorskih zanimanja u području kompleksnosti između petog, trećeg i prvog roda. Obrazovna struktura ne mora identično prikazivati isti raspon, budući da same kvalifikacije osoba sa sektorskim zanimanjima nisu nužno odraz razine kompleksnosti koja se zahtijeva za rad na radnom mjestu ili zanimanju. Stoga je važno vidjeti kakva je obrazovna struktura u oba podsektora kako bismo mogli predvidjeti kakva će dodatna obrazovanja biti potrebna i za koliki broj osoba ako bi se potražnja za radom u podsektoru trgovine povećala.



**Slika 8. Obrazovna struktura radne snage u podsektoru trgovine, 2010.**

Izvor: Anketa o radnoj snazi 2010., DZS.

Najbrojnija skupina među nezaposlenima i neaktivnima u podsektoru trgovine su osobe s trogodišnjom školom (49,8%), a na drugom mjestu su osobe s četverogodišnjom srednjom školom.

Kod zaposlenih u podsektoru trgovine dominiraju osobe s četverogodišnjom školom (36,7%), potom osobe s trogodišnjom školom (33,6%), dok su na trećem mjestu osobe sa završenim fakultetom, magisterijem i doktoratom (19%).

Struktura obrazovanja zaposlenih u podsektoru bolja je od obrazovne strukture nezaposlenih i neaktivnih, što ukazuje da će uključivo neaktivnih i nezaposlenih tržište rada biti teško izvedivo bez značajnih ulaganja u dodatno obrazovanje.

Te karakteristike ponude rada sa stajališta obrazovanja ukazuju na činjenicu da je kvalifikacijski potencijal u podsektoru trgovine velik te da je mogućnost napredovanja sa srednjeg strukovnog obrazovanja jednostavna.

#### **ZAKLJUČCI ZA KARAKTERISTIKE PONUDE RADA U PODSEKTORU**

- › Podsektor trgovine ima razmjerno visoke stope aktivnosti i stope zaposlenosti. Stopa zaposlenosti od 65,87% teži približavanju ciljevima strategija EU-a Europe 2020 koja govori o 75%-noj stopi zaposlenosti za dobnu skupinu 20-64.
- › Dobna struktura podsektora ukazuje na potencijalne probleme kod zamjene radne snage, tako da bilo kakav rast potražnje mora naići na probleme u ponudi radne snage.
- › Struktura obrazovanja zaposlenih u podsektoru bolja je od obrazovne strukture nezaposlenih i neaktivnih, što ukazuje da će uključivo neaktivnih i nezaposlenih tržište rada biti teško izvedivo bez značajnih ulaganja u dodatno obrazovanje.



- › Podsektor ima premali udio mladih među zaposlenima i nezaposlenima i neaktivnima, dok će vrlo velika prostorna koncentracija trgovačkih ključnih djelatnosti u Zagrebu i okolici zahtijevati veliku prostornu mobilnost iz manje razvijenih područja u idućih nekoliko godina kako bi se zadovoljila koncentracija potražnje.

### 3.4. Analiza obrazovnih programa

Da bi znanja i vještine koji se stječu u školskom sustavu mogla podržavati gospodarski rast, potrebno je istovremeno zadovoljiti tri uvjeta:

- › odgovarajući sadržaj program
- › dovoljno učenika/polaznika s odgovarajućim kvalifikacijama da zadovolje potražnju
- › pravovremeno planiranje sadržaja obrazovanja i upisnih kvota, što će omogućiti da su kvalificirani mladi ljudi spremni na vrijeme.

Kako bi obrazovni sustav iskoristio još uvijek dobru potražnju za zanimanjima iz podsektora i spriječio zapošljavanje nekvalificiranog osoblja koje čini neloyalnu konkurenciju nezaposlenim i neaktivnim osobama s trgovačkim zanimanjima, potrebno je razumjeti promjene u potrebama poslodavaca u ovom podsektoru. Tehnologija rada, informatizacija i promjene u organizaciji rada u trgovini zahtijevaju brze prilagodbe u obrazovnom sustavu koje sadrže odgovarajući i relevantnu praksu tijekom školovanja.

U Hrvatskoj postoje tri vrste srednjoškolskih strukovnih programa koji mlade pripremaju za rad u podsektoru trgovine:

- › 4-godišnji strukovni programi
- › 3-godišnji strukovni programi
- › 3-godišnji obrtnički programi.

Sektor Ekonomije, trgovine i poslovne administracije je po broju upisanih učenika najpopularniji sektor u strukovnom srednjoškolskom obrazovanju općenito, kako je prikazano na slici 9.



Slika 9. Struktura upisanih učenika po strukovnim sektorima u šk. godini 2010./2011.

U školskoj godini 2009./2010., 77 škola u Republici Hrvatskoj imalo je verificirane obrazovne programe za podsektor Trgovine, a prema podacima e-Matice, provodilo ih je njih 66. Obrazovni program Komercijalist verificiran je u 40 škola te se uglavnom provodi u školama koje nude i obrazovni program prodavač.<sup>16</sup>

Rbr	Naziv programa	Trajanje
1	Prodavač – JMO	3
2	Prodavač - JMO (nastava na srpskom jeziku)	3
3	Prodavač	3
4	Prodavač (nastava na talijanskom jeziku)	3
5	Prodavač (nastava na mađarskom jeziku)	3
6	Prodavač (nastava na srpskom jeziku)	3
7	Komercijalist	4
8	Komercijalist (nastava na talijanskom jeziku)	4
9	Komercijalist (nastava na srpskom jeziku)	4
10	Komercijalist (za sportaše)	4

**Tablica 6. Programi u sektoru u koje su se upisivali učenici u šk. godini 2009./2010.**

S ciljem dobivanja što boljeg uvida u postojeće obrazovne programe i trendove upisa učenika, u ovoj verziji profila sektora na temelju podataka kojima raspolaže Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa (izvor: e-Matica), pripremljeno nekoliko kvantitativnih analiza koje nastoje prikazati:

1. opću sliku sektora u strukovnom obrazovanju u širem kontekstu ponude strukovnih programa;
2. dublju analizu postojećih programa/kvalifikacija, uključujući komentare o trendovima upisa u prvu i posljednju godinu različitih programa;
3. studiju trendova po županijama kako bi se uočile moguće regionalne razlike i specifičnosti.

Uz ove podatke, korišteni su i podatci Državnog zavoda za statistiku, posebno Statistički godišnjak<sup>17</sup> koji daje informacije o stanovništvu i posebice o dobnim skupinama stanovništva, što je omogućilo analizu demografskog utjecaja na broj upisanih učenika.

Analize koje će biti prikazane u ovom poglavlju su:

- Analiza 1 - opći trendovi u strukovnom obrazovanju, trendovi u sektoru te populacijski trendovi;
- Analiza 2 - trendovi po godini, razredu i obrazovnom programu/kvalifikaciji;
- Analiza 3 - trendovi po županiji i obrazovnom programu/kvalifikaciji.

<sup>16</sup> Izvor: ASOO, Odjel za razvoj i osiguravanje kvalitete sustava strukovnog obrazovanja, Elisabetta Fortunato, viša stručna savjetnica za ekonomiju, trgovinu i poslovnu administraciju

<sup>17</sup> [http://www.dzs.hr/default\\_e.htm](http://www.dzs.hr/default_e.htm)

## ANALIZA 1 – OPĆI TRENDIVI

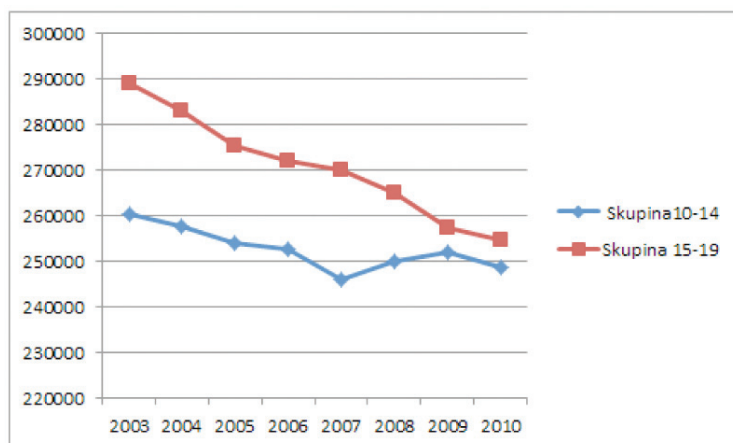
Tablica 7. prikazuje ukupan broj učenika i studenata upisanih na sve obrazovne razine unutar obrazovnog sustava Republike Hrvatske, prema podacima Državnog zavoda za statistiku. U promatranom razdoblju od pet godina za koje je provedena ova analiza vidljiv je ukupni pad broja srednjoškolskih učenika od 4,34%, pri čemu treba naglasiti da je u čitavom promatranom razdoblju broj učenika upisanih u gimnazije malo porastao, četverogodišnje srednje škole zabilježile su pad od 2,70% učenika, dok su trogodišnje srednje škole izgubile čak 13,45% učenika, što u promatranom razdoblju čini stopu od oko 3,3% godišnje.

Vrsta institucije	ISCED	HKO	2006./2007.	2007./2008.	2008./2009.	2009./2010.	2010./2011.	2010./2011. (%)	2006 → 2010
Dječji vrtići			109 508	113 615	116 382	121 433	125 166		
Predškolske obrazovne ustanove	0	0	90 947	93 274	95 516	99 317	101 638		
Osnovne škole	1	1	382 441	376 100	369 698	361 052	351 345		-8,13%
Srednje škole	3	4	187 977	184 183	181 878	180 582	180 158	100%	-4,34%
Gimnazije	3A	4.2	51 338	50 884	51 059	51 395	52 196	28,97%	1,67%
Tehničke i umjetničke strukovne srednje škole (4 godišnjeg trajanja)	3A	4.2	89 566	88 574	88 238	87 906	87 144	48,37%	-2,70%
Obrtničke srednje strukovne škole (3 godišnjeg trajanja)	3C	4.1	45 456	43 186	41 100	39 856	39 341	21,84%	-13,45%
Srednje škole za učenike sa invaliditetom		4.1 i 4.2	1 617	1 539	1 481	1 425	1 477	0,82%	
Visokoškolske ustanove			136 129	138 126	134 188	145 263	148 616	100%	9,17%
Veleučilišta	6	6 i 7	16 141	18 735	18 983	22 034	24 122	16,23%	49,45%
Visoke škole	5	6 i 7	9 414	7 054	7 691	9 027	9 539	6,42%	1,33%
Fakulteti	5 i 6	6, 7, 8	109 095	110 720	105 942	112 437	113 012	76,04%	3,59%
Umjetničke akademije	5 i 6	6, 7, 8	1 480	1 617	1 572	1 765	1 943	1,31%	

Tablica 7. Prikaz broja upisanih učenika / studenata u obrazovnom sustavu Republike Hrvatske

Izvor: ASOO; 2011. Autorski izračun.

Iz prikaza broja djece srednjoškolske dobi u promatranom razdoblju, prema podacima Državnog zavoda za statistiku, u promatranom razdoblju od pet godina vidljiv je pad od 1,64% u dobnoj skupini 10 – 14 godina te pad od čak 6,44% u dobnoj skupini 15-19 godina.



Slika 10. Prikaz broja djece i mladih srednjoškolske dobi u promatranom razdoblju u tisućama

Izvor; DZS, 2011.

Broj upisanih učenika u trogodišnje i četverogodišnje programe u sektoru ekonomije, trgovine i poslovne administracije u odnosu na ukupno upisane učenike u strukovnom obrazovanju prikazan je u tablici 8. i na slici 10.

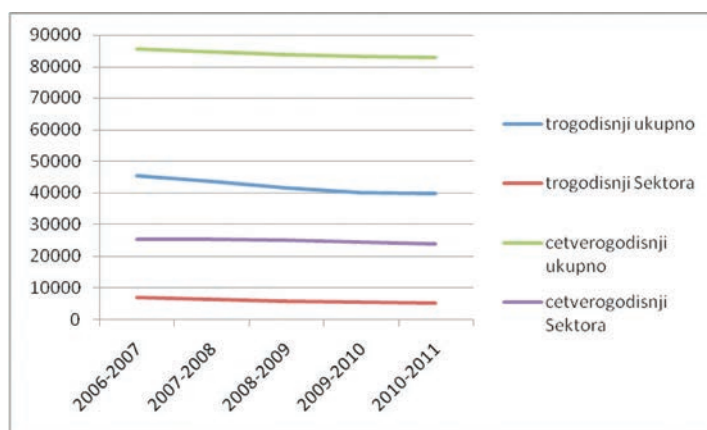
Godina	Trogodišnji ukupno	Trogodišnji Sektora	Udio	Četverogodišnji ukupno	Četverogodišnji Sektora	Udio
2006-2007	45.320	6.970	15,38%	85.714	25.323	29,54%
2007-2008	43.654	6.512	14,92%	84.618	25.202	29,78%
2008-2009	41.310	5.763	13,95%	83.622	24.942	29,83%
2009-2010	39.916	5.412	13,56%	83.152	24.375	29,31%
2010-2011	39.635	5.251	13,25%	82.800	23.848	28,80%

Tablica 8. Prikaz broja učenika u strukovnom obrazovanju i u sektoru Ekonomije, trgovine i poslovne administracije

Izvor: ASOO; 2011. Autorski izračun.

Primijetili smo da je broj učenika upisani u programe sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije tijekom promatranog razdoblja (2006.-2010.) pao više nego u drugim strukovnim sektorima te dvostruko više od dobne skupine koja pohađa srednje škole općenito. Međutim, razlike su još veće ako promatramo različite vrste programa:

- › četverogodišnji sektorski programi: gubitak upisanih učenika iznosi 5,8%, što znači da se opadanje odvija 1,7 puta brže nego u ostalim četverogodišnjim strukovnim programima (-3,3%);
- › trogodišnji sektorski programi (administrator, prodavač i prodavač JMO): gubitak učenika iznosi 25% u promatranom razdoblju, što je dvostruko više nego u svim trogodišnjim strukovnim programima i preko četiri puta više nego u četverogodišnjim programima iz ovog sektora.



Slika 11: Broj učenika u strukovnom obrazovanju i u sektoru Ekonomija, trgovina i poslovna administracija

Izvor: ASOO; 2011. Autorski izračun.

Prva analiza sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije, uključena u ovu verziju profila sektora trgovine, pokazuje sljedeće:

- › Programi iz ovog sektora, trogodišnji i četverogodišnji, sve su manje privlačni učenicima strukovnih škola.
- › Čini se da privlačnost trogodišnjih programa iz podsektora trgovine značajno opada; to se može objasniti činjenicom da učenici i njihove obitelji imaju dojam da trogodišnji programi ne pružaju

dovoljno mogućnosti u niskoplatežnom i radnoaktivnom podsektoru trgovine, koji ima značajne sezonske i cikličke oscilacije. Posebno je važno u tom smislu pogledati analize distribucije obrazovnih programa i zanimanja te visine plaća prikazane u idućim poglavljima ovog profila.

- › Ako razmotrimo trendove završetka po razredu, uočavamo da u trogodišnjim programima prodavač i prodavač JMO od prosječnog prvog razreda školu ne završi pet učenika, dok u četverogodišnjim programima od prosječnog prvog razreda školu ne završi troje učenika.<sup>18</sup>
- › Osim toga, kod tumačenja ovih podataka potrebno je voditi računa o demografskom padu rođene djece, koji je izražen od šk. god. 2005./2006. pa nadalje. Projekcija veličine generacije koja se upisuje u škole od 2006. do 2020. godine bilježi pad od 12.000 učenika ili 22,4%. U razdoblju od 2006. do 2010. godine projekcija veličine generacije bilježi pad od 2.292 učenika ili 4,41%. Projekcije govore da će do značajnijeg pada veličine generacija doći nakon 2013. godine. Uspješna demografska politika može usporiti pad ili dovesti do rasta veličine srednjoškolskih generacija tek u dugoročnom razdoblju, odnosno nakon 2020. godine.<sup>19</sup>

## ANALIZA 2 – TRENDVI PO GODINI, RAZREDU I OBRAZOVNOM PROGRAMU/KVALIFIKACIJI

Podatci o upisanim učenicima u obrazovne programe u podsektoru trgovine u razdoblju 2006.-2011. prikazani su u tablici 9.

Program / kvalifikacija	trajanje godina	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	promjena 2006-2011	udio u sektoru na početku razdoblja	udio u sektoru na kraju razdoblja	trend popularnosti u sektoru	broj škola na kraju razdoblja	zadnja revizija programa
Prodavač	3	6942	6307	5420	4670	4661	-32,86%	99,60%	66,76%	↓	58	2002 i 2011
Prodavač - JMO	3	0	141	308	469	538		0,00%	10,25%		13	2007
Prodavač - JMO (nastava na srpskom jeziku)	3	0	0	0	0	0		0,00%	0,00%		0	2007
Prodavač (nastava na mađarskom jeziku)	3	0	14	14	12	0		0,00%	0,00%		0	2010 i 2011
Prodavač (nastava na talijanskom jeziku)	3	24	22	24	7	3		0,34%	0,06%	↔	24	2010 i 2011
Prodavač (nastava na srpskom jeziku)	3	0	28	19	13	0		0,00%	0,00%		0	2010 i 2011
<b>Komercijalist</b>	<b>4</b>	<b>4267</b>	<b>4185</b>	<b>4062</b>	<b>4096</b>	<b>4076</b>	<b>-4,92%</b>	<b>16,93%</b>	<b>17,09%</b>	↔	<b>32</b>	<b>2005</b>
Komercijalist (nastava na talijanskom jeziku)	4	10	17	20	15	7		0,04%	0,03%			2005
Komercijalist (nastava na srpskom jeziku)	4	0	46	38	37	0		0,00%	0,00%		0	2005
Komercijalist (za sportaše)	4	0	23	0	0	0		0,00%	0,00%		0	2005
<b>Ukupno 3 godine</b>		<b>6.966</b>	<b>6.512</b>	<b>5.785</b>	<b>5.371</b>	<b>5.371</b>	<b>-22,90%</b>					
<b>Ukupno 4 godine</b>		<b>4.297</b>	<b>4.271</b>	<b>4.140</b>	<b>4.150</b>	<b>4.083</b>	<b>-4,98%</b>					
<b>Sveukupno</b>		<b>11.263</b>	<b>10.783</b>	<b>9.925</b>	<b>9.521</b>	<b>9.454</b>	<b>-16,06%</b>					

Tablica 9. Prikaz broja učenika u strukovnom obrazovanju po programima

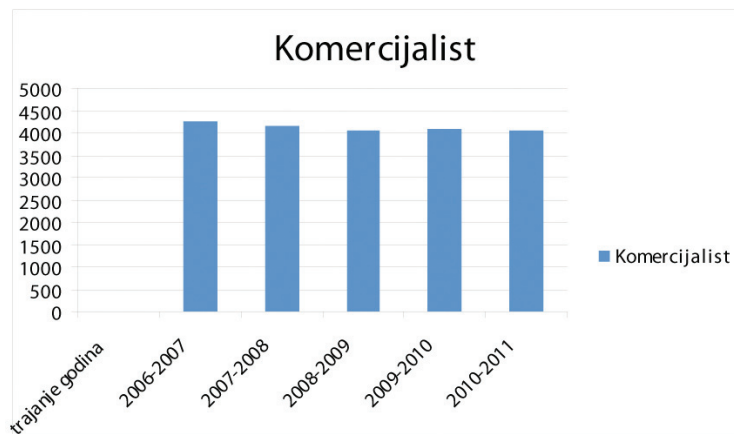
Napomena: Izmjene i dopune stručno-teorijskog i praktičnog dijela programa (naukovanja) za zanimanje prodavač – 2002. godine i Izmjene i dopune posebnog stručnog dijela NPP za zanimanje prodavač – 2011. godine.

Izvor: ASOO; 2011. Autorski izračuni (EV i MJ)

U promatranom petogodišnjem razdoblju zamjetan je značajan pad broja upisanih učenika u gotovo svim obrazovnim programima podsektora trgovine, i to prosječno za 1.954 učenika (17,4%). Potrebno je napomenuti da prema broju upisanih učenika najveći trend pada zabilježen u trogodišnjem programu prodavač, s 2.281 manje upisanih učenika u 2011. godini, odnosno 32,86% manje nego u 2006. godini. Najmanji trend pada upisanih učenika zabilježen je kod četverogodišnjeg programa komercijalist, gdje je upisano 211 učenika manje u 2011.godini, odnosno 4,92% manje u odnosu na učenike upisane u 2006. godini.

<sup>18</sup> Izvor: Komparativna studija tržišta rada i sustava strukovnog obrazovanja i osposobljavanja u RH, CARDS 2002, listopad 2006. god. str. 63.

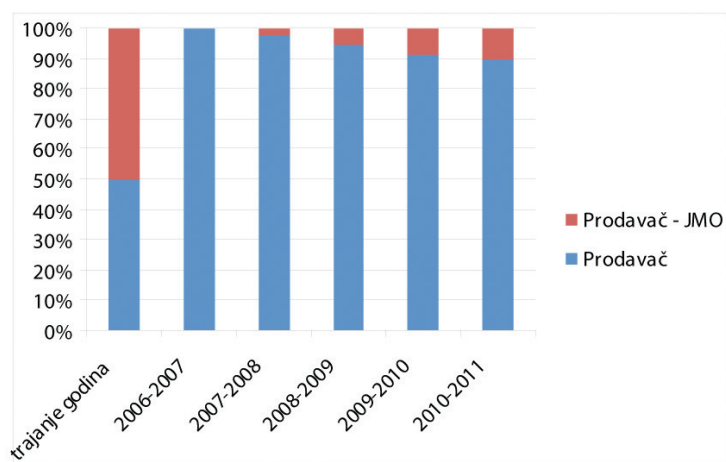
<sup>19</sup> Izvor: Komparativna studija tržišta rada i sustava strukovnog obrazovanja i osposobljavanja u RH, CARDS 2002, listopad 2006. god. str. 50.



Slika 12. Zastupljenost 4-godišnjih programa

Izvor: ASOO; 2011. Autorski izračuni (EV i MJ)

U 13 škola u Republici Hrvatskoj, koje provode trogodišnji obrazovni program Prodavač JMO, zamjetan je trend povećanja broja upisa za 397 učenika u promatranom razdoblju.



Slika 13. Zastupljenost 3-godišnjih programa

Izvor: ASOO; 2011. Autorski izračuni (EV i MJ)

Nekoliko je programa u potpunosti ostalo bez učenika ili su u procesu potpunog gubitka učenika i to ili tijekom promatranog razdoblja ili čak i ranije: prodavač – JMO (nastava na srpskom jeziku), prodavač (nastava na mađarskom jeziku), prodavač (nastava na srpskom jeziku), komercijalist (nastava na srpskom jeziku) i komercijalist (za sportaše).



## ANALIZA 3 – TRENDVI PO ŽUPANIJI I OBRAZOVNOM PROGRAMU/KVALIFIKACIJI

U tablici 10. prikazan je broj upisanih učenika u trogodišnje programe sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije po godinama, uz prikaz zastupljenosti broja učenika po županiji u odnosu na ukupan broj učenika trogodišnjih programa iz sektora na razini čitave Republike Hrvatske.

Ukupno učenika u 3-godišnjim programima po županiji	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011		Promjena 2006-2011	Promjena %
		%		%		%		%		%		
Zagrebačka županija	571	8,2%	566	8,7%	542	9,4%	523	9,7%	514	9,8%	-57	-10,0%
Krapinsko-zagorska	344	4,9%	315	4,8%	272	4,7%	252	4,7%	262	5,0%	-82	-23,8%
Sisačko-moslavačka	252	3,6%	238	3,7%	212	3,7%	195	3,6%	212	4,0%	-40	-15,9%
Karlovačka	161	2,3%	157	2,4%	155	2,7%	128	2,4%	129	2,5%	-32	-19,9%
Varždinska	176	2,5%	174	2,7%	146	2,5%	151	2,8%	145	2,8%	-31	-17,6%
Koprivničko-križevačka	91	1,3%	96	1,5%	86	1,5%	88	1,6%	75	1,4%	-16	-17,6%
Bjelovarsko-bilogorska	495	7,1%	471	7,2%	455	7,9%	421	7,8%	380	7,2%	-115	-23,2%
Primorsko-goranska	389	5,6%	308	4,7%	246	4,2%	221	4,1%	181	3,4%	-208	-53,5%
Ličko-senjska	62	0,9%	54	0,8%	51	0,9%	45	0,8%	54	1,0%	-8	-12,9%
Virovitičko-podravska	277	4,0%	259	4,0%	236	4,1%	222	4,1%	208	4,0%	-69	-24,9%
Požeško-slavonska	99	1,4%	102	1,6%	102	1,8%	96	1,8%	90	1,7%	-9	-9,1%
Brodsko-posavska	311	4,5%	274	4,2%	240	4,1%	209	3,9%	184	3,5%	-127	-40,8%
Zadarska	200	2,9%	162	2,5%	151	2,6%	148	2,7%	139	2,6%	-61	-30,5%
Osječko-baranjska	632	9,1%	655	10,1%	542	9,4%	508	9,4%	538	10,2%	-94	-14,9%
Šibensko-kninska	157	2,3%	168	2,6%	141	2,4%	143	2,6%	129	2,5%	-28	-17,8%
Vukovarsko-srijemska	346	5,0%	327	5,0%	321	5,5%	302	5,6%	300	5,7%	-46	-13,3%
Šplitsko-dalmatinska	824	11,8%	798	12,3%	705	12,2%	658	12,2%	651	12,4%	-173	-21,0%
Istarska	356	5,1%	321	4,9%	250	4,3%	221	4,1%	196	3,7%	-160	-44,9%
Dubrovačko-neretvanska	292	4,2%	269	4,1%	255	4,4%	231	4,3%	216	4,1%	-76	-26,0%
Međimurska	84	1,2%	73	1,1%	79	1,4%	79	1,5%	78	1,5%	-6	-7,1%
Grad Zagreb	851	12,2%	725	11,1%	609	10,5%	571	10,6%	570	10,9%	-281	-33,0%
RH ukupno:	6970	100,0%	6512	100,0%	5796	100,0%	5412	100,0%	5251	100,0%	-1719	-24,7%

Tablica 10. Prikaz broja učenika u trogodišnjim programima u sektoru po županijama

Izvor; e-matica, 2011., MZOŠ. Autorski izračun.

Niti jedna županija nije zabilježila rast ili održavanje broja upisanih učenika u trogodišnje programe sektora. Prosječan pad broja učenika upisanih u trogodišnje programe u Republici Hrvatskoj u promatranom razdoblju iznosio je 1.719 učenika ili 24,7%, dok u županijama bilježimo stopu pada od 7,1% (Međimurska županija) do 53,5% (Primorsko-goranska županija). Najveći pad broja upisanih učenika zabilježen je u Gradu Zagrebu. Ostala značajnija smanjenja broja upisanih učenika u trogodišnje programe sektora zabilježena su u Primorsko-goranskoj i Istarskoj županiji.

U tablici 11. prikazan je broj upisanih učenika u četverogodišnje programe sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije u prošlom petogodišnjem razdoblju, uz prikaz zastupljenosti broja učenika po županiji u odnosu na ukupan broj učenika četverogodišnjih programa iz sektora na razini čitave Republike Hrvatske.

Ukupno učenika u 4-godišnjim programima po županiji	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011		Promjena 2006-2011	Promjena %
		%		%		%		%		%		
Zagrebačka županija	1467	5,8%	1464	5,8%	1468	5,9%	1429	5,9%	1355	5,7%	-112	-7,6%
Krapinsko-zagorska	735	2,9%	782	3,1%	755	3,0%	733	3,0%	717	3,0%	-18	-2,4%
Sisačko-moslavačka	978	3,9%	1003	4,0%	1026	4,1%	1047	4,3%	994	4,2%	16	1,6%
Karlovačka	814	3,2%	815	3,2%	784	3,1%	747	3,1%	729	3,1%	-85	-10,4%
Varždinska	1000	3,9%	954	3,8%	912	3,7%	874	3,6%	819	3,4%	-181	-18,1%
Koprivničko-križevačka	609	2,4%	655	2,6%	635	2,5%	643	2,6%	623	2,6%	14	2,3%
Bjelovarsko-bilogorska	753	3,0%	740	2,9%	736	3,0%	744	3,1%	748	3,1%	-5	-0,7%
Primorsko-goranska	1387	5,5%	1388	5,5%	1356	5,4%	1311	5,4%	1276	5,4%	-111	-8,0%
Ličko-senjska	320	1,3%	316	1,3%	261	1,0%	254	1,0%	233	1,0%	-87	-27,2%
Virovitičko-podravska	598	2,4%	593	2,4%	617	2,5%	600	2,5%	605	2,5%	7	1,2%
Požeško-slavonska	446	1,8%	448	1,8%	468	1,9%	423	1,7%	387	1,6%	-59	-13,2%
Brodsko-posavska	573	2,3%	594	2,4%	624	2,5%	676	2,8%	684	2,9%	111	19,4%
Zadarska	1017	4,0%	1071	4,2%	1040	4,2%	997	4,1%	979	4,1%	-38	-3,7%
Osječko-baranjska	2791	11,0%	2696	10,7%	2640	10,6%	2501	10,3%	2489	10,4%	-302	-10,8%
Šibensko-kninska	741	2,9%	725	2,9%	691	2,8%	661	2,7%	632	2,7%	-109	-14,7%
Vukovarsko-srijemska	1500	5,9%	1410	5,6%	1393	5,6%	1396	5,7%	1398	5,9%	-102	-6,8%
Šplitsko-dalmatinska	2777	11,0%	2729	10,8%	2686	10,8%	2641	10,8%	2648	11,1%	-129	-4,6%
Istarska	1272	5,0%	1206	4,8%	1192	4,8%	1177	4,8%	1171	4,9%	-101	-7,9%
Dubrovačko-neretvanska	1007	4,0%	963	3,8%	997	4,0%	969	4,0%	952	4,0%	-55	-5,5%
Međimurska	712	2,8%	723	2,9%	707	2,8%	705	2,9%	687	2,9%	-25	-3,5%
Grad Zagreb	3829	15,1%	3927	15,6%	3954	15,9%	3847	15,8%	3722	15,6%	-107	-2,8%
RH ukupno:	25326	100,0%	25202	100,0%	24942	100,0%	24375	100,0%	23848	100,0%	-1478	-5,8%

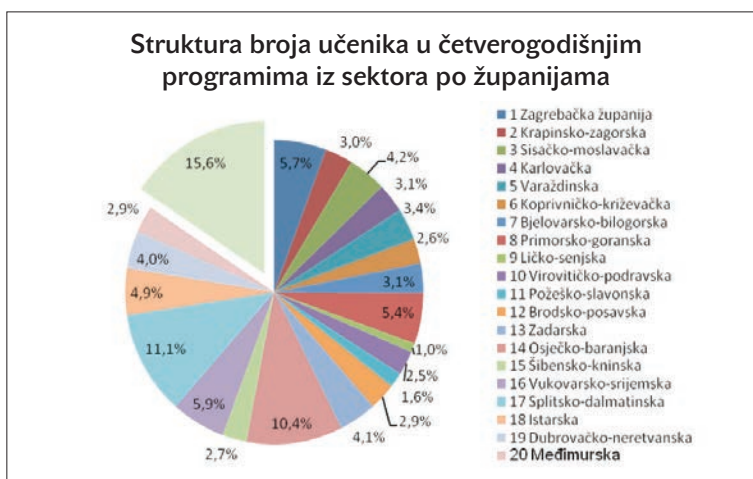
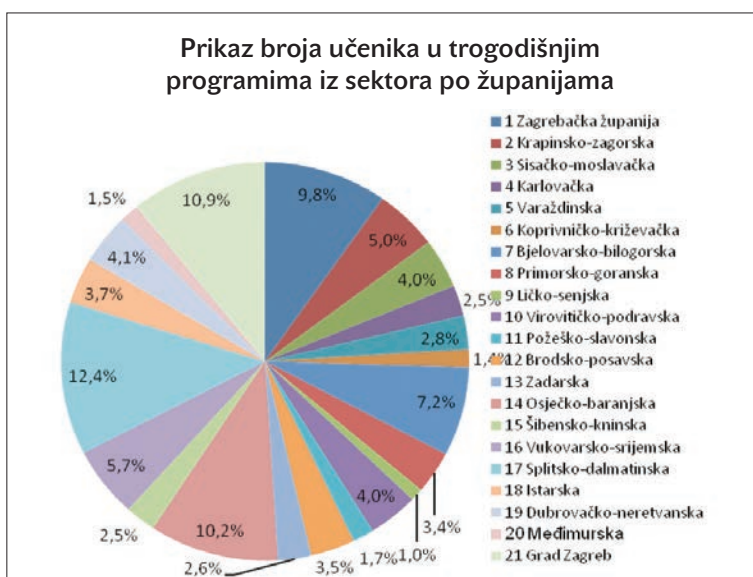
Tablica 11. Struktura broja učenika u četverogodišnjim programima iz sektora po županijama

Izvor; e-matica, 2011., MZOŠ. Autorski izračun.



Prosječan pad broja upisanih učenika u četverogodišnje programe u Republici Hrvatskoj u promatranom razdoblju iznosio je 1.478 učenika ili 5,8%, dok je po županijama vidljiva stopa pada od 0,7% (Bjelovarsko-bilogorska županija) do 27,2 (Ličko-senjska županija). Najveće smanjenje broja upisanih učenika u četverogodišnje programe zabilježeno je u Osječko-baranjskoj županiji (302 učenika manje). Ovi četverogodišnji strukovni programi ipak su bili popularni u Brodsko-posavskoj županiji koja bilježi porast od 111 upisanih učenika u promatranom razdoblju. Sisačko-moslavačka županija, Koprivničko-križevačka i Virovitičko-podravska županija održavaju broj upisanih učenika u četverogodišnjim sektorskim programima.

Slika 14. prikazuje grafički županijsku strukturu upisanih učenika u trogodišnje i četverogodišnje programe iz sektora u šk. godini 2010./2011.



Slika 14. Prikaz broja upisanih učenika iz sektora po županijama u šk.god. 2010./2011.

Kod strukture učenika upisanih u trogodišnje programe iz sektora ekonomija, trgovine i poslovne administracije po županijama, vidljivo je da je više od 10% od ukupno upisanih učenika u trogodišnje

programe upisano u Splitsko-dalmatinskoj županiji (12,9%), Gradu Zagrebu (10,9%) i Osječko-baranjskoj županiji (10,2%). Ove podatke o popularnosti trogodišnjih programa po navedenim županijama možemo povezati s koncentracijom najvećeg broja pravnih osoba iz djelatnosti trgovine koje učenicima sa završenim trogodišnjim programima nude mogućnosti zapošljavanja u najučestalijim sektorskim zanimanjima.

Primijećeno je da je broj učenika upisanih u četverogodišnje programe sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije također najveći u Gradu Zagrebu (15,6%), Splitsko-dalmatinskoj županiji (11,1%) i Osječko-baranjskoj županiji (10,4%). Očekivalo bi se da je broj upisanih učenika posljedica potreba tržišta rada, ali kada se on uspoređi sa strukturom radnih mjesta na kojima se preko Hrvatskog zavoda za zapošljavanje zapošljavaju učenici sa završenim sektorskim četverogodišnjim programima, tada se definitivno otvara prostor i potreba za detaljnijom analizom ovih četverogodišnjih kvalifikacija.

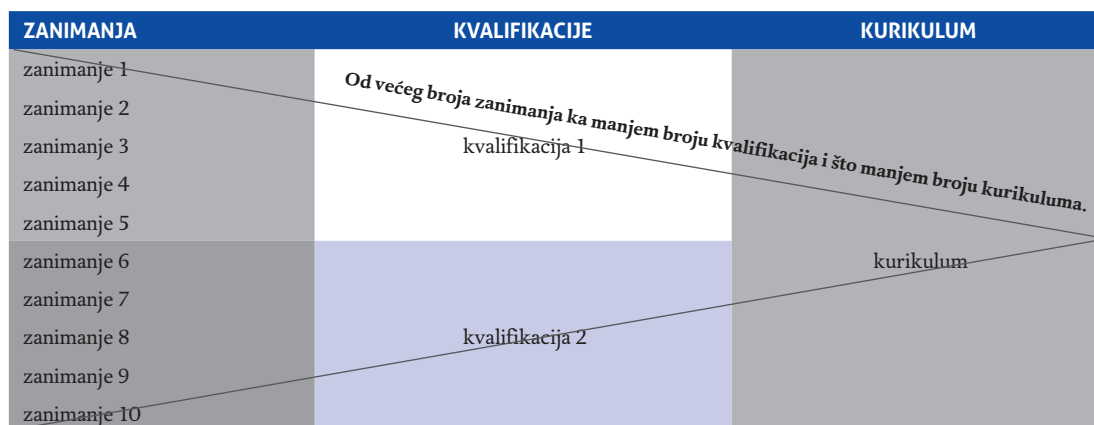
### 3.5. Kvalitativna analiza obrazovnih programa

Prije nego se pređe na kvalitativnu analizu obrazovne ponude u određenom obrazovnom sektoru potrebno je naglasiti neka njena osnovna polazišta koja općenito vrijede za sve obrazovne sektore.

Budući da se ne možemo osloniti samo na kvantitativnu analizu obrazovne ponude, izuzetno je važno napraviti i kvalitativnu analizu koja se zasniva na analizi upisanih podataka. Rijetke su ustanove za strukovno obrazovanje koje provode istraživanja tržišta rada i na njima temelje odluke o upisnim kvotama. To se pokazalo i kroz samovrjednovanje škola (1 od 24 ustanove za strukovno obrazovanje donosila je odluke na osnovi stvarnih i relevantnih podataka te predviđala kretanja na tržištu rada, a time i odgovarajuće upisne kvote i potrebne edukacije nastavnika, za 10 godina unaprijed).

S obzirom na slabo ili gotovo nikakvo ažuriranje obrazovnih programa od 1996. godine, i po sadržaju i po svim drugim promjenama koje bi zahtijevao prelazak s plana i programa na kurikulum, sada je potrebno napraviti temeljitu analizu onoga što želimo postići i to istaknuti kao prioritete. Svakako je važno analizirati i trenutačnu situaciju, ali samo u cilju osvještavanja polazišta i nerazmjera ponude i potražnje na obrazovnom tržištu. S obzirom da kurikulum zahtijeva promjenu paradigme, odnosno prijelaz s izvođenja propisanog sadržaja na postignuća polaznika i s poučavanja na učenje, neophodna je edukacija svih onih koji trebaju primijeniti te nove postavke u obrazovanju.

Rezultatima provedene analize potreba na tržištu rada, zanimanjima i dobivenim skupinama potrebnih kompetencija (unutar matrice kompetencija), trebalo bi pridružiti kvalifikacije s ishodima učenja koji su najbliži iskazanim potrebama na tržištu rada, ali tako da se grupira sve što je moguće te da sva zanimanja budu obuhvaćena minimalnim brojem kvalifikacija koje se razlikuju u manjem postotku specifičnih jedinica. Radi nužne racionalizacije i povećanja kvalitete i učinkovitosti, što je moguće više standarda kvalifikacija trebalo bi biti pokriveno najmanjim mogućim brojem kurikuluma utemeljenih na modularnom pristupu (kako prikazuje sljedeća slika).



Slika 15. Shematski prikaz metodologije razvoja strukovnih kurikuluma

Prije razvoja standarda kvalifikacija i kurikuluma, neophodno je odlučiti što su temeljni moduli i jedinice i razviti ih za potrebe svih budućih kvalifikacija u matičnom, ali i u drugim sektorima, kako se ne bi pojavilo više jedinica i modula istih naziva, a različitih ishoda učenja i načina njihovog stjecanja. U svim razmatranjima, analizama i donošenju zaključaka, kao i pri određivanju temeljnih jedinica i modula, ključnu ulogu ima broj polaznika koji trebaju određenu jedinicu ili modul.

Hrvatski obrazovni sustav pred sobom ima i dodatne zahtjeve, a to su jačanje samopouzdanja i samopoštovanja učenika, njihovo osvješćivanje vlastitih snaga i slabosti te izgradnja odgovornosti. Rezultati anketiranja poslodavaca u svim sektorima pokazali su da su svih 10 najpoželjnijih kompetencija ključne kompetencije, tj. generičke ili prenosive, poput timskog rada, stranog jezika u struci, učenja-kako učiti, proaktivnosti i brige za vlastitu karijeru, točnosti, samostalnosti i odgovornosti.

Provedene ankete za poslodavce u podsektoru trgovine pokazale su kako su najvažnije očekivane kompetencije od budućih radnika upravo poslovna komunikacija, psihologija prodaje, informatička pismenost, organizacija rada, poduzetništvo, prezentacija i prodaja, strani jezik, zaštita na radu, učenje, logika i pregovaranje (od ukupno 30 najvažnijih kompetencija 11 je generičkih).

To nas dovodi do još jednog ključnog problema, a to je definiranje kurikuluma za općeobrazovne sadržaje u strukovnim školama koji bi trebali biti usklađeni s kurikulumima u sektoru, ali i s mogućnostima ustanove za strukovno obrazovanje te potrebama lokalne zajednice. Općeobrazovni predmeti ne bi trebali biti izolirani, nepromjenjivi i neprilagodljivi niti jednaki u svakom sektoru i svakoj školi. Dosad definiranih 15 % autonomije ustanova za strukovno obrazovanje po Zakonu o strukovnom obrazovanju bi možda bilo dobro primijeniti i na općeobrazovne kurikulume.

U okviru postojećih zakonskih rješenja kao najbolje trenutačno moguće rješenje razvoja sustava vidi se „bottom-up approach“, tj. pristup odozdo prema gore. Taj pristup podrazumijeva intervenciju unutar postojećeg sustava koja je u granicama svih postavljenih zakona, ali ipak stvara novu vrijednost. To dolazi iz prakse i fleksibilnosti, tj. prilagodbe novim uvjetima unutar podsektora, ali i zahtjevima modernog načina učenja i usvajanja svih potrebnih kompetencija.

Trenutačna situacija u podsektoru trgovine sa stajališta strukovnog obrazovanja slična je kao i u svim drugim obrazovnim sektorima i podsektorima; većina programa je zastarjela.

Trgovina je podsektor koji se brzo širi, na što upućuju podatci o prometu od 1,352 milijardi eura ukupne dodane vrijednosti ili 11,8% BDP-a Europske Unije u 2006. godini te o rastu sektora (3%) koji je premašio opći rast BDP-a (2,3%), posebno u novim zemljama članicama (5,4%). U navedenom pod-

sektoru nalazi se 6,2 milijuna poduzeća s ukupno 33,3, milijuna radnih mjesta, što predstavlja 15,5% ukupne zaposlenosti u Europskoj Uniji. Podsektor trgovine razvija se u smjeru e-trgovine (virtualne trgovine) i non-stop trgovine, s još uvijek snažnim trgovačkim centrima, što uz potrebne kompetencije koje su iznijeli poslodavci predstavlja smjernice za razvoj potrebnog obrazovanja za ovaj podsektor.

Kao i u svim drugim obrazovnim sektorima, potrebno je odrediti što je temeljno znanje za ovo područje koje uglavnom treba biti jednako za sve kvalifikacije istog trajanja. Kako bi se stvarale različite kvalifikacije, potrebno je osigurati različite strukovne sadržaje koji se mogu kombinirati na različite načine, i to prvenstveno u zadnjim dvjema godinama obrazovanja (3. i 4. razred)

Dodatak 12. sadrži tabelarni izračun preklapanja kvalifikacija. Dolazi se do jednog od mogućih zaključaka, a to je da se s dva kurikuluma za standarde kvalifikacija prodavač i komercijalist mogu pokriti četiri dosadašnja programa skladištar, prodavač, prodavač JMO i komercijalist.

U podsektoru trgovine poslodavci su na temelju analize postojećih radnih mjesta identificirali četiri skupine podsektorskih zanimanja, među kojima je na temelju potrebnih kompetencija moguće prepoznati dvije temeljne skupine za koje je moguće izraditi odvojene standarde kvalifikacije unutar podsektora (prodavač i komercijalist). Treće dominantno zanimanje, skladištar, u pogledu potrebnih kompetencija neznatno odstupa od zanimanja prodavač. Nadalje, u podsektoru postoje i određena zanimanja koja su važna za obavljanje djelatnosti trgovine, ali većina njihovih kompetencija dolazi iz drugih sektora (npr. vozač teretnog vozila, mehaničar, mesar) pa će tijekom izradbe tih standarda kvalifikacija biti nužno surađivati sa sektorima u kojima se nalaze navedeni obrazovni programi. Nova metodologija kojom se izrađuju standardi zanimanja, standardi kvalifikacije i kurikulumi s jedinicama ishoda učenja koje se mogu kombinirati, omogućuje interdisciplinarni pristup i stvaranje potrebnih kombinacija jedinica iz na prvi pogled potpuno raznorodnih obrazovnih sektora. Na taj način je moguće npr. kombinirati jedinice ishoda učenja iz kvalifikacije prodavača i iz kvalifikacije tehničara za računalstvo, čime na tržištu radne snage možemo osigurati prodavača računalne opreme. Na sličan način moguće su i sve druge kombinacije po potrebi.

Nova tablica kvalifikacija u podsektoru trgovine mogla bi izgledati ovako:

Naziv programa	Trajanje	Naziv kvalifikacije	Trajanje
Prodavač JMO	3	Prodavač	3
Prodavač Skladištar	3		
Komercijalist	4	Komercijalist	4

Slika 16. Moguća struktura obrazovnih programa u podsektoru

### OBRAZOVNI PROGRAMI ZA SPECIFIČNE CILJANE SKUPINE

Pri definiranju obrazovnih programa iz područja trgovine, posebice e-trgovine, potrebno je osvrnuti se na potrebe osoba s invaliditetom, kako onih školske dobi, tako i odraslih. Naime, korištenje računala i vrlo raširena primjena u cijelom gospodarstvu, kao i jednostavnost stjecanje znanja u tom području, upućuju na mogućnost izradbe specijaliziranih programa za osobe koje zbog različitih razloga nisu sposobne ući u redovne oblike obrazovanja. Činjenica da u podsektoru trgovine poslodavci iskazuju potrebu za razvojem znanja na razini trogodišnjih programa pridonosi promišljanjima o obrazovnim programima za specifične ciljne skupine.

Na ovaj način profil podsektora trgovine otvara vrata definiranju kraćih programa obrazovanja za osobe s posebnim potrebama kako bi one, unatoč poteškoćama, u jednom segmentu tržišta rada mogle konkurirati osobama bez sličnih ograničenja. U načelu svaki bi obrazovni sektor u strategijama razvoja znanja morao misliti i na skupine u nepovoljnom položaju kako bi i one sudjelovale u obrazovnom i radnom procesu na način primjeren njihovim mogućnostima.

### 3.6. Nezaposlenost i dinamika nalaženja posla nakon obrazovanja

Za razumijevanje trenutačne uloge i potencijala strukovnog obrazovanja važno je utvrditi uobičajene ishode nakon završenog programa.

Tablica 13. prikazuje broj učenika koji su upisali posljednji razred u školskoj godini koja završava navedenom godinom (od 2006./2007. do 2009./2010.). Ovaj broj ukazuje na najveći potencijalni broj osoba koje u danoj godini mogu ući na tržište rada ili u visoko obrazovanje sa svjedodžbama iz ovoga obrazovnog sektora.

	2007.	2008.	2009.	2010.
Završili redovno srednje obrazovanje iz podsektora (upisali posljednji razred)				
Prodavač (klasični i JMO)	2357	2267	1999	1792
Komercijalist	1010	1097	979	1025
<b>Ukupno</b>	<b>3367</b>	<b>3364</b>	<b>2978</b>	<b>2817</b>
Evidentirali se pri HZZ sa srednjim obrazovanjem iz sektora (osobe mlađe od 20 godina)				
Prodavač (klasični i JMO)	1244	1302	1469	1445
Komercijalist	628	637	690	589
<b>Ukupno</b>	<b>3437</b>	<b>3401</b>	<b>3756</b>	<b>3473</b>
Udjel učenika sektora koji se je nakon škole prijavio u HZZ				
Prodavač (klasični i JMO)	53%	57%	73%	81%
Komercijalist	62%	58%	70%	57%
<b>Ukupno</b>	<b>58%</b>	<b>58%</b>	<b>72%</b>	<b>69%</b>

**Tablica 12. Broj osoba koje završavaju srednje obrazovanje i prijavljuju se u HZZ**

Napomena: U Bazi HZZ-a nije bilo moguće razdvojiti klasični i JMO profil prodavača, tako da su ovdje objedinjeni.

Izvori: E-matica i Baza podataka HZZ-a. Autorski izračun.

## PRIJAVA NA HZZ

Ukoliko se nakon svjedodžbe stečene redovnim školovanjem u sustavu strukovnog obrazovanja mlada osoba odluči uputiti na tržište rada, jedna od očitih polaznih točaka je evidencija pri Hrvatskom zavodu za zapošljavanje. Temeljem podataka HZZ-a može se procijeniti da se u vrijeme konjunktura oko 58% generacije izravno<sup>20</sup> prijavljivalo u evidenciju HZZ-a sa svjedodžbama stečenim u obrazovnom podsektoru trgovine, dok se taj udio u razdoblju gospodarske krize povećao na oko 69%.

Od dva podsektorska programa koje pohađa značajniji broj polaznika, program prodavač traje tri godine. Oni se znatno češće prijavljuju na HZZ od maturanata četverogodišnjih programa. Prije krize to je bilo oko polovine generacije (53%), a do 2010. udio je narastao na četiri petine, s obzirom da je traganje za poslom postalo značajno teže i dugotrajnije.

Kod obrazovnog programa komercijalist vidljive su značajne razlike u učestalosti prijave na HZZ, gdje se komercijalisti razmjerno često prijavljuju na HZZ, što je moguće povezati s nižom sklonošću za nastavak školovanja mladih koji su završili ovaj program. Ukupno je došlo do smanjenja broja prijave na HZZ mladih koji su završili ovaj četverogodišnji program tijekom krize, s obzirom da se u okolnostima nepovoljnog tržišta rada i mogućnosti nastavka školovanja mnogi odlučuju upisati na odgovarajuće programe visokog obrazovanja.

## DINAMIKA NALAŽENJA POSLA

Dinamika nalaženja posla za osobe bez radnog iskustva s obzirom na završeno obrazovanje jedan je od pokazatelja koje HZZ redovito objavljuje. Ovdje su prikazani podatci dobiveni temeljem istih izvora, ali nešto drugačijom metodologijom. Tablica 13. usporedno prikazuje udio mladih iz svih zastupljenih programa obrazovnog podsektora trgovine, koji su unutar pola godine, godinu dana ili tri godine od prijave pronašli posao.

Ishodi za podsektor trgovine jednako su povoljni kao i za druge strukovne sektore, uz jednaku vjerojatnost nalaženja posla unutar šest, dvanaest i trideset šest mjeseci od prve prijave na HZZ.

Iz Tablice 13. vidljiva je nešto slabija zapošljivost mladih koji su završili četverogodišnje programe od mladih sa završenim trogodišnjim programima. Među njima ih je oko 28% prvi posao pronašlo unutar šest mjeseci, 46% unutar godinu dana, a nešto više od dvije trećine unutar tri godine.

Mladi koji su završili obrazovanje za trgovačka zanimanja u pravilu nešto lakše nalaze posao, ne odstupajući pritom od prosjeka drugih trogodišnjih strukovnih programa. U promatranom razdoblju u prosjeku ih je trećina našla posao unutar šest mjeseci, polovica unutar godine dana, a tri četvrtine unutar tri godine od prijave na HZZ.

<sup>20</sup> Promatraju se samo osobe koje su se prijavile u dobi do 20 godina, kako sliku ishoda ne bi pomutile osobe koje su prethodno zaposlenošću ili pohađanjem visokog obrazovanja stekle značajnu količinu ljudskog kapitala.



Godina prve prijave na HZZ:	Broj prijava 2006.-2010.	Našli prvi posao unutar 6 mjeseci	Našli prvi posao unutar godine dana	Našli prvi posao unutar tri godine
Komercijalist	3.342	28%	46%	69%
Prodavač (klasični i JMO)	7.203	32%	51%	73%
Ukupno podsektor Trgovine		30%	49%	71%
Ukupno svi strukovni		31%	49%	71%

**Tablica 13. Dinamika nalaženja zaposlenja po godinama prijave na HZZ. Udjel nezaposlenih koji je pronašao posao unutar 6, 12 i 36 mjeseci**

Napomene: Združeni podatci za razdoblje 1.1.2006.-1.7.2011. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Ne uključuje poslove pronađene dok osobe nisu bile prijavljene na HZZ. Prikazani su samo programi iz kojih se je u zadanom razdoblju na HZZ prijavilo više od 50 osoba.

Izvor: Registar HZZ-a. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Ne uključuje poslove pronađene dok osobe nisu bile prijavljene na HZZ-u. Autorski izračun.

Tablica 13. združeno promatra ishode u doba konjunktura i krize. Nedavne promjene u dinamici podsektorskog tržišta rada i eventualni učinak krize na pojedine programe moguće je utvrditi usporedbom vjerojatnosti nalaženja posla s obzirom na godinu prve prijave na HZZ, što je prikazano u tablici 14.

Godina prve prijave na HZZ:	2006.	2007.	2008.	2009.	2010.	2006.-2010.
Komercijalist	46%	54%	47%	38%	38%	46%
Prodavač (klasični i JMO)	56%	60%	52%	40%	44%	51%
Ukupno podsektor Trgovine	51%	57%	50%	39%	41%	49%
Ukupno svi strukovni	51%	57%	51%	39%	40%	49%

**Tablica 14. Mogućnost nalaženja zaposlenja nakon prve prijave na HZZ, prema godini ulaska na tržište rada. Udjel mladih sa svjedodžbom pojedinog programa koji je pronašao posao unutar godinu dana, 2006.-2010.**

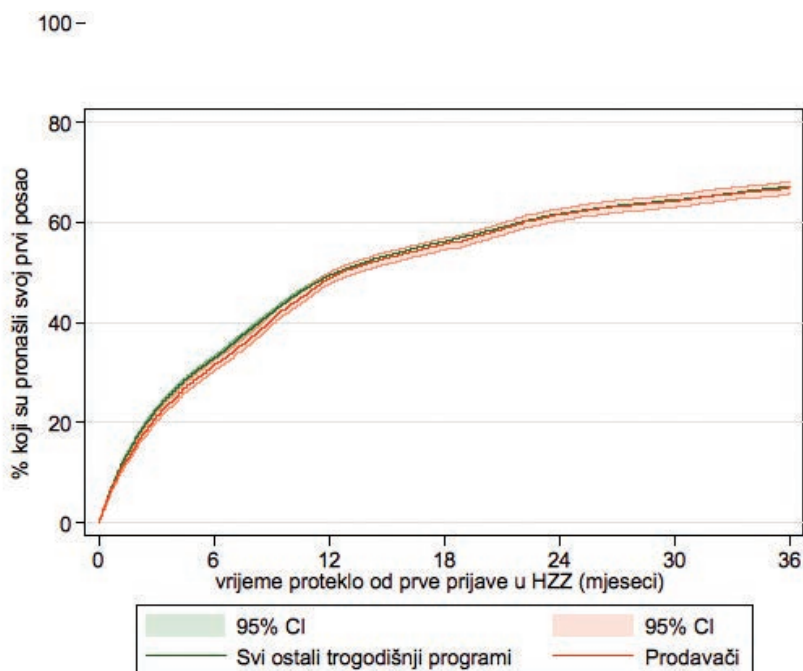
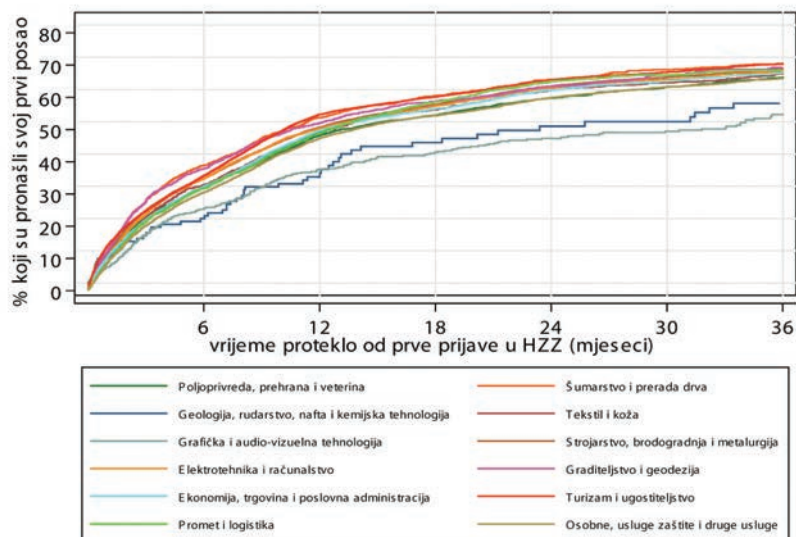
Napomene: Združeni podatci za razdoblje 1.1.2006.-1.7.2011. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Ne uključuje poslove pronađene dok osobe nisu bile prijavljene na HZZ-u. Radi pouzdanosti vrijednosti za pojedine godine, prikazani su samo programi iz kojih se je u zadanom razdoblju na HZZ prijavilo ukupno više od 300 osoba.

Izvor: Registar HZZ-a. Autorski izračun.

Koliko se razlikuje stopa zapošljavanja unutar godinu dana u različitim godinama za iste programe? Vidljivo je da je u svim programima mogućnost zapošljavanja unutar godine dana smanjena već za osobe koje su na tržište rada ušle u 2008. godini, eskalirala u 2009. godini, dok je u 2010. vidljiva stabilizacija i određeni oporavak. U usporedbi s drugim obrazovnim sektorima, krizni pad u podsektoru trgovine bio je izraženiji u 2008. i 2009. godini, ali za osobe koje su ušle na tržište rada 2010. godine ishodi ne odstupaju od prosjeka. Iako su obrasci u oba programa slični, kriza je najizrazitije pogodila prodavače, koji pokazuju i najveći oporavak u 2010. godini.

Konačno, slika 17. prikazuje kretanje udjela osoba koje su pronašle prvi posao kroz prve tri godine od prijave na HZZ, prema obrazovnim sektorima za trogodišnje programe u razdoblju od 1.1.2006. do 1.7.2011. godine.





**Slika 17. Dinamika nalaženja prvog posla osoba prvi puta evidentiranih pri HZZ-u prema obrazovnim sektorima i za trogodišnje programe Prodavač i Prodavač JMO, 2006.-2010.**

Napomena: Crvena linija i osjenčanje prikazuju ishode za navedeni sektor, a zeleni za sve ostale mlade.

Izvor: Registar HZZ-a. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Združeno je promatrano razdoblje od 2006. do 2010. godine. Autorski izračun.

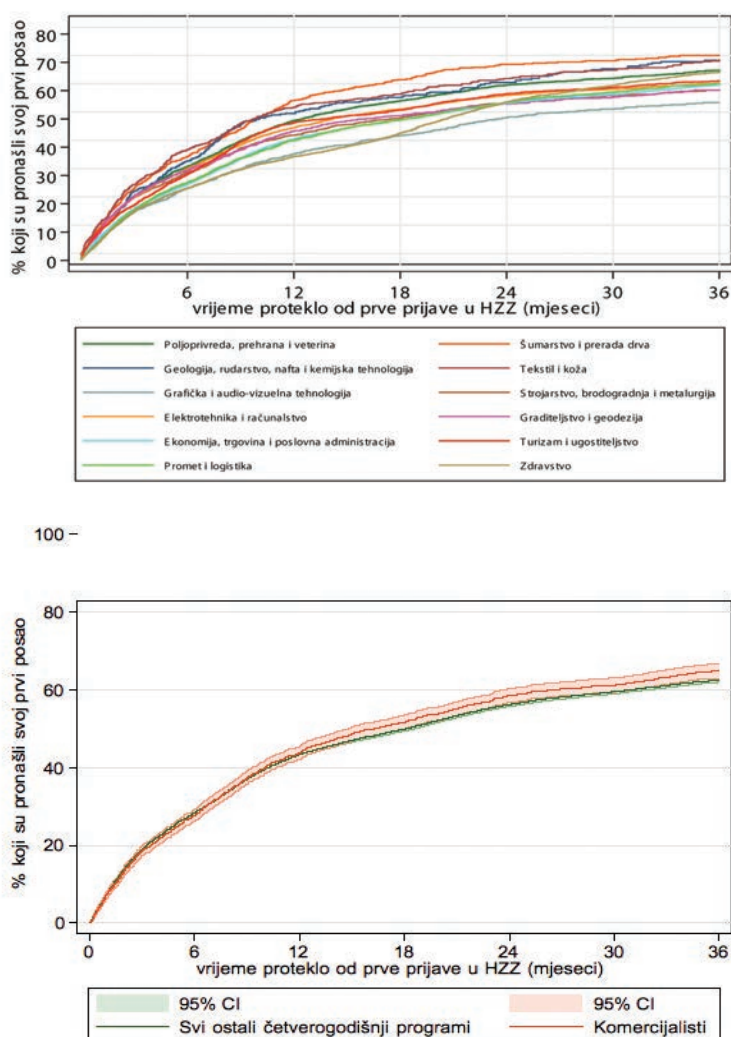
Zapošljavanje mladih osoba sa završenim trogodišnjim strukovnim programima prodavač i prodavač JMO u prvih je 12 mjeseci po prijavi na HZZ neznatno slabije od prosječne stope zapošljavanja mladih sa završenim ostalim trogodišnjim strukovnim obrazovnim programima. Nakon 18 mjeseci stopa njihovog zapošljavanja stapa se s prosjekom.

	Broj prijava na HZZ	Broj upisanih u posljednji razred	% prijava na HZZ	Pronašli posao unutar 12 mjeseci	Zaposlenih u jednostavnim zanimanjima	Zanimanje odgovara sektorskom profile
Prodavač i Prodavač JMO	5479	8442	65%	51%	22%	59%
Ukupno	37345	55929	67%	52%	27%	49%

Tablica 15. Ishodi trogodišnji programi sektora – PRODAVAČ I PRODAVAČ JMO, 2006.-2010.

Napomene: Združeni podatci za razdoblje 1.1.2006.-1.7.2011. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Ne uključuje poslove pronađene dok osobe nisu bile prijavljene na HZZ-u. Radi pouzdanosti vrijednosti za pojedine godine, prikazani su samo programi iz kojih se je u zadanom razdoblju na HZZ prijavilo ukupno više od 300 osoba.

Izvor: Registar HZZ-a. Autorski izračun.



Slika 18. Dinamika nalaženja prvog posla osoba prvi puta evidentiranih pri HZZ-u prema obrazovnim sektorima i za četverogodišnji program Komercijalist, 2006.-2010.

Napomena: Crvena linija i osjenčanje prikazuju ishode za navedeni sektor, a zeleni za sve ostale mlade.

Izvor: Registar HZZ-a. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Združeno je promatrano razdoblje od 2006. do 2010. godine. Autorski izračun.

Zapošljavanje mladih osoba sa završenim četverogodišnjim strukovnim obrazovnim programom komercijalist se ne razlikuje od prosjeka ostalih četverogodišnjih strukovnih obrazovnih programa u prvih godinu dana po prijavi na HZZ. Nakon 18 mjeseci njihova zapošljivost ipak se neznatno poboljšava.

Na temelju podataka iz tablice 16. može se donijeti opći zaključak da se 78% mladih sa završenim četverogodišnjim programom iz sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije upisalo u visokoobrazovne programe u 2009. godini. Od ukupnog broja mladih koji su se prijavili na HZZ, njih 44% počelo je raditi unutar prve godine od prijave. Više od polovice (54%) mladih sa završenim četverogodišnjim programom iz sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije pronašlo je prvi posao u zanimanju koje odgovara sektorskom profilu, sljedećih 20% bilo je previsoko kvalificirano za prvi posao koji obavljaju u jednostavnim zanimanjima, dok se za 6% mladih prvi posao nalazio u zanimanjima inženjera i tehničara.

	Broj prijava na HZZ	Broj upisanih u posljednji razred	Iste godine upisali studij (2009.)	Pronašli posao unutar 12 mjeseci	Zaposlenih u zanimanjima inženjera i tehničara	Zaposlenih u jednostavnim zanimanjima	Zanimanje odgovara sektorskom profile
Ekonomija, trgovina i poslovna administracija	8588	24717	78%	44%	6%	20%	54%
Ukupno	32599	81684	65%	45%	21%	22%	43%

**Tablica 16. Ishodi četverogodišnji programi sektora, 2006.-2010.**

Napomene: Združeni podatci za razdoblje 1.1.2006.-1.7.2011. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Ne uključuje poslove pronađene dok osobe nisu bile prijavljene na HZZ-u. Radi pouzdanosti vrijednosti za pojedine godine, prikazani su samo programi iz kojih se je u zadanom razdoblju na HZZ prijavilo ukupno više od 300 osoba.

Izvor: Registar HZZ-a. Autorski izračun.

Sve su prikazane razlike relativno male i ne ukazuju na suficitarnost ili deficitarnost određenih zanimanja. Također, prikazane brojke odnose se samo na mlade koji su se prijavili na HZZ nakon završenoga srednjeg obrazovanja te predstavljaju niži okvir procjene. Za one koji su ušli na tržište rada bez prijave na HZZ (a takvih je u trogodišnjim programima bilo 40% prije krize te 20% tijekom krize) razložno je očekivati da su većinom do posla došli značajno brže ili izravno iz škole, tako da je dinamika nalaženja posla za čitavu generaciju zacijelo nešto bolja<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Kad bi se ispostavilo da svi koji se nisu javili na HZZ pronašli posao unutar godine dana, vrijednosti u tablicama 15 i 16 i slikama 15 i 16 bile bi za 20-30% veće, što bi predstavljalo maksimalnu procjenu zapošljivosti. No to prema spoznajama drugih studija početka karijere u Hrvatskoj vjerojatno nije slučaj.

### 3.7. Prijelaz u visoko obrazovanje<sup>22</sup>

Broj osoba iz nekog strukovnog područja koje su neposredno nakon srednjeg obrazovanja upisale visoko obrazovanje može se identificirati kroz podatke DZS-a, koji se prikupljaju od novoupisanih studenata. Tako je u akademskoj godini 2009./2010., istoj godini kada su završili i srednje obrazovanje, studij upisalo 4926 mladih koji su prethodno završili programe iz obrazovnog sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije. Podatci DZS-a pokazuju kako je u 2009. godini četverogodišnje programe iz tog sektora završilo 6319 mladih<sup>23</sup>. To znači kako je izrazito visokih 78% od ukupne generacije odmah nastavljalo školovanje, odnosno da je izravan ulaz na tržište rada vrlo rijedak. Podatak da se 2009. godine ipak 36% generacije četverogodišnjih programa prijavilo na HZZ može se dijelom objasniti mladima koji odustanu od studija do dvadesete godine, ali i razmjerno čestim statusom izvanrednog studenta u području ekonomije, gdje se kombinira radna aktivnost i studentski status.

	Prirodne	Tehničke	Medicinske	Biotehničke	Društvene i humanističke	Ukupno
Sveučilišni	21	133	3	49	2436	2695
Stručni		127	4	29	2121	2231
Ukupno	21	260	7	78	4557	4926

Tablica 17. Broj bivših učenika obrazovnog sektora broj 9. Ekonomije, trgovine i poslovne administracije koji su a.g. 2009./2010. neposredno nakon završenog srednjeg obrazovanja upisali studij, prema tipu i smjeru studija.

Izvor: DZS. Autorski izračun.

Nešto veći broji ovih učenika upisao je sveučilišni od stručnog studija, a većina upisa ostvarena je studijima društvenih ili humanističkih znanosti (4557 ili 93% studenata). Ovo može predstavljati povoljan ishod, ali potreban je uvid u precizniju raspodjelu prema NSKO obrazovnim skupinama kako bi se udio odgovarajućih tranzicija u studije iz skupine poslovanja i administracije.

### 3.8. Analiza odredišnih zanimanja

Kroz podatke HZZ-a moguće je utvrditi ne samo dinamiku nalaženja posla, već i detaljna odredišna zanimanja osoba koje su pronašle posao, bez obzira jesu li taj posao pronašle posredovanjem HZZ-a ili ne. Tablica 19. prikazuje odredišna zanimanja prema glavnim NKZ rodovima zanimanja (i vrstama zanimanja unutar relevantnih rodova), učestalost zapošljavanja u prejednostavnim ili presloženim zanimanjima te udio osoba koje su pronašle svoj prvi posao u zanimanju koje odgovara popisu zadanom sektorskim profilom.

Među osobama koje su završili školovanje za prodavača i pronašle posao, 55% ih se zaposlilo u trgovačkim zanimanjima, a dodatnih 9% u jednostavnim prodajnim i uslužnim zanimanjima. No, supstantivna se manjina zaposlila i u uslužnim zanimanjima te jednostavnim proizvodnim, transportnim, građevinskim i srodnim zanimanjima koja ne odgovaraju završenom obrazovanju.

<sup>22</sup> Prikupljeni podatci i analize odnose se na učenike svih programa obrazovnog sektora broj 9. Ekonomija, trgovina i poslovna administracija

<sup>23</sup> Tabelačno je prikazan broj učenika upisanih u završni razred početkom školske godine temeljem E-matice, a priloženi je broj nastao kroz izvještaje škola temeljem broja mladih koji su završili posljednji razred.

Kada je u pitanju četverogodišnji program komercijalist, strukture zanimanja kojima on vodi prilično su slične. Izravan pristup poslovima menadžera, stručnjaka i znanstvenika ne postoji, a mogućnosti zapošljavanja u zanimanjima koja pripadaju rodu poslovno- organizacijskih i srodnih stručnjaka (što složenosti nominalno odgovara ovoj kvalifikaciji) vrlo su ograničene. Zapošljavanje u složenijim proizvodnim zanimanjima (NKZ 7 i 8) vrlo je rijetko, ali za 16% maturanata prvi posao bio je u vrsti uslužnih zanimanja (najčešće kao konobari).

Glavne je razlike između programa moguće identificirati u dvjema vrstama zanimanja u kojima mladi sa svjedodžbama četverogodišnjih srednjih škola iz ovog sektora najčešće nalaze posao. S jedne strane, to su poslovi uredskih službenika, koji predstavljaju razmjerno rijedak ishod za komercijalista, ali češći za mlade iz drugih četverogodišnjih srednjih škola, poput ekonomista, upravnog referenta te posebno poslovnog tajnika. S druge strane, postoji učestalo zapošljavanje u trgovačkim zanimanjima (pretežito prodavača), koja su određena za 37% komercijalista te za 26-28% ostalih. Konačno, oko petine komercijalista, ali i ekonomista i upravnih referenata, prvi posao nalaze u nekom od jednostavnih zanimanja (koja su u trećini slučajeva vezana uz trgovinu), dok su takva zanimanja rjeđi ishod za poslovne tajnike.

MZOšprog	Prodavač	Komercijalist	Ekonomist	Upravni referent	Poslovni tajnik
1 - Menadžeri, čelnici i dužnosnici	0%	0%	0%	0%	0%
2 - Stručnjaci i znanstvenici	0%	0%	0%	0%	1%
3 - Inženjeri i tehničari	1%	8%	6%	3%	5%
34 - Poslovnoorganizacijski i srodni stručnjaci	1%	7%	5%	2%	4%
41 - Uredski službenici	2%	9%	20%	23%	27%
42 - Šalterski službenici	1%	4%	5%	4%	5%
51 - Uslužna zanimanja	14%	16%	16%	16%	17%
52 - Trgovačka zanimanja	55%	37%	26%	26%	28%
6 - Poljoprivredni, lovno-uzgojni, šumski radnici i ribari	0%	0%	0%	0%	1%
7 - Zanimanja u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji	2%	4%	3%	4%	0%
8 - Rukovatelji strojevima, vozilima i sastavljači proizvoda	2%	3%	3%	3%	1%
9 - Jednostavna zanimanja	22%	19%	20%	20%	15%
91 - Jednostavna prodajna i uslužna zanimanja	9%	7%	7%	7%	5%
Ukupno broj koji je pronašao prvi posao 2006.-1.7.2011.	4485	2021	3356	628	424
Previsoke kvalifikacije za zanimanje (%)	22%	19%	20%	20%	15%
Preniske kvalifikacije za zanimanje (%)	1%	0%	0%	0%	1%
Poslova u zanimanju koje odgovara sektorskom profilu	59%	54%	54%	52%	60%

**Tablica 18. Zanimanja u kojima su se zaposlili mladi sa svjedodžbom strukovnih programa iz sektora.**

Napomene: postotci se odnose na osobe koje su pronašle posao u promatranom razdoblju. Suma postotaka u svim prikazanim podjeljanim rodovima zanimanja čini približno 100% (nisu uključena vojna i menadžerska zanimanja obzirom na nisku pojavu zapošljavanja u njima). Manjim fontom, nepodebljanim slovima i uvučenim nazivom prikazana je učestalost zapošljavanja u specifičnim vrstama zanimanja srodnima obrazovnom programu.

Izvor: Registar HZZ-a. Prvi pronađeni posao. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Združeno je promatrano razdoblje od 2006. do 2010. godine. Autorski izračun.

Zapošljavanje u zanimanju koje traži višu razinu obrazovanja izuzetno je rijetka pojava u ovom sektoru, dok rad u zanimanjima koje ne traže strukovno obrazovanje, iako prisutan, također nije posebno učestao u usporedbi s drugim obrazovnim sektorima. Također, između 54-59% zaposlenih osoba iz podsektora trgovine našlo je posao vezan uz obrazovni podsektor u kojem su se školovali, što je izrazito visok udio, iako je pristup zanimanjima poslovno-organizacijskih stručnjaka vrlo ograničen.

U završnim prikazima, za svaki obrazovni program iz kojega je između 1.1.2006. i 1.7.2011. zaposleno barem 30 osoba iz promatranog skupa, identificirana su i prikazana sva određena zanimanja.

Za svaki su obrazovni program padajućim slijedom prikazana najučestalija zanimanja u kojima su se te osobe zapošljavale. Uz svako zanimanje prikazane su i tri brojke: (A) apsolutni broj osoba iz pro-

matrane populacije koje su se po prvi puta zaposlile u dotičnom zanimanju u promatranom razdoblju, a da su pritom bile pri evidenciji HZZ-a; (B) relativni udio (zastupljenost) tog zanimanja u ukupnom zapošljavanju iz dotičnog obrazovnog programa; (C) udio koji mladi sa završenim dotičnim programom čine među svim mladima sa srednjim obrazovanjem (i bez radnog iskustva) zaposlenima u tom zanimanju.

	(A) Zaposlenih u zanimanju	(B) % od svih zaposlenih iz programa	(C) % od svih mladih bez radnog iskustva zaposlenih u zanimanju
(5220213) prodavač	2414	53,8%	28,0%
(5123133) konobar	346	7,7%	6,6%
(5123112) pomoćni konobar	155	3,5%	8,8%
(9132121) sobarica	139	3,1%	16,4%
(9911111) radnik bez zanimanja	108	2,4%	5,1%
(9132111) čistačica	105	2,3%	9,7%
(9320131) radnik na proizvodnoj liniji	94	2,1%	4,3%
(9132211) kuhinjski radnik	80	1,8%	7,8%
(9330421) trgovački radnik	55	1,2%	13,3%
(9320251) drvoprerađivački radnik	51	1,1%	5,6%
(9131111) kućna pomoćnica	45	1,0%	11,4%
(5220225) trgovac	43	1,0%	15,9%
(9330411) skladišni radnik	41	0,9%	5,4%
(4131124) skladištar	30	0,7%	4,2%
(4211164) blagajnik	29	0,7%	6,5%
(5122112) pomoćni kuhar	26	0,6%	3,4%
(9312151) radnik niskogradnje	26	0,6%	4,1%
(4190154) administrativni službenik	25	0,6%	2,4%
(5169113) čuvar	25	0,6%	4,6%
(9212111) šumski radnik	25	0,6%	3,9%
(8283152) sastavljač/elektronička oprema	24	0,5%	10,0%
(9320411) tekstilni radnik	21	0,5%	7,1%
(9330131) transportni radnik	21	0,5%	4,3%
(5123122) pipničar	20	0,5%	9,7%
(7436132) šivač	18	0,4%	5,7%
(9320121) radnik u održavanju	16	0,4%	3,8%
(9313151) radnik visokogradnje	15	0,3%	1,5%
(3415116) komercijalist	14	0,3%	4,9%
(5220232) prodavač u kiosku i tržnici	14	0,3%	8,3%
(9211421) poljoprivredni radnik	14	0,3%	4,6%

...i preostalih 449 osoba (10%) zaposlenih u 181 različitih zanimanja

**Tablica 19. Najučestalija prva zanimanja za mlade PRODAVAČE prijavljene 2006.-2010.**

Napomene: Prvi pronađeni posao. Samo osobe koje su se prijavile u dobi od 20 godina ili manje. Združeno je promatrano razdoblje od 2006. do 2010. godine. Crvenom su bojom označena zanimanja relevantna za profil podsektora Trgovina.

Izvor: Registar HZZ-a. Autorski izračun.



	(A) Zaposlenih u zanimanju	(B) % od svih zaposlenih iz programa	(C) % od svih mladih bez radnog iskustva zaposlenih u zanimanju
(5220213) prodavač	720	35,6%	8,4%
(5123133) konobar	175	8,7%	3,4%
(3415116) komercijalist	97	4,8%	33,9%
(5123112) pomoćni konobar	70	3,5%	4,0%
(4134134) komercijalni službenik	59	2,9%	44,4%
(9911111) radnik bez zanimanja	49	2,4%	2,3%
(4190154) administrativni službenik	41	2,0%	3,9%
(9132121) sobarica	40	2,0%	4,7%
(9320131) radnik na proizvodnoj liniji	37	1,8%	1,7%
(9132111) čistačica	33	1,6%	3,0%
(4211164) blagajnik	32	1,6%	7,2%
(9132211) kuhinjski radnik	32	1,6%	3,1%
(4131124) skladištar	31	1,5%	4,4%
(9330411) skladišni radnik	25	1,2%	3,3%
(9330421) trgovački radnik	23	1,1%	5,5%
(5220225) trgovac	20	1,0%	7,4%
(3412116) zastupnik osiguranja	19	0,9%	11,4%
(5169113) čuvar	18	0,9%	3,3%
(9313151) radnik visokogradnje	17	0,8%	1,7%
(9330131) transportni radnik	15	0,7%	3,0%
(4223112) telefonist	14	0,7%	6,8%
(9151111) dostavljač	14	0,7%	5,1%
(4211114) blagajnik u prodavaonici	13	0,6%	15,5%
(5122112) pomoćni kuhar	12	0,6%	1,6%
(8283152) sastavljač/elektronička oprema	11	0,5%	4,6%
(5220232) prodavač u kiosku i tržnici	10	0,5%	6,0%
(9131111) kućna pomoćnica	10	0,5%	2,5%
(9211421) poljoprivredni radnik	10	0,5%	3,3%
(9212111) šumski radnik	10	0,5%	1,6%
(9320251) drvoprerađivački radnik	10	0,5%	1,1%

...i preostalih 356 osoba (18%) zaposlenih u 176 različitih zanimanja

**Tablica 20. Najučestalija prva zanimanja za mlade KOMERCIJALISTE prijavljene 2006.-2010.**

Napomene: Ispis uključuje sve osobe sa ovom kvalifikacijom koje su se prvi put prijavile na HZZ između 2006. i 2010. godine u dobi 20 godina ili mlađe, a koje su našle posao do kraja 2010. godine. Navedena su pojedinačna zanimanja u kojima se zaposlilo najmanje 0,5% osoba. Crveno su označena zanimanja za koja je ovim profilom utvrđeno da su karakteristična za podsektor Trgovine.

Izvor: Registar HZZ-a. Autorski izračun.

## ZAKLJUČCI O ODREDIŠNIM ZANIMANJIMA

Najučestalije prvo zanimanje za učenike sa završenim obrazovnim programom prodavač je zanimanje prodavača. U svom strukovnom zanimanju zaposlilo se 54% školovanih prodavača u dobi od 20 godina i mlađi, koji su se prvi puta prijavili na Hrvatski zavod za zapošljavanje u razdoblju od 2006. do 2010. godine.

Detaljnija analiza broja osoba zaposlenih na zanimanju prodavač u navedenom vremenskom razdoblju omogućuje uvid u strukturu zaposlenih mladih osoba na osnovu njihovog strukovnog obrazovanja. Udio od 49% odnosi se na zapošljavanje mladih osoba sa završenim sektorskim obrazovnim programima (prodavač, ekonomist, komercijalist), dok čak 36% mladih osoba sa završenim strukovnim obrazovnim programom iz ostalih sektora svoj prvi posao pronalaze u zanimanju prodavač.<sup>24</sup>

Unutar godine dana prvi je posao pronašlo 51% prodavača, od čega je 59% pronašlo prvi posao u zanimanju koje odgovara sektorskom profilu. Sljedećih su 22% prodavača prvi posao pronašli u jednostavnim zanimanjima, iz čega je vidljiva značajna učestalost njihove previsoke razine kvalifikacije u odnosu na potrebe prvog pronađenog posla.

Stoga je Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva Republike Hrvatske prepoznalo potrebu ispunjavanja posebnih uvjeta stručne spreme za zaposlene na radnim mjestima prodavača, blagajnika i trgovačkog poslovođe te predlaže rješenje ovog problema kroz Nacrt prijedloga Zakona o izmjenama i dopunama zakona o trgovini. Tim prijedlogom uređuje se najmanji stupanj srednjeg obrazovanja potreban za rad na tim radnim mjestima, a to je završeno srednje obrazovanje u trogodišnjem trajanju. Poslove trgovačkog poslovođe mogle bi obavljati i osobe sa završenom najmanje srednjom stručnom spremom drugog smjera, uz položen ispit o stručnoj osposobljenosti za trgovačko poslovanje i/ili poznavanje robe.

Najučestalije prvo zanimanje za učenike sa završenim obrazovnim programom komercijalist je zanimanje prodavač. Za čak 36% učenika sa završenim obrazovnim programom komercijalist prvo zanimanje je zanimanje prodavač, gdje predstavljaju 8% od ukupnog broja mladih koji ulaze na tržište rada sa završenom srednjom školom.

Za preostala tri četverogodišnja obrazovna programa iz sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije također je karakteristično najčešće prvo zapošljavanje u zanimanju prodavač. Za čak 25% završenih ekonomista, 24% upravnih referenata i 24% poslovnih tajnika prvo zanimanje je zanimanje prodavač. Učenici koji završe obrazovni program ekonomist prisutniji su u ovom trgovačkom zanimanju za 1% više od učenika sa završenim trgovačkim obrazovnim programom komercijalist.

<sup>24</sup> Izvor: Registar HZZ-a; izračun autora.



# **4. Uvjeti rada na tržištu za sektorska zanimanja**

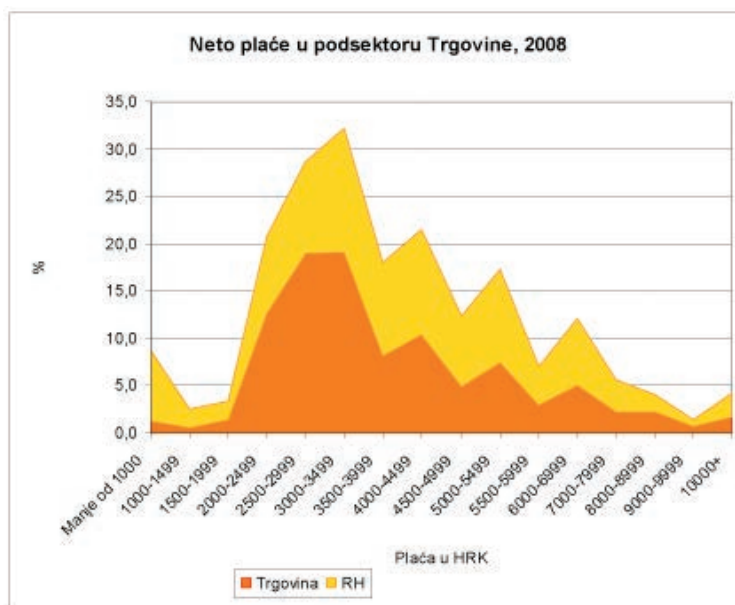


# 4. Uvjeti rada na tržištu za sektorska zanimanja

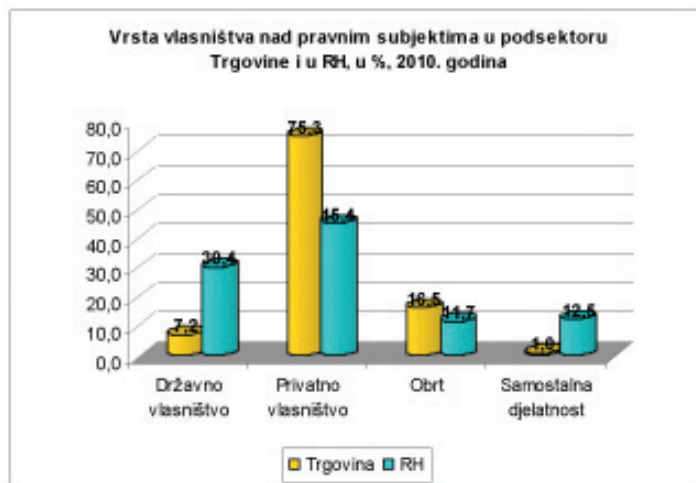
Motivacija za pohađanje nekog oblika obrazovanja jednim se dijelom oblikuje na temelju informacija u uvjetima rada za ona zanimanja koja se generiraju iz sektora. Kad govorimo o uvjetima rada, mislimo na razinu plaća, dominantne uvjete ugovornih obveza, uobičajene radne sate, sigurnost zaposlenja, itd.

## 4.1. Neto plaće prema podsektorima

Na slici 19. prikazane su neto plaće u podsektoru trgovine i gospodarstvu RH. U tom je razdoblju prosječna neto plaća u RH iznosila 3.715 HRK, dok je u podsektoru trgovine iznosila 3.429 HRK. Sama distribucija plaća prikazana na slici pokazuje da je u podsektoru trgovine vidljivo da veći postotak radnika s podsektorskim zanimanjima iz trgovine prima plaće niže i jednake prosječnoj neto plaći podsektora, dok je prosjek plaće podsektora pod značajnim utjecajem viših plaća koje prima manji broj zaposlenih. S obzirom na ispodprosječne plaće podsektora trgovine jasno je da mladi nisu stimulirani da upisuju obrazovne programe iz ovog podsektora.



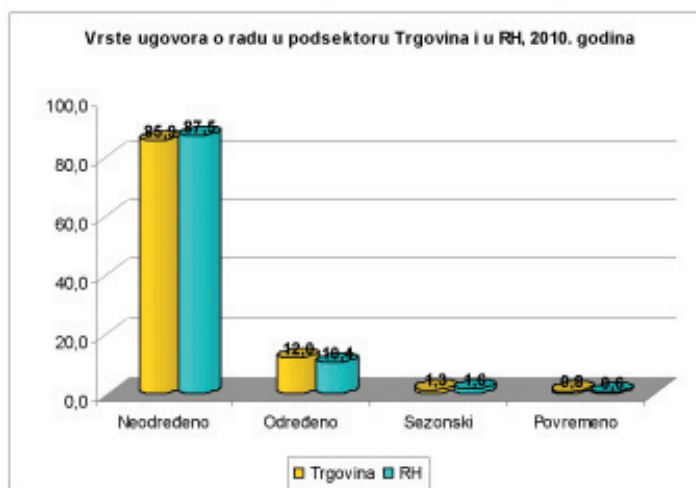
Slika 19. Neto plaće u podsektoru



Slika 20. Vlasništvo poslovnih subjekata u podsektoru

## 4.2. Ugovori o radu

Prema vrsti rada koja dominira u podsektoru može se reći da radnici imaju relativnu sigurnost kroz ugovore o radu na neodređeno vrijeme, a njihova je učestalost gotovo izjednačena s ugovorima o radu na neodređeno vrijeme u ukupnom gospodarstvu RH (slika 21.). Međutim, stvarne sigurnosti na tržištu rada više nema, posebno kad je vlasnička struktura pravnih osoba poput one prikazane na slici 20. Vidimo da više od dvije trećine radnika radi tvrtkama u privatnom vlasništvu, dok je značajan broj radnika zaposlen (16,5%) u obrtničkim tvrtkama. U tvrtkama u državnom vlasništvu radi samo 7,2% radnika. Broj sklopljenih ugovora o radu na određeno vrijeme govori o povećanoj fleksibilnosti zapošljavanja, a iz slike 21. vidljivo je da ona prisutnija u podsektoru trgovine nego na razini ukupnog gospodarstva RH.



Slika 21. Vrste ugovora o radu u sektoru

Izvor: Anketa o radnoj snazi 2010., DZS. Autorski izračuni.

### 4.3. Sati rada i veličina poduzeća

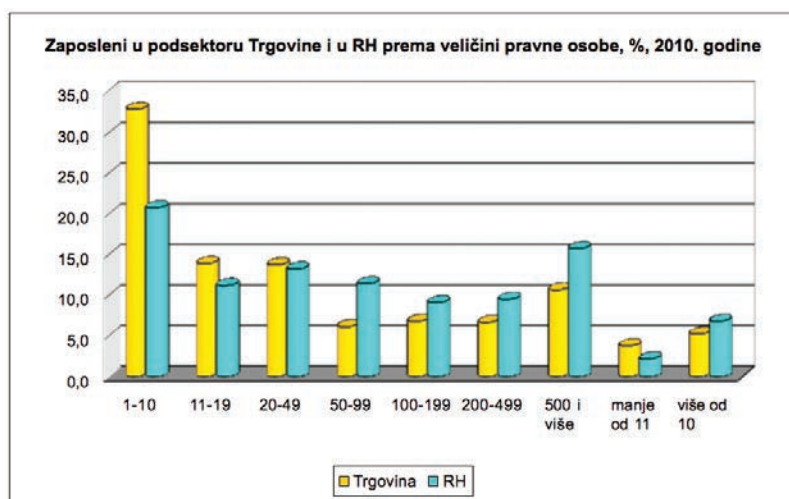
Drugi uvjeti rada poput uobičajenih sati rada ukazuju na trajanje tjednog radnog vremena u podsektoru trgovine. Najveći veći postotak zaposlenih u podsektoru trgovine (63,4%) radi 40 sati tjedno. Može se reći da u podsektoru trgovine ima više prekovremenog rada nego u ukupnom gospodarstvu RH (34,5%) te je uobičajenije raditi 42 sata tjedno, pa čak i više, što je gotovo za četvrtinu rjeđa pojava u ukupnom gospodarstvu RH. S druge strane, mali postotak zaposlenih u podsektoru trgovine (2,1%) radi kraće od punog radnog vremena.

Tablica 21. Sati rada u podsektoru Trgovina i u RH

Broj sati rada	Trgovina	RH
Manje od 40	2,1	8,1
40	63,4	64,2
42	23,6	17,1
Više od 42	10,9	10,7

Tablica 21. Sati rada u podsektorima

Izvor: Anketa o radnoj snazi 2010., DZS. Autorski izračun.



Slika 22. Zaposleni prema veličini poslovnog subjekta

Na slici 22. prikazana je veličina poduzeća prema broju zaposlenih u podsektoru trgovine i u ukupnom gospodarstvu RH. Osim plaće i vrste ugovora, na uvjete rada u podsektoru utječu i oblik vlasništva i veličina poduzeća. U podsektoru trgovine više od polovine trgovačkih radnika radi u malim tvrtkama s manje od 20, njih 64% u poduzećima s do 50 zaposlenih, a samo 10,7% radnika radi u tvrtkama koje zapošljavaju preko 500 osoba.

**ZAKLJUČCI O UVJETIMA RADA U PODSEKTORU TRGOVINE**

- › U podsektoru trgovine uvjeti rada su ispodprosječni u odnosu na one prisutne u ukupnom gospodarstvu. Kod vrjednovanja trgovačkog rada ističu se ispodprosječne razine plaća.
- › Većina ugovora o radu sklopljena je na neodređeno vrijeme.
- › Svakodnevno je prisutan prekovremeni rad, sati rada kreću se od 40 do 42 sata tjedno.
- › Većina zaposlenih radi u malim privatnim poduzećima koja imaju do 50 radnika.
- › Zbog navedenih uvjeta rada koji vladaju na hrvatskom tržištu u podsektoru, ali i globalno, slabi motivacija učenika za upis u obrazovne programe koji vode do podsektorskih zanimanja.

# 5. Usklađivanje ponude i potražnje





# 5. Usklađivanje ponude i potražnje

Otkrivanje neusklađenosti u strukturi ponude i potražnje nužan je postupak koji treba prethoditi svakom planiranju obrazovnih programa i njihovih ishoda. Svaka takva analiza mora razmotriti prirodan odljev u mirovinu, ali mnogo je važnije definirati razvojne potrebe tako da neki od programa koji možda pokazuju viškove mladih po radnom mjestu u stvarnosti mogu biti nedostatni za srednjoročne planove razvoja. Evo pitanja koja se moraju postaviti u tom slučaju:

- › Kakvi su programi potrebni za budući razvoj?
- › Koliko i kakvih zanimanja će nam trebati za ključne djelatnosti koje će biti nositelji razvoja?
- › Trebaju li nam 3-godišnji ili 4-godišnji programi te koliko treba osigurati viših i visokih kvalifikacija po ključnim djelatnostima?
- › Kakve je obrazovne ishode nužno osigurati s obzirom na djelatnosti u kojima se koriste podsektorska zanimanja?

U ovom poglavlju pokušat ćemo dati primjere kako se rezultati gore opisane analize profila podsektora mogu koristiti za praktične namjene kao što je planiranje upisa i upisnih kvota i planiranje razvoja ljudskih resursa usklađeno s potrebama gospodarskog razvoja.

## 5.1. Zamjena postojeće radne snage u ključnim djelatnostima Trgovine

Vrlo često prostorni raspored podsektora ima puno veći utjecaj na tržištu rada nego što se čini analizirajući podatke za cijelu zemlju. Na nacionalnoj se razini ponuda i potražnja za znanjima nekog od podsektora mogu izgledati činiti izjednačene, ali kada gledamo regionalna tržišta rada često vidimo velike neujednačenosti koje pridonose rastu nezaposlenosti mladih. U Hrvatskoj je mobilnost radne snage mala, tako da se ne može očekivati da će mladi u potrazi za poslom preseliti iz jedne regije u drugu dovoljno brzo da ne uđu u dugotrajnu nezaposlenost ili da se ne zaposle izvan svoje struke. Kada se analizira mobilnost, na umu svakako treba imati i činjenicu da ona ovisi i o plaćama u pojedinoj skupini zanimanja te će biti manja u zanimanjima s manjim plaćama. Sljedeća tablica prikazuje raspored obrazovnih programa u podsektoru te broj poduzeća i zaposlenih prema županijama kako bi se vidio odnos zaposlenih i mladih koji završavaju škole.

	Broj pravnih subjekata	ZAPOSLENI u ključnim djelatnostima za trgovinu	Broj zaposlenih u ključnim djelatnostima u dobi od 50-64 godine	Broj koji ide godišnje u mirovinu	Učenici iz 3-godišnjih programa	Učenici iz 4-godišnjih programa	Učenici ukupno	Broj učenika po oslobodenom radnom mjestu
KRAPINSKO- ZAGORSKA	434	3.092	516	34	315	372	687	19,96
VIROVITIČKO- PODRAVSKA	238	1.728	289	19	223	122	345	17,93
BJELOVARSKO- BILOGORSKA	391	3.246	542	36	471	131	602	16,66
POŽEŠKO- SLAVONSKA	168	1.302	217	14	102	128	230	15,87
BRODSKO- POSAVSKA	349	2.073	346	23	274	77	351	15,21
OSIJEČKO- BARANJSKA	1.234	9.068	1.514	101	655	757	1.412	13,99
LIČKO-SENJSKA	145	798	133	9	90	22	112	12,61
ŠIBENSKO- KNINSKA	519	2.244	375	25	168	132	300	12,01
DUBROVAČKO- NERETVANSKA	790	3.899	651	43	269	207	476	10,97
KARLOVAČKA	555	2.782	465	31	157	107	264	8,52
ISTARSKA	2.087	9.449	1.578	105	321	548	869	8,26
SISAČKO-MO- SLAVAČKA	471	2.989	499	33	238	31	269	8,08
VUKOVARSKO- SRIJEMSKA	464	5.095	851	57	327	105	432	7,62
KOPRIVNIČ- KO-KRIŽE- VAČKA	416	3.627	606	40	96	168	264	6,54
VARAŽDINSKA	813	5.391	900	60	174	142	316	5,26
ZADARSKA	777	5.562	929	62	162	138	300	4,84
MEĐIMURSKA	647	3.626	606	40	73	116	189	4,68
SPLITSKO- DALMATINSKA	2.851	21.088	3.522	235	798	297	1.095	4,66
UKUPNO	27.208	218.807	36.541	2.436	4.913	3.600	8.513	3,49
ZAGREBAČKA	1.897	16.861	2.816	188	552	128	680	3,62
PRIMORSKO- GORANSKA	2.421	16.662	2.783	186	305	108	413	2,23
GRAD ZAGREB	9.541	98.225	16.404	1.094	720	418	1.138	1,04

Tablica 22. Zamjena radne snage u podsektoru Trgovine

Izvor: FINA 2008., e-matica 2008./9., MZOŠ.

U ključnim djelatnostima koje su značajni korisnici znanja iz podsektora trgovine u 2008. godini imali smo, prema podacima FINE, 218.807 zaposlenih osoba na razini Hrvatske. Iz tablice 22. vidljiv je podatak o dobnoj strukturi zaposlenih u podsektoru od 17% osoba starih između 50-64 godine. Stoga je lako izračunati da će godišnje u idućih 15 godina u mirovinu odlaziti određeni broj zaposlenih koje treba zamijeniti novim kadrovima. Zanimljivo je vidjeti u kojoj mjeri učenici koji završavaju srednje strukovne škole popunjavaju ta radna mjesta kako bi zaključili postoji li zamjena radne snage od strane mladih koji izlaze iz redovnog sustava obrazovanja.

Posebno smo izdvojili učenike koji završavaju 3-godišnje i 4-godišnje škole, budući da je njihova prisutnost na tržištu rada nakon završetka obrazovanja vrlo različita. Dok većina učenika 3-godišnjih škola dolazi na tržište rada i najčešće se prijavljuje na evidenciju nezaposlenih Hrvatskog zavoda za zapošljavanje, učenici 4-godišnjih škola u velikom postotku upisuju visoke škole i fakultete te nisu dostupni lokalnom tržištu rada.

Prethodne analize su pokazale da u Gradu Zagrebu oko 50% učenika sa završenim trogodišnjim programom prodavač nastavlja školovanje na programu komercijalist kroz obrazovanje odraslih, dok 60% učenika sa završenim četverogodišnjim programom komercijalist nastavlja školovanje na sveučilišnim i stručnim studijima. Nedostupni su nam podatci za ostale županije, stoga nije moguće izračunati i analizirati de facto ponudu rada na županijskim tržištima rada.

## 5.2. Kako se mogu koristiti rezultati analize u profilu podsektora?

### OBRAZOVNE POTREBE ZA GOSPODARSKI RAZVOJ

Planiranje ljudskih resursa koje bi trebalo popratiti razvojne strategije županija značajno bi trebalo utjecati kako na upisne kvote, tako i na vrste obrazovnih programa koji će se nuditi u budućnosti, ali i na specifične obrazovne ishode svakog od programa. Usklađenost budućih potreba i sadašnjih kvalifikacija trebala bi biti dijelom procesa razvoja znanja za potrebe regionalnog razvoja. U Hrvatskoj je takva usklađenost u povojima, a stavljanje obrazovanja u funkciju gospodarskog razvoja predstavlja popriličan izazov. Pritom cilj nije utvrditi povezanost pojedinih poduzeća s pojedinim školama i njihovim potrebama, već pokušati predvidjeti buduće potrebe na tržištu rada i u skladu s njima planirati kvalifikacije.



Slika 23. Proces planiranja kvalifikacija

Shema prikazuje mogući proces koji treba koristiti pri planiranju kvalifikacija za potrebe gospodarskog razvoja. Svi elementi metodologije izneseni u ovom profilu podsektora mogu se upotrijebiti za planiranje regionalnih i nacionalnih kvalifikacija. Planiranje na isključivo nacionalnoj razini može dovesti do velikih pogrešaka budući da se primjena znanja uvelike razlikuje od jedne djelatnosti do druge, a kvalifikacijski okvir trebao bi podupirati nadogradnju znanja kako unutar pojedinih obrazovnih sektora i podsektora, tako i između različitih sektora. Na primjer, stolar koji je radio u građevinskoj industriji morao bi moći nadograditi svoje kompetencije za rad u drvenoj industriji budući da su mnoge komponente znanja i poznavanje materijala slične. S druge strane, primjena temeljnih znanja također bi mogla naći svoje mjesto i u djelatnosti brodogradnje, uz obveznu nadogradnju znanja, a takva zanimanja nalaze se u sektoru strojarstva, brodogradnje i metalurgije. Takva protočnost znanja značajna je za zapošljivost radnika u uvjetima brze prilagodbe znanja i vještina promjenama na tržištima roba i usluga. Globalna će konkurencija zahtijevati agilne, prilagodljive i inovativne obrazovne sustave.

#### PLANIRANJE INDUSTRIJSKE POLITIKE

Svaka grana djelatnosti u velikoj mjeri ovisi o raspoloživim ljudskim resursima te se stoga razvoj i politike djelatnosti moraju temeljiti na analizi postojećih ljudskih resursa, vrstama kvalifikacija na svim razinama obrazovanja, kao i slobodnoj radnoj snazi koja ima odgovarajuće primjenjive vještine. Kad se izradi analiza kompetencija i obrazovnih ishoda iz postojećih programa trebalo bi ju usporediti s analizom potražnje na razini kompetencija i uvidjeti kako mijenjati obrazovne ishode u skladu s potrebama gospodarstva.

#### ZAKLJUČAK

##### Potražnja za zanimanjima

- › Potražnja za podsektorskim zanimanjima promatrana je na dva načina: kroz kretanje zaposlenosti u ključnim djelatnostima na temelju indeksa koncentracije i na temelju slobodnih radnih mjesta za navedena zanimanja.
- › Možemo zaključiti sljedeće o potražnji za podsektorskim zanimanjima:
  - ukupan obujam potražnje za podsektorskim zanimanjima nije značajan;
  - potražnja je uglavnom koncentrirana na djelatnosti trgovine na veliko i malo i do 2010. godine bilo je dovoljno je pratiti kretanje zaposlenosti u ključnim granama djelatnosti iz podsektora trgovine;
  - podsektor trgovine ima velik broj zaposlenih i do kraja 2008. godine ostvarivao je značajan rast; taj se podsektor mora pratiti zbog potrebe poslodavaca za promjenom podsektorskih znanja i njegovog utjecaja na gospodarstvo, a posebno s obzirom na sezonske i cikličke oscilacije ostvarivanja poslovnih rezultata i na povećanje primjene tehnoloških inovacija u podsektoru;
  - u okviru ključnih djelatnosti podsektora stoji podjela na grane djelatnosti trgovine na veliko i malo i sve ostale djelatnosti. Analize nam ukazuju na indeks koncentracije podsektorskih zanimanja u djelatnosti trgovine na veliko i malo od čak 78,1%.

- › Može se očekivati pad zaposlenosti u nekim granama, ali i sve veća upotreba znanja iz podsektora trgovine u djelatnostima poljoprivrede, prerađivačke industrije i svih ostalih proizvodnih djelatnosti.

### **Ključne djelatnosti za podsektor Trgovine**

- › Ovom su analizom otkrivene ključne djelatnosti koje najviše koriste podsektorska zanimanja trgovine: trgovina na veliko i malo.
- › Prihodi koje ove djelatnosti stvaraju značajne su u hrvatskim razmjerima, premda su djelatnosti specifične za podsektorska zanimanja znatno veće prema prihodima, ali ne i prema pokazateljima isplativosti, tj. dobiti po zaposlenom. Jedino Grad Zagreb u podsektoru trgovine ostvaruje veću dobit po zaposlenom od one ostvarene u ukupnom gospodarstvu RH.
- › Premda su ove djelatnosti izuzetno važne zbog relativno visokih koncentracija podsektorskih zanimanja, vidljivo je da se moraju pratiti i druge djelatnosti koje ne spadaju u tipična područja trgovine, ali koriste njihova znanja.
- › Pojedine djelatnosti kao što su proizvodnja pića i pomoćne djelatnosti kod financijskih usluga i djelatnosti osiguranja sve više koriste znanja podsektora trgovine, a imaju značajan broj zaposlenih.
- › U pojedinim djelatnostima koje su velikim dijelom vezane za podsektor kao što su trgovina na veliko i trgovina na malo, vidljiv je značajan pad zaposlenosti, koji je vjerojatno posljedica recesije i smanjenja kupovne moći stanovništva.
- › Prostorna koncentracija vrlo je velika i većina kapaciteta nalazi se u Gradu Zagrebu.
- › Svi pokazatelji govore o velikom potencijalu ovog sektora kroz sljedeće mehanizme:
  - širenje trgovačkih znanja i vještina u druge djelatnosti
  - rast ključnih djelatnosti održivom dinamikom
  - prostorno širenje i ključnih i ostalih djelatnosti,
  - jačanje regionalne prisutnosti hrvatskih kompanija.

### **Potražnja za kompetencijama**

- › U podsektoru trgovine poslodavci su na temelju analize postojećih radnih mjesta identificirali četiri skupine podsektorskih zanimanja, od kojih je sukladno preklapanju potrebnih kompetencija moguće prepoznati dvije temeljne grupe za koje je moguće izraditi odvojene standarde kvalifikacije unutar podsektora (prodavač i komercijalist). Treće dominantno zanimanje, skladištar, u pogledu potrebnih kompetencija neznatno odstupa od zanimanja rodavač.
- › U podsektoru je prepoznato 29 skupina kompetencija, od čega su poslodavci identificirali njih 28, a jedna skupina kompetencija definirana je pomoću NOK-a, strateških dokumenata EU-a i i modela za utvrđivanje kompetencija u maloprodaji (Retail Competency Model) Ministarstva rada SAD-a. Kompetencije koje dolaze od visokoškolskih ustanova nisu uklopljene u analizu, budući da se ustanove nisu odazvale istraživanju.

- › Razmjerno je velik udio potrebnih zajedničkih strukovnih kompetencija (u svim zanimanjima u podsektoru trgovine) koje su na temelju postojećih radnih mjesta identificirali poslodavci, ali proizlaze i iz drugih izvora. To su: poslovna komunikacija, organizacija rada, matematika, poznavanje robe, psihologija prodaje, poduzetništvo, trgovinsko poslovanje, informacijska pismenost, zaštita na radu, prezentacija i prodaja.
- › Dominantna zanimanja prodavač i komercijalist razlikuju se po skupinama kompetencija iz područja logistike, računovodstva, prava, špedicije, vanjsko trgovinskog poslovanja i osiguranja (koje se traže kod zanimanja komercijalist, a ne traže se kod zanimanja prodavač) te blagajničkog poslovanja, higijene, inventure i skladišnog poslovanja (koje se traže kod zanimanja prodavač, a ne traže se kod zanimanja komercijalist)
- › Zahtjeve za očekivanim budućim kompetencijama treba prvenstveno tražiti u strateškim i tehnološkim razvojnim dokumentima. Poslodavci u ovom istraživanju uglavnom nisu bili spremni istaknuti potrebe za takvim kompetencijama, iako značajna skupina poslodavaca iz uzorka koristi i kontinuirano uvodi tehnološke inovacije u svoje trgovačko poslovanje.
- › Poslodavci su kao vrlo veliku vrijednost u smislu povećanja zapošljivosti istaknuli stručnu praksu kod poslodavca radi stjecanja radnog iskustva i radnih navika.

### **Ponuda zanimanja**

- › Podsektor trgovine ima razmjerno visoke stope aktivnosti i stope zaposlenosti. Stopa zaposlenosti od 65,87% teži približavanju ciljevima strategija EU-a Europe 2020 koja govori o 75%-noj stopi zaposlenosti za dobnu skupinu 20-64.
- › Dobna struktura podsektora upućuje na potencijalne probleme kod zamjene radne snage i za očekivati je da će bilo kakav rast potražnje naići na probleme u ponudi radne snage.
- › Struktura obrazovanja zaposlenih u podsektoru bolja je od obrazovne strukture nezaposlenih i neaktivnih, što govori da uključivanje neaktivnih i nezaposlenih na tržište rada vjerojatno neće biti moguće bez značajnih ulaganja u dodatno obrazovanje.
- › Podsektor ima premali udio mladih među zaposlenima i nezaposlenima i neaktivnima, dok će vrlo velika prostorna koncentracija trgovačkih ključnih djelatnosti u Zagrebu i okolici zahtijevati veliku prostornu mobilnost iz manje razvijenih područja u idućih nekoliko godina kako bi se zadovoljila koncentracija potražnje.

### **Ponuda kvalifikacija**

- › Broj učenika upisanih u programe iz sektora ekonomije, trgovine i poslovne administracije tijekom razdoblja (2006.-2010.) pao je više nego u drugim strukovnim sektorima te dvostruko više od dobne skupine koja pohađa srednje škole općenito. Međutim, razlike su još veće ako promatramo različite vrste programa:
- › četverogodišnji sektorski programi: gubitak upisanih učenika iznosi 5,8%, što znači da se opadanje odvija 1,7 puta brže nego u ostalim četverogodišnjim strukovnim programima (-3,3%);



- › U trogodišnjim sektorskim programima (administrator, prodavač i prodavač JMO) gubitak učenika u promatranom razdoblju iznosio je 25%, što je dvostruko više nego u svim trogodišnjim strukovnim programima i preko 4 puta više nego u četverogodišnjim programima iz ovog sektora.
- › U promatranom petogodišnjem razdoblju zamjetan je značajan pad broja upisanih učenika u gotovo svim obrazovnim programima podsektora trgovine i to prosječno za 1.954 učenika (17,4%). Potrebno je napomenuti da prema broju upisanih učenika najveći trend pada bilježi trogodišnji program prodavač, s 2.281 manje upisanih učenika u 2011. godini, odnosno 32,86% manje nego u 2006. godini. Najmanji trend pada upisanih učenika zabilježen je kod četverogodišnjeg programa komercijalist gdje je upisano 211 učenika manje u 2011. godini ili 4,92% manje u odnosu na upisane učenike u 2006. godini.

### Uvjeti na tržištu

- › U podsektoru trgovine uvjeti rada su ispodprosječni u odnosu na one prisutne u ukupnom gospodarstvu. Kod vrjednovanja trgovačkog rada ističu se ispodprosječne razine plaća.
- › Velika većina ugovora o radu sklopljeni su na neodređeno vrijeme.
- › Svakodnevno je prisutan prekovremeni rad, sati rada su uobičajeno od 40 do 42 sata tjedno.
- › Većina zaposlenih radi u malim privatnim poduzećima koja imaju do 50 radnika.
- › Zbog navedenih uvjeta rada koji vladaju na hrvatskom tržištu u podsektoru, ali i globalno, slabi motivacija učenika za upis na obrazovne programe koji vode do podsektorskih zanimanja.

### Očekivanja

- › Svi pokazatelji govore o dinamičnom potencijalu podsektora trgovine u hrvatskom gospodarstvu, sa sezonskim i cikličkim oscilacijama.
- › Podsektor trgovine zapošljava učenike bez radnog iskustva iz svih sektorskih programa, među mladima je najpopularnije prvo zanimanje prodavač.
- › Postojeći potencijal razvoja gospodarskih djelatnosti koje se uglavnom oslanjaju na podsektorska zanimanja mogao bi biti ograničen ponudom rada zbog:
  - dobne strukture radne snage u kojoj dominira starija populacija;
  - pada broja upisanih učenika u podsektorskim programima, koji je dvostruko veći od prosjeka za cijelu populaciju;
  - opasnosti od iseljavanja najkvalitetnijeg kadra iz podsektora zbog ispodprosječnih uvjeta na tržištu.

### **Zaključci i preporuke za sustav strukovnog obrazovanja i osposobljavanja**

- › Prilagoditi i osuvremeniti sustav strukovnog obrazovanja i osposobljavanja, kao i općeobrazovni sustav na nacionalnoj razini;
- › Suradivati sa svim relevantnim dionicima i pojačati suradnju u obrazovanju i osposobljavanju;
- › Pripremiti se za prekvalifikaciju, usavršavanje i obavljanje više poslova i zadataka istovremeno;
- › Poboljšati fleksibilnost i modularizaciju;
- › Razvoj e-učenja i kombiniranog učenja, priznavanje vještina na europskoj razini;
- › Zajedničke mreže osposobljavanja kako bi se potaknulo naukovanje u podsektoru;
- › Posebne ponude za osposobljavanje za mala i srednja poduzeća (menadžere i djelatnike);
- › Bavljenje potrebama poduzeća koje vode migranti;
- › Poticati specifične vještine sektora u ranom stadiju.

# Dodatci

## Dodatak 1.

### Sažetak analize zanimanja podsektora

Nr.	Zadatak	Rezultat	Komentar
1	Odabrati zanimanja koja pripadaju podsektoru Trgovine iz NKZ	Odabrana glavna zanimanja u podsektoru <b>PRODAVAČ</b> <b>KOMERCIJALIST (u trgovini)</b>	Kriterij: dominantni su sektorsko znanje, vještine i kompetencije (7 znamenki)
2	Definirati podsektore, dodijeliti im odgovarajuća zanimanja (odvojiva pod-područja, skupina znanja, vještina i kompetencija)	Definirana su pod-područja na osnovi odvojivih skupina znanja, vještina i kompetencija <b>92 TRGOVINA:</b> <b>921 Trgovačka logistika i distribucija</b> <b>922 Nabava i prodaja</b>	Pojam podsektor označava pod-područje znanja, vještina, kompetencija - jer podsektor je osjetljiv termin
3	Označiti zanimanja koja djelomično koriste sektorska znanja	Odabrana zanimanja koja djelomično (ne dominantno) koriste sektorska znanja, vještine i kompetencije <b>249 zanimanja: (60DOMINANTNO + 189NEDOMINANTNO)</b> npr. upravljačka zanimanja, zanimanja u obrazovanju, savjetnici i analitičari, zanimanja iz područja odnosa s javnošću, procjenitelji, posrednici, iznajmljivači, zanimanja na seljačkom ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu, obrtnici, transportna zanimanja	Označiti samo ona zanimanja kod kojih su znanja i vještine iz sektora neophodna premda ne i dominantna npr. optičar - poznavanje anatomije i funkcije oka nužno je, ali ne i dominantno znanje
4	Usporediti odabrana zanimanja s onima iz sektorskog profila. Objasniti zašto ste napravili promjenu.	Uspoređeni rezultati verzija 1 s rezultatima verzije 2; promjene - ako ih ima, dati objašnjenja <b>Male razlike:</b> brisana zanimanja iz Sektora osobnih usluga dodana zanimanja iz trgovačke logistike i distribucije 22 nova zanimanja, primjenom kriterija Pravilnika o klasifikaciji prodavaonica i drugih oblika trgovine na malo moguća nova podjela zanimanja, primjenom kriterija veličine prodajnih jedinica	Ako se javljaju, ili su nužne bitne promjene

## Dodatak 2.

### Popis sektora i podsektora

	Da li ovo zanimanje pretežno koristi znanja iz mog podsektora?	PODSEKTOR 1	PODSEKTOR 2	PODSEKTOR 3	PODSEKTOR 4
1	Sektor 1 - POLJOPRIVREDA, PREHRANA I VETERINA	11-POLJOPRIVREDA	12-PREHRANA	13-VETERINA	
2	Sektor 2 - ŠUMARSTVO I PRERADA DRVETA	21-ŠUMARSTVO	22-PRERADA DRVETA		
3	Sektor 3 GEOLOGIJA I KEMIJA	31-GEOLOGIJA	32-KEMIJA		
4	Sektor 4 TEKSTIL I KOŽA I MODA	41-TEKSTIL	42-KOŽA	43-MODA	
5	Sektor 5 GRAFIČKA INDUSTRIJA I AUDIOVIZUELNE TEHNOLOGIJE	51-GRAFIČKA INDUSTRIJA	52-AUDIOVIZUELNE TEHNOLOGIJE		
6	Sektor 6 STROJARSTVO, BRODOGRADNJA I METALURGIJA	61-STROJARSTVO	62-BRODOGRADNJA	63-METALURGIJA	
7	Sektor 7 ELEKTROTEHNIKA I RAČUNALSTVO	71-ELEKTROTEHNIKA	72-RAČUNALSTVO		
8	Sektor 8 GRADITELJSTVO I GEODEZIJA	81-GRADITELJSTVO	82-GEODEZIJA		
9	Sektor 9 - EKONOMIJA, TRGOVINA I POSLOVNA ADMINISTRACIJA	91-EKONOMIJA	92-TRGOVINA	93-POSLOVNA ADMINISTRACIJA	
10	Sektor 10 TURIZAM & UGOSTITELJSTVO	101-TURIZAM	102-UGOSTITELJSTVO		
11	Sektor 11 PROMET I LOGISTIKA	111-PROMET	112-LOGISTIKA		
12	Sektor 12 ZDRAVSTVO I SOCIJALNA SKRB	121-ZDRAVSTVO	122-SOCIJALNA SKRB		
13	Sektor 13 OSOBNE USLUGE	13-OSOBNE USLUGE			
14	Sektor 14 Kultura i sport	141-KULTURA	142-SPORT		
15	Sektor 15 Obrazovanje i znanost	151-OBRAZOVANJE	152-ZNANOST		
16	Sektor 16 Vojna zanimanja	16-VOJNA ZANIMANJA			
17	Sektor 17 Jednostavna zanimanja	17-JEDNOSTAVNA ZANIMANJA			
18	Sektor 18 Istraživanje i razvoj, intelekt.usluge, inovatorstvo, slobodna profesija	181-ISTRAŽIVANJE I RAZVOJ	182-INTELEKT.USLUGE	183-INOVIATORSTVO	184-SLOBODNA PROFESIJA

### Dodatak 3.

#### Popis zanimanja u sektoru (NKZ)25

Rbr	Rod	ŠIFRA 4-znam nkz	ŠIFRA 7-znam NKZ	NAZIV	Ovo zanimanje pretežno koristi znanja iz podsektora TRGOVINE - 92	Ovo zanimanje koristi neka znanja iz podsektora TRGOVINE - 92
1	1	1142	1142110	čelnik sindikata		92
2	1	1142	1142120	dužnosnik sindikata		92
3	1	1142	1142210	čelnik udruge poslodavaca		92
4	1	1142	1142220	dužnosnik udruge poslodavaca		92
5	1	1142	1142310	čelnik strukovne komore		92
6	1	1142	1142320	dužnosnik strukovne komore		92
7	1	1143	1143110	čelnik interesne udruge		92
8	1	1210	1210110	generalni direktor		92
9	1	1210	1210120	izvršni direktor		92
10	1	1210	1210130	član uprave trgovačkoga društva		92
11	1	1224	1224110	direktor poslovne jedinice trgovine	92	
12	1	1226	1226420	direktor poslovanja skladišta	92	
13	1	1227	1227920	prokurist		92
14	1	1229	1229120	ravnatelj škole		92
15	1	1231	1231110	direktor financija i računovodstva		92
16	1	1231	1231120	direktor kontrolinga		92
17	1	1231	1231130	direktor unutarnje financijske kontrole		92
18	1	1232	1232110	direktor pravne, kadrovske i opće službe		92
19	1	1233	1233110	direktor marketinga	92	
20	1	1233	1233210	direktor prodaje	92	
21	1	1233	1233220	direktor komercijalne službe	92	
22	1	1233	1233310	direktor prodajne promocije	92	
23	1	1234	1234110	direktor službe za oglašavanje		92

<sup>25</sup> Zakonom o izmjenama i dopunama Zakona o trgovini, od svibnja 2011. godine, proširen je krug osoba koje mogu obavljati djelatnost trgovine, pa tako djelatnost trgovine mogu obavljati nositelji i/ili članovi obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva, kao i pravne osobe poput udruge, zadruga i ustanova. Stoga popis zanimanja uključuje veliki broj zanimanja iz poljoprivrednog sektora.

24	1	1234	1234210	direktor poslova za odnose s javnošću	92
25	1	1235	1235110	direktor nabave	92
26	1	1235	1235210	direktor distribucije	92
27	1	1235	1235310	direktor skladišne službe	92
28	1	1239	1239110	direktor internoga glasila	92
29	1	1239	1239120	direktor zaštite okoliša i sigurnosti na radu	92
30	1	1239	1239130	direktor zaštitarske službe	92
31	1	1239	1239210	direktor službe plana i analize	92
32	1	1311	1311110	direktor maloga poljoprivrednog gospodarstva	92
33	1	1311	1311120	direktor maloga vrtlarskog društva	92
34	1	1311	1311130	direktor maloga rasadnika	92
35	1	1311	1311140	direktor maloga društva za poljoprivredne radove	92
36	1	1311	1311210	direktor maloga lovno-uzgojnog društva	92
37	1	1311	1311220	direktor maloga lovišta	92
38	1	1311	1311310	direktor maloga šumarskog društva	92
39	1	1311	1311320	direktor maloga šumarskog rasadnika	92
40	1	1311	1311410	direktor maloga ribarskog društva	92
41	1	1314	1314110	direktor male trgovine	92
42	1	1316	1316210	direktor maloga skladišta	92
43	1	1317	1317310	stečajni upravitelj	92
44	2	2149	2149147	glavni planer pripreme rada	92
45	2	2149	2149157	analitičar studija rada i vremena	92
46	2	2149	2149167	diplomirani inženjer za organizaciju rada	92
47	2	2149	2149177	diplomirani inženjer za zaštitu na radu	92
48	2	2224	2224117	magistar farmacije	92
49	2	2224	2224137	magistar farmacije za ljekovito bilje	92
50	2	2224	2224167	magistar farmacije u veleprodaji	92
51	2	2311	2311467	predavač ekonomije	92
52	2	2311	2311478	sveučilišni asistent ekonomije	92
53	2	2311	2311489	sveučilišni profesor ekonomije	92
54	2	2314	2314617	predavač zaštite na radu	92
55	2	2314	2314628	sveučilišni asistent zaštite na radu	92

56	2	2314	2314639	sveučilišni profesor zaštite na radu	92
57	2	2321	2321387	profesor ekonomskih predmeta	92
58	2	2321	2321407	profesor trgovinskih predmeta	92
59	2	2321	2321377	profesor pravnih predmeta	92
60	2	2325	2325467	profesor praktične nastave	92
61	2	2325	2325427	profesor zaštite na radu	92
62	2	2412	2412117	voditelj kadrovskih poslova	92
63	2	2412	2412127	savjetnik za zapošljavanje	92
64	2	2412	2412137	savjetnik za profesionalno informiranje	92
65	2	2412	2412147	analitičar zanimanja	92
66	2	2412	2412157	organizator obrazovanja odraslih	92
67	2	2419	2419717	savjetnik za poduzetništvo	92
68	2	2419	2419417	oglašivač	92
69	2	2419	2419517	glasnogovornik	92
70	2	2419	2419727	organizator rada	92
71	2	2419	2419117	diplomirani komercijalist	92
72	2	2419	2419127	diplomirani komercijalist za vanjsku trgovinu	92
73	2	2419	2419137	diplomirani komercijalist za domaću trgovinu	92
74	2	2419	2419147	voditelj nabave i prodaje	92
75	2	2419	2419157	organizator poslovnih priredaba	92
76	2	2419	2419327	savjetnik za promotivne metode	92
77	2	2441	2441127	diplomirani ekonomist za marketing	92
78	2	2441	2441617	diplomirani ekonomist	92
79	2	2445	2445117	psiholog rada	92
80	2	2472	2472247	tržišni inspektor	92
81	3	3228	3228114	farmaceutski tehničar	92
82	3	3340	3340916	strukovni učitelj	92
83	3	3340	3340924	suradnik u praktičnoj nastavi	92
84	4	3415	3415116	komercijalist	92
85	4	3415	3415126	komercijalist vanjske trgovine	92
86	4	3415	3415136	komercijalist unutarnje trgovine	92
87	3	3415	3415146	tehnički zastupnik trgovine	92
88	4	3415	3415156	voditelj poslovnice prodaje	92
89	4	3415	3415166	voditelj distributivnih poslova	92



90	4	3415	3415215	akviziter	92
91	4	3415	3415225	trgovački putnik	92
92	4	3415	3415235	poslovođa trgovine	92
93	4	3415	3415245	poslovođa skladišta	92
94	4	3415	3415256	voditelj skladišnog poslovanja	92
95	4	3415	3415316	tržni nadzornik	92
96	4	3416	3416116	nabavljač	92
97	4	3416	3416126	voditelj poslovnice nabave	92
98	2	3417	3417116	procjenitelj umjetnina	92
99	2	3417	3417125	procjenitelj nakita	92
100	2	3417	3417136	procjenitelj osiguranja	92
101	2	3417	3417146	procjenitelj	92
102	2	3417	3417216	dražbovatelj	92
103	3	3419	3419116	ekonomist marketinga	92
104	5	3421	3421116	trgovački posrednik	92
106	5	3429	3429116	posrednik za umjetnike	92
107	5	3429	3429126	posrednik za športaše	92
108	5	3429	3429136	posrednik komisijske prodaje	92
109	5	3429	3429146	posrednik informacija	92
110	4	3429	3429156	posrednik za kredite	92
111	5	3429	3429166	ženidbeni posrednik	92
112	5	3429	3429176	posrednik za izložbene prostore	92
113	9	4131	4131112	pomoćni skladištar	92
114	8	4131	4131124	skladištar	92
115	4	4131	4131214	skladišni službenik	92
116	4	4134	4134114	službenik nabave	92
117	4	4134	4134124	službenik prodaje	92
118	4	4134	4134134	komercijalni službenik	92
119	4	4134	4134154	fakturist	92
120	4	4134	4134164	službenik u distribuciji	92
123	5	4134	4134224	iznajmljivač odjeće	92
124	5	4134	4134234	iznajmljivač soba	92
125	5	4134	4134244	iznajmljivač vozila	92
126	5	4134	4134254	iznajmljivač plovila	92
127	5	4134	4134264	iznajmljivač opreme	92
128	5	4211	4211114	blagajnik u prodavaonici	92

129	5	4211	4211212	prodavač ulaznica	92
130	5	4213	4213114	primatelj uloga za klađenje	92
131	5	4213	4213214	poslužitelj u kasinu	92
132	5	4213	4213224	krupije	92
133	5	4213	4213314	primatelj uplata u igrama na sreću	92
134	4	4214	4214114	šalterski službenik zalagaonice	92
135	5	4221	4221224	prodavač autobusnih karata	92
136	5	4221	4221235	prodavač zrakoplovnih karata	92
137	5	4221	4221244	prodavač putničkih karata	92
138	4	4222	4222214	službenik za informacije	92
139	9	5220	5220112	dostavljač robe	92
140	5	5220	5220213	prodavač	92
141	5	5220	5220225	trgovac	92
142	5	5220	5220232	prodavač u kiosku i tržnici	92
143	5	5220	5220244	prodavač kemikalija za poljoprivredu	92
144	5	5220	5220254	prodavač vozila	92
145	5	5220	5220314	trgovački demonstrator i prodavač	92
146	6	6111	6111123	ratar	92
147	6	6111	6111143	povrtlar	92
148	6	6111	6111223	voćar	92
149	6	6111	6111243	vinogradar	92
150	6	6111	6111253	vinogradar i podrumar	92
151	6	6111	6111273	rasadničar	92
152	6	6112	6112123	vrtlar	92
153	6	6112	6112135	vrtlar, specijalizirani	92
154	6	6112	6112153	vrtlar za parkove	92
155	6	6112	6112323	cvjećar	92
156	6	6112	6112412	uzgajivač gljiva	92
157	6	6112	6112423	uzgajivač ljekovitog bilja	92
158	6	6121	6121123	uzgajivač goveda	92
159	6	6121	6121133	uzgajivač ovaca i koza	92
160	6	6121	6121143	uzgajivač konja	92
161	6	6121	6121153	uzgajivač svinja	92
162	6	6121	6121163	stočar	92
163	6	6121	6121213	uzgajivač pasa	92
164	6	6121	6121223	uzgajivač mačaka	92

165	6	6122	6122123	peradar	92
166	6	6129	6129122	uzgajivač puževa	92
167	6	6129	6129132	uzgajivač žaba	92
168	6	6129	6129142	uzgajivač gujavica	92
169	6	6129	6129153	uzgajivač raznih životinja	92
170	6	6129	6129163	uzgajivač životinja za krzno	92
171	6	6129	6129173	uzgajivač kunića za meso	92
172	6	6129	6129183	uzgajivač ptica	92
173	6	6129	6129193	uzgajivač laboratorijskih životinja	92
174	6	6129	6129223	uzgajivač divljači	92
175	6	6129	6129313	pčelar	92
176	6	6129	6129323	uzgajivač dudova prelca	92
177	6	6130	6130113	seljak	92
178	6	6141	6141112	šumski rasadničar	92
179	6	6141	6141123	šumski uzgajivač	92
180	6	6151	6151113	uzgajivač ribe i školjki	92
181	6	6152	6152112	ribar riječni i jezerski	92
182	6	6152	6152122	ribar na moru	92
183	6	6152	6152212	ronilac spužvi i koralja	92
184	6	6153	6153012	ribar otvorenog mora	92
185	6	6154	6154113	lovac	92
186	7	7313	7313113	zlatar	92
187	7	7313	7313133	draguljar	92
188	7	7313	7313143	bižuterist	92
189	7	7313	7313152	filigranist	92
190	7	7321	7321212	lončar	92
191	7	7322	7322163	staklar	92
192	7	7331	7331112	pletač slamom	92
193	7	7331	7331212	drvodjelja	92
194	7	7331	7331312	izrađivač predmeta od školjki	92
195	7	7331	7331322	rezbar predmeta od rogovlja	92
196	7	7331	7331332	izrađivač kamenih predmeta	92
197	7	7331	7331342	medičar i voskar	92
198	7	7331	7331352	izrađivač tradicijskih predmeta	92
199	7	7332	7332112	izrađivač tekstilnih tradicijskih proizvoda	92

200	7	7332	7332122	izrađivač kožnih tradicijskih proizvoda	92
201	7	7344	7344113	fotograf	92
202	7	7411	7411123	mesar	92
203	7	7412	7412113	pekar	92
204	7	7412	7412132	pekar bureka i pizze	92
205	7	7412	7412213	slastičar	92
206	7	7412	7412232	licitar	92
207	7	7412	7412313	tjesteninar	92
208	7	7413	7413113	mljekar	92
209	7	7414	7414113	prerađivač voća i povrća	92
210	7	7414	7414123	proizvođač jestivih ulja	92
211	7	7414	7414133	proizvođač alkoholnih pića	92
212	7	7414	7414143	proizvođač bezalkoholnih pića	92
213	7	7422	7422123	stolar	92
214	7	7422	7422613	bačvar	92
215	7	7422	7422633	kolar	92
216	7	7424	7424112	pletač košara	92
217	7	7424	7424213	pletač pokućstva	92
218	7	7424	7424223	pletač košaračkih uzoraka	92
219	7	7424	7424312	četkar	92
220	7	7424	7424412	metlar	92
221	7	7432	7432113	tkalac tepiha	92
222	7	7432	7432123	tkalac	92
223	7	7432	7432143	pletač	92
224	7	7432	7432163	čipkar	92
225	7	7432	7432173	izrađivač tapiserija	92
226	7	7432	7432193	užar i izrađivač vrpce	92
227	7	7433	7433113	krojač	92
228	7	7433	7433173	klobučar	92
229	7	7434	7434113	krznar	92
230	7	7436	7436132	šivač	92
231	7	7436	7436143	kišobranar	92
232	7	7436	7436153	vezilja	92
233	7	7437	7437113	tapetar	92
234	7	7437	7437213	poplunar	92
235	7	7441	7441133	kožar	92

236	7	7442	7442113	obučar	92
237	7	7442	7442153	ortopedski obučar	92
238	7	7442	7442313	torbar	92
239	7	7442	7442413	kožni galanterist	92
240	8	8322	8322143	vozač lakog dostavnog vozila	92
241	8	8324	8324113	vozač teretnog vozila	92
242	8	8334	8334112	vozač viličara	92
243	8	8334	8334122	vozač elektrokolica	92
244	5	9111	9111111	ulični prodavač	92
245	5	9111	9111121	prodavač na priredbama	92
246	5	9113	9113111	prodavač telefonom	92
247	5	9113	9113121	prodavač po kućama	92
248	5	9330	9330421	trgovački radnik	92
249	8	9330	9330411	skladišni radnik	92

## Dodatak 4.

## Analiza i usporedba zanimanja iz profila podsektora

Rbr	Šifra NKZ	Naziv zanimanja	Rbr	Šifra NKZ	Naziv zanimanja	Grupa unutar podsektora
1	3415116	komercijalist	1	3415116	komercijalist	922
2	3415126	komercijalist vanjske trgovine	2	3415126	komercijalist vanjske trgovine	922
3	3415136	komercijalist unutarnje trgovine	3	3415136	komercijalist unutarnje trgovine	922
4	3415146	tehnički zastupnik trgovine	4	3415146	tehnički zastupnik trgovine	922
5	3415156	voditelj poslovnice prodaje	5	3415156	voditelj poslovnice prodaje	922
6	3415166	voditelj distributivnih poslova	6	3415166	voditelj distributivnih poslova	921
7	3415215	akviziter	7	3415215	akviziter	922
8	3415225	trgovački putnik	8	3415225	trgovački putnik	922
9	3415235	poslovođa trgovine	9	3415235	poslovođa trgovine	922
10	3415245	poslovođa skladišta	10	3415245	poslovođa skladišta	921
11	3415256	voditelj skladišnog poslovanja	11	3415256	voditelj skladišnog poslovanja	921
12	3415316	tržni nadzornik	12	3415316	tržni nadzornik	922
13	3421116	trgovački posrednik	13	3416116	nabavljač	922
14	3421216	brodarski broker - brisati zastupa brođara pri ugovaranju međ.prometa - dakle Poslovna	14	3416126	voditelj poslovnice nabave	922
15	4134114	službenik nabave	15	3421116	trgovački posrednik	922
16	4134124	službenik prodaje	16	4131112	pomoćni skladištar	921
17	4134134	komercijalni službenik	17	4131124	skladištar	921
18	4134144	brodarski brokerski službenik - vidi 3421216	18	4131214	skladišni službenik	921
19	4134154	fakturist	19	4134114	službenik nabave	922
20	4134164	službenik u distribuciji	20	4134124	službenik prodaje	922
21	4134174	povjerenik osiguranja - brisati, zanimanje pretežno koristi znanja podsektora Ekonomije	21	4134134	komercijalni službenik	922
22	4134214	videotekar - brisati zanimanje pretežno koristi znanja sektora Osobne usluge	22	4134154	fakturist	922
23	4134224	iznajmljivač odjeće - vidi 4134214	23	4134164	službenik u distribuciji	921
24	4134234	iznajmljivač soba - vidi 4134214	24	4211114	blagajnik u prodavaonici	922
25	4134244	iznajmljivač vozila - vidi 4134214	25	4211212	prodavač ulaznica	922
26	4134254	iznajmljivač plovila - vidi 4134214	26	5220112	dostavljač robe	921
27	4134264	iznajmljivač opreme - vidi 4134214	27	5220213	prodavač	922
28	5220112	dostavljač robe	28	5220225	trgovac	922
29	5220213	prodavač	29	5220232	prodavač u kiosku i tržnici	922
30	5220225	trgovac	30	5220244	prodavač kemikalija za poljoprivredu	922
31	5220232	prodavač u kiosku i tržnici - razvojitih zanimanja	31	5220254	prodavač vozila	922
32	5220244	prodavač kemikalija za poljoprivredu	32	5220314	trgovački demonstrator i prodavač	922
33	5220254	prodavač vozila	33	9111111	ulični prodavač	922
34	5220314	trgovački demonstrator i prodavač	34	9111121	prodavač na priredbama	922
35	9111111	ulični prodavač	35	9113111	prodavač telefonom	922
36	9111121	prodavač na priredbama	36	9113121	prodavač po kućama	922
37	9113111	prodavač telefonom	37	9330421	trgovački radnik	922
38	9113121	prodavač po kućama (prodavač u direktnoj prodaji - prodajni zastupnici)				

## Dodatak 5.

### Analiza novih zanimanja iz profila podsektora

Rbr	Šifra NKZ	Nova zanimanja - kriterij Pravilnik o klasifikaciji prodavaonica i drugih oblika trgovine na malo	Grupa unutar podsektora
1		prodavač prehrambenih proizvoda	922
2		prodavač na benzinskoj postaji	922
3		prodavač u prodavaonici na benzinskoj postaji	922
4		prodavač neprehrambenih proizvoda	922
5		prodavač u robnoj kući	922
6		prodavač u trgovačkom centru	922
7		prodavač u outlec centru	922
8		prodavač u prodavaonici rabljenih stvari	922
9		prodavač u ljekarni	922
10		prodavač u prodavaonici veterinarskih proizvoda	922
11		prodavač u kiosku	razdvojeno od prodavača na tržnicama
12		prodavač na štandovima i klupama	u sklopu i izvan tržnica
13		prodavač u pokretnoj prodaji	922
14		prodavač u direktnoj prodaji	profil podsektora v1: prodavač po kućama
15		prodavač u kataloškoj prodaji	922
16		prodavač u TV prodaji	922
17		on-line prodavač	922
18		prodavači s rashladnim škrinjama i vitrinama	922
19		kolporter	922
20		prodavač motocikala	NKD
21		voditelj blagajne	922
22		službenik za reklamacije	922

## Dodatak 6.

### Djelatnosti po podsektorima (NKD)

Šifra	Razina	Naziv djelatnosti
G	1	TRGOVINA NA VELIKO I NA MALO; POPRAVAK MOTORNIM VOZILA I MOTOCIKALA
45	2	Trgovina na veliko i na malo motornim vozilima i motociklima; popravak motornih vozila i motocikala
45.1	3	Trgovina motornim vozilima
45.11	4	Trgovina automobilima i motornim vozilima lake kategorije
45.19	4	Trgovina ostalim motornim vozilima
45.2	3	Održavanje i popravak motornih vozila
45.20	4	Održavanje i popravak motornih vozila
45.3	3	Trgovina dijelovima i priborom za motorna vozila
45.31	4	Trgovina na veliko dijelovima i priborom za motorna vozila
45.32	4	Trgovina na malo dijelovima i priborom za motorna vozila
45.4	3	Trgovina motociklima, dijelovima i priborom za motocikle te održavanje i popravak motocikala
45.40	4	Trgovina motociklima, dijelovima i priborom za motocikle te održavanje i popravak motocikala
46	2	Trgovina na veliko, osim trgovine motornim vozilima i motociklima
46.1	3	Trgovina na veliko uz naplatu ili na osnovi ugovora
46.11	4	Posredovanje u trgovini poljoprivrednim sirovinama, živom stokom, tekstilnim sirovinama i poluproizvodima
46.12	4	Posredovanje u trgovini gorivima, rudama, metalima i industrijskim kemijskim proizvodima
46.13	4	Posredovanje u trgovini drvom i građevinskim materijalom
46.14	4	Posredovanje u trgovini strojevima, industrijskom opremom, brodovima i zrakoplovima
46.15	4	Posredovanje u trgovini namještajem, proizvodima za kućanstvo i željeznom robom
46.16	4	Posredovanje u trgovini tekstilom, odjećom, krznom, obućom i kožnim proizvodima
46.17	4	Posredovanje u trgovini hranom, pićima i duhanom



---

46.18	4	Posredovanje u trgovini specijaliziranoj za određene proizvode
46.19	4	Posredovanje u trgovini raznovrsnim proizvodima
46.2	3	Trgovina na veliko poljoprivrednim sirovinama i živom stokom
46.21	4	Trgovina na veliko žitaricama, sirovim duhanom, sjemenjem i stočnom hranom
46.22	4	Trgovina na veliko cvijećem i sadnicama
46.23	4	Trgovina na veliko živom stokom
46.24	4	Trgovina na veliko sirovim i štavljenim kožama
46.3	3	Trgovina na veliko hranom, pićima i duhanom
46.31	4	Trgovina na veliko voćem i povrćem
46.32	4	Trgovina na veliko mesom i mesnim proizvodima
46.33	4	Trgovina na veliko mlijekom, mliječnim proizvodima, jajima, jestivim uljima i mastima
46.34	4	Trgovina na veliko pićima
46.35	4	Trgovina na veliko duhanskim proizvodima
46.36	4	Trgovina na veliko šećerom, čokoladom i bombonima
46.37	4	Trgovina na veliko kavom, čajem, kakaom i začinima
46.38	4	Trgovina na veliko ostalom hranom uključujući ribe, rakove i školjke
46.39	4	Nespecijalizirana trgovina na veliko hranom, pićima i duhanskim proizvodima
46.4	3	Trgovina na veliko proizvodima za kućanstvo
46.41	4	Trgovina na veliko tekstilom
46.42	4	Trgovina na veliko odjećom i obućom
46.43	4	Trgovina na veliko električnim aparatima za kućanstvo
46.44	4	Trgovina na veliko porculanom, staklom i sredstvima za čišćenje
46.45	4	Trgovina na veliko parfemima i kozmetikom
46.46	4	Trgovina na veliko farmaceutskim proizvodima
46.47	4	Trgovina na veliko namještajem, sagovima i opremom za rasvjetu

---

---

46.48	4	Trgovina na veliko satovima i nakitom
46.49	4	Trgovina na veliko ostalim proizvodima za kućanstvo
46.5	3	Trgovina na veliko informacijsko-komunikacijskom opremom
46.51	4	Trgovina na veliko računalima, perifernom opremom i softverom
46.52	4	Trgovina na veliko elektroničkim i telekomunikacijskim dijelovima i opremom
46.6	3	Trgovina na veliko ostalim strojevima, opremom i priborom
46.61	4	Trgovina na veliko poljoprivrednim strojevima, opremom i priborom
46.62	4	Trgovina na veliko alatnim strojevima
46.63	4	Trgovina na veliko strojevima za rudnike i građevinarstvo
46.64	4	Trgovina na veliko strojevima za tekstilnu industriju te strojevima za šivanje i pletenje
46.65	4	Trgovina na veliko uredskim namještajem
46.66	4	Trgovina na veliko ostalim uredskim strojevima i opremom
46.69	4	Trgovina na veliko ostalim strojevima i opremom
46.7	3	Ostala specijalizirana trgovina na veliko
46.71	4	Trgovina na veliko krutim, tekućim i plinovitim gorivima i srodnim proizvodima
46.72	4	Trgovina na veliko metalima i metalnim rudama
46.73	4	Trgovina na veliko drvom, građevinskim materijalom i sanitarnom opremom
46.74	4	Trgovina na veliko željeznom robom, instalacijskim materijalom i opremom za vodovod i grijanje
46.75	4	Trgovina na veliko kemijskim proizvodima
46.76	4	Trgovina na veliko ostalim poluproizvodima
46.77	4	Trgovina na veliko ostacima i otpacima
46.9	3	Nespecijalizirana trgovina na veliko
46.90	4	Nespecijalizirana trgovina na veliko
47	2	Trgovina na malo, osim trgovine motornim vozilima i motociklima
47.1	3	Trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama

---

47.11	4	Trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama pretežno hranom, pićima i duhanskim proizvodima
47.19	4	Ostala trgovina na malo u nespecijaliziranim prodavaonicama
47.2	3	Trgovina na malo hranom, pićima i duhanskim proizvodima u specijaliziranim prodavaonicama
47.21	4	Trgovina na malo voćem i povrćem u specijaliziranim prodavaonicama
47.22	4	Trgovina na malo mesom i mesnim proizvodima u specijaliziranim prodavaonicama
47.23	4	Trgovina na malo ribama, rakovima i školjkama u specijaliziranim prodavaonicama
47.24	4	Trgovina na malo kruhom, pecivom, kolačima, tjesteninama, bombonima i slatkišima u specijaliziranim prodavaonicama
47.25	4	Trgovina na malo pićima u specijaliziranim prodavaonicama
47.26	4	Trgovina na malo duhanskim proizvodima u specijaliziranim prodavaonicama
47.29	4	Ostala trgovina na malo prehrambenim proizvodima u specijaliziranim prodavaonicama
47.3	3	Trgovina na malo motornim gorivima i mazivima u specijaliziranim prodavaonicama
47.30	4	Trgovina na malo motornim gorivima i mazivima u specijaliziranim prodavaonicama
47.4	3	Trgovina na malo informacijsko-komunikacijskom opremom u specijaliziranim prodavaonicama
47.41	4	Trgovina na malo računalima, perifernim jedinicama i softverom u specijaliziranim prodavaonicama
47.42	4	Trgovina na malo telekomunikacijskom opremom u specijaliziranim prodavaonicama
47.43	4	Trgovina na malo audio i videoopremom u specijaliziranim prodavaonicama
47.5	3	Trgovina na malo ostalom opremom za kućanstvo u specijaliziranim prodavaonicama
47.51	4	Trgovina na malo tekstilom u specijaliziranim prodavaonicama
47.52	4	Trgovina na malo željeznom robom, bojama i staklom u specijaliziranim prodavaonicama
47.53	4	Trgovina na malo sagovima i prostiračima za pod, zidnim i podnim oblogama u specijaliziranim prodavaonicama
47.54	4	Trgovina na malo električnim aparatima za kućanstvo u specijaliziranim prodavaonicama
47.59	4	Trgovina na malo namještajem, opremom za rasvjetu i ostalim proizvodima za kućanstvo u specijaliziranim prodavaonicama
47.6	3	Trgovina na malo proizvodima za kulturu i rekreaciju u specijaliziranim prodavaonicama
47.61	4	Trgovina na malo knjigama u specijaliziranim prodavaonicama
47.62	4	Trgovina na malo novinama, papirnatom robom i pišaćim priborom u specijaliziranim prodavaonicama

47.63	4	Trgovina na malo glazbenim i videozapisima u specijaliziranim prodavaonicama
47.64	4	Trgovina na malo sportskom opremom u specijaliziranim prodavaonicama
47.65	4	Trgovina na malo igrama i igračkama u specijaliziranim prodavaonicama
47.7	3	Trgovina na malo ostalom robom u specijaliziranim prodavaonicama
47.71	4	Trgovina na malo odjećom u specijaliziranim prodavaonicama
47.72	4	Trgovina na malo obućom i proizvodima od kože u specijaliziranim prodavaonicama
47.73	4	Ljekarne
47.74	4	Trgovina na malo medicinskim pripravcima i ortopedskim pomagalicama u specijaliziranim prodavaonicama
47.75	4	Trgovina na malo kozmetičkim i toaletnim proizvodima u specijaliziranim prodavaonicama
47.76	4	Trgovina na malo cvijećem, sadnicama, sjemenjem, gnojivom, kućnim ljubimcima i hranom za kućne ljubimce u specijaliziranim prodavaonicama
47.77	4	Trgovina na malo satovima i nakitom u specijaliziranim prodavaonicama
47.78	4	Ostala trgovina na malo novom robom u specijaliziranim prodavaonicama
47.79	4	Trgovina na malo rabljenom robom u specijaliziranim prodavaonicama
47.8	3	Trgovina na malo na štandovima i tržnicama
47.81	4	Trgovina na malo hranom, pićima i duhanskim proizvodima na štandovima i tržnicama
47.82	4	Trgovina na malo tekstilom, odjećom i obućom na štandovima i tržnicama
47.89	4	Trgovina na malo ostalom robom na štandovima i tržnicama
47.9	3	Trgovina na malo izvan prodavaonica, štandova i tržnica
47.91	4	Trgovina na malo preko pošte ili interneta
47.99	4	Ostala trgovina na malo izvan prodavaonica, štandova i tržnica

## Dodatak 7.

---

### Sažetak istraživanja i analize radnih mjesta i potrebnih kompetencija kod poslodavaca u podsektoru

#### Analiza postojećih radnih mjesta i kompetencija u podsektoru Trgovina



- Provedeno je anketno istraživanje postojećih radnih mjesta i potrebnih kompetencija interview-om kod 6 poslodavaca sa 6.435 zaposlenika (= 3,5% ukupnog broja zaposlenika u podsektoru)
- uneseni podatci o potrebnim kompetencijama za sljedeća radna mjesta:
  - skladištar, vozač teretnog vozila, prodavač, blagajnik, prodavač-blagajnik, voditelj blagajne, poslovođa, voditelj poslovnice, unapređivač prodaje, referent u nabavi, marketingu i dijagnostici, prodajni predstavnik, komercijalist, ali i farmaceutski tehničar i mesar
- Odgovori 5 poslodavaca iz djelatnosti trgovine (NKD 46 i 47 i 3.318 zaposlenih – 1,8%) iz on-line anketnog upitnika za Sektor elektrotehnike i računarstva ukazali na njihovu potrebu za zapošljavanjem zanimanja: 1. Tehničar za podršku korisnicima; 2. Sistem administrator; 3. Serviser IT opreme; 4. Operater i 5. Programer.
- Pokrenuta suradnja s Udrugom trgovine pri Hrvatskoj udruzi poslodavaca (HUP) s on-line anketnim upitnikom za poslodavce članice. Do 10.6.2011. stiglo 9 odgovora poslodavaca sa 7.446 zaposlenika (=4% ukupnog broja zaposlenika kod pravnih osoba u djelatnosti trgovine). Uneseni podatci o potrebnim kompetencijama za sljedeća radna mjesta: skladištar, prodavač, prodavač novih vozila, prodajni predstavnik, mehaničar.

## Dodatak 8.

---

### Matrica kompetencija

Nalazi se u digitalnom obliku uz profil podsektora.

## Dodatak 9.

---

### Analiza skupina kompetencija potrebnih poslodavcima u podsektorskim zanimanjima

Komunikacija s dobavljačima na ispravan način	Poslovna komunikacija	Poslovna komunikacija	
Poznavanje pravila čuvanja i zaštite proizvoda	Poznavanje robe	Poznavanje robe	
Provjera roka trajanja proizvoda			
Matematički računati, procijeniti	Matematika	Matematika i logika	
Logički i prostorno razmišljati	Logika		
Sudjelovanje i pomaganje u radu popisne komisije	Inventura		
Prijem i otprema robe	Skladišno poslovanje	Trgovinsko poslovanje	SKLADIŠTAR
Manipulacija robom u skladištu			
Provjera ispravnosti bar kodova	Trgovinsko poslovanje		
Pravilno rukovanje zalihama			
Poznavanje rada na računalu	Informatička pismenost	Informatika	
Poznavanje informatičkih programa			
sigurno i pravilno upotrebljavati opremu, alat, vilicar	Upravljanje uređajima		
Upravljanje vilicarom			
Postivati radna pravila i procedure, koristiti ih	Organizacija rada	Organizacija rada	
Primjena mjera zaštite na radu	Zaštita na radu		

Jasno usmeno i pismeno komunicirati na materinjem jeziku	Poslovna komunikacija	Poslovna komunikacija	
Komunikacija na profesionalan način			
Razumijevanje potreba kupaca	Psihologija prodaje	Psihologija prodaje	
Sposobnost održati pozitivan stav prema kupcima			
Otvoren za promene i poboljšanja	Poduzetništvo	Poduzetništvo	
Usmjerenost rezultatima			
Želja za učenjem	Učenje		
Pružanje stručnih savjeta o proizvodu	Poznavanje robe	Poznavanje robe	
Poznavati asortiman			
Rukovati online uređajem	Upravljanje uređajima		
Postivati radna pravila i procedure, koristiti ih	Organizacija rada	Organizacija rada	
Konstruktivno i kooperativno raditi u timu			
Poznavanje pravila zaštite na radu	Zaštita na radu		
Održavati osobnu higijenu radnog mjesta	Higijena	Higijena	PRODAVAC
Očistiti radno mjesto			
Poznavanje akcija	Promocijske aktivnosti		
Prezentacija proizvoda kupcu	Prezentacija i prodaja	Prezentacija i prodaja	
Posluživanje kupaca			
Matematički računati i procijeniti	Matematika	Matematika i logika	
Logički i prostorno razmišljati	Logika		
Obračunati, naplatiti i pomoći kupcu pri pakiranju proizvoda	Blagajničko poslovanje		
Napraviti obračun blagajne po završetku smjene			
Sudjelovanje u radu popisne komisije	Inventura	Trgovinsko poslovanje	
Zaprimiti i skladištiti proizvode	Skladišno poslovanje		
Pripremiti, sortirati i izložiti proizvode na policama	Trgovinsko poslovanje		
Mjeriti, vagati, brojiti proizvode i označavati cijene			
Razumjeti informatičke programe	Informatička pismenost	Informatička pismenost	
Poznavanje informatičkog sustava u trgovini			
Jasno usmeno i pismeno komunicirati na engleskom jeziku	Strani jezik	Strani jezik	

Komunicirati s proizvođačima/dobavljačima	Poslovna komunikacija	Poslovna komunikacija	
Aktivno slušanje			
Dobro poznavanje asortimana	Poznavanje robe	Poznavanje robe	
Održavati profesionalnu motivaciju	Organizacija rada	Organizacija rada	
Samostalno rješavati probleme			
Rješavanje reklamacija i pritužba	Psihologija prodaje	Psihologija prodaje	
Pozornost i orijentiranost na potrebe kupca			
Poznavanje složenijih matematičkih i gospodarskih izračuna	Matematika	Matematika	
Biti otvoren prema tehnološkim i poduzetničkim inovacijama	Poduzetništvo	Poduzetništvo	
Kontinuirana analiza i obrada tržišta			
Briga o dovoljnim količinama asortimana na prodajnim mjestima	Trgovinsko poslovanje	Trgovinsko poslovanje	
Sudjelovati u izradi plana nabave, nabavi i plaćanju proizvoda			
Osiguranje prodaje u okviru zadanih kriterija	Prezentacija i prodaja		KOMERCIJALIST
Prodajne sposobnosti			
Planiranje i organiziranje aktivnosti unapređenja prodaje	Promocijske aktivnosti	Marketing	
Uvođenje novih proizvoda			
Poznavanje osnova marketinga	Marketing		
Poznavanje carinskih propisa	Vanjskotrg. poslovanje	Vanjskotrg. poslovanje	
Poznavanje načela i tehnika uvoza			
Poznavanje propisa špedicije i osiguranja	Špedicija i osiguranje	Logistika, šped. i osiguranje	
Poznavanje osnova logistike	Logistika		
Poznavanje osnova trgovačkog prava	Trgovačko pravo	Trgovačko pravo	
Izračun profitabilnosti	Financijsko poslovanje	Računovodstvo i financije	
Računovodstvena znanja	Računovodstvo		
Poslovno pregovaranje/Pregovaračke vještine	Pregovaranje	Pregovaranje	
Poznavanje Informatičkih programa	Informatička pismenost	Informatička pismenost	
Rad na računalu			
Jasno usmeno i pismeno komunicirati na stranom jeziku	Strani jezik	Strani jezik	





B2. (Upišite na crtu) Navedite do 2 ključna radna mjesta na razini niže ili srednje stručne spreme na kojima planirate zapošljavati unutar sektora TRGOVINE

Radno mjesto 5 \_\_\_\_\_ Broj zaposlenih

Radno mjesto 6 \_\_\_\_\_ Broj zaposlenih

B3. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto 1 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (zaposlenik bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primati i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)*

*Primjer teoretskih stručnih znanja (zaposlenik bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (poznavati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznavati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznavati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznavati poslovno pregovaranje, poznavati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznavati osnove trgovačkog prava)*

NAPOMENA: molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

B4. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto radno mjesto 1 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija (znanja i sposobnosti) koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer općih i socijalnih vještina (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. poštivati radna pravila, procedure, politike i koristiti ih u radnom procesu, biti otvoren prema učinkovitim poslovnim inovacijama, kvalitetno prezentirati proizvod kupcu, konstruktivno i kooperativno raditi u timu, komunicirati s kupcem na materinjem i jednom stranom jeziku, istovremeno obavljati više zadataka, promicati poduzetničke vrijednosti, izvoditi gospodarske račune, primjenjivati matematičke i statističke analize u izvještajima)*

*Primjer općih i socijalnih znanja (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. logički i prostorno promišljati, razumjeti osnovne informatičke programe i tehnološke inovacije, jasno se izražavati na materinjem jeziku u usmenoj i pismenoj komunikaciji, poznavati osnove komunikacije na stranom jeziku, računati, procijeniti i logički promišljati, biti sposoban organizirati rad na osobnoj razini i u timu, razumjeti važnost poduzetništva, osnove financijskog poslovanja, računovodstva, marketinških principa u prodaji, poslovne logistike, pregovaranja)*

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

B5. (Zaokružite) Ocijenite je li, i ako jest koliko, u obrazovanom procesu za radno mjesto 1 važna stručna praksa:

- Nije važna

- Neophodna je

B.1. Stručna praksa trebala bi biti zastupljena tijekom cjelokupnog školovanja u ukupnom trajanju od: \_\_\_\_\_ tjedana.

B.2. od toga bi u školskoj radionici trebalo biti realizirano \_\_\_% a preostalo kod poslodavca.

B6. (Zaokružite) Za radno mjesto 1 je poželjna razina formalnog obrazovanja:

- završeno osposobljavanje za jednostavne poslove nakon završene osnovne škole (HKO razina 2)

- završen jednogodišnji ili dvogodišnji srednjoškolski program (razina HKO 3)

- položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)

- položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B7. (Zaokružite) Može li posao za radno mjesto 1 obavljati osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

## Upitnik o radnom mjestu br. 2

B3. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto 2 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (zaposlenik bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primati i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)*

*Primjer teoretskih stručnih znanja (zaposlenik bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (poznavati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznavati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznavati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznavati poslovno pregovaranje, poznavati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznavati osnove trgovačkog prava)*

**NAPOMENA:** molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

- B4. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto radno mjesto 2 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija (znanja i sposobnosti) koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne sprema da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer općih i socijalnih vještina (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. poštivati radna pravila, procedure, politike i koristiti ih u radnom procesu, biti otvoren prema učinkovitim poslovnim inovacijama, kvalitetno prezentirati proizvod kupcu, konstruktivno i kooperativno raditi u timu, komunicirati s kupcem na materinjem i jednom stranom jeziku, istovremeno obavljati više zadataka, promicati poduzetničke vrijednosti, izvoditi gospodarske račune, primjenjivati matematičke i statističke analize u izvještajima)*

*Primjer općih i socijalnih znanja (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. logički i prostorno promišljati, razumjeti osnovne informatičke programe i tehnološke inovacije, jasno se izražavati na materinjem jeziku u usmenoj i pismenoj komunikaciji, poznavati osnove komunikacije na stranom jeziku, računati, procijeniti i logički promišljati, biti sposoban organizirati rad na osobnoj razini i u timu, razumjeti važnost poduzetništva, osnove financijskog poslovanja, računovodstva, marketinških principa u prodaji, poslovne logistike, pregovaranja)*

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

- B5. (Zaokružite) Ocijenite je li, i ako jest koliko, u obrazovanom procesu za radno mjesto 2 važna stručna praksa:

- Nije važna

- Neophodna je

B.1. stručna praksa trebala bi biti zastupljena tijekom cjelokupnog školovanja u ukupnom trajanju od: \_\_\_\_\_ tjedana.

B.2. od toga bi u školskoj radionici trebalo biti realizirano \_\_\_% a preostalo kod poslodavca.

- B6. (Zaokružite) Za radno mjesto 2 je poželjna razina formalnog obrazovanja:
- završeno osposobljavanje za jednostavne poslove nakon završene osnovne škole (HKO razina 2)
  - završen jednogodišnji ili dvogodišnji srednjoškolski program (razina HKO 3)
  - položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)
  - položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)
- B7. (Zaokružite) Može li posao za radno mjesto 2 obavljati osoba sa invaliditetom ?
- A) NE
- B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

### Upitnik o radnom mjestu br. 3

- B3. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto 3 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne sprema da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (zaposlenik bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primati i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)

Primjer teoretskih stručnih znanja (zaposlenik bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (poznavati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznavati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznavati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznavati poslovno pregovaranje, poznavati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznavati osnove trgovačkog prava)

NAPOMENA: molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		

4

5

6

7

8

9

- B4. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto radno mjesto 3 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija (znanja i sposobnosti) koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne sprema da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer općih i socijalnih vještina (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. poštivati radna pravila, procedure, politike i koristiti ih u radnom procesu, biti otvoren prema učinkovitim poslovnim inovacijama, kvalitetno prezentirati proizvod kupcu, konstruktivno i kooperativno raditi u timu, komunicirati s kupcem na materinjem i jednom stranom jeziku, istovremeno obavljati više zadataka, promicati poduzetničke vrijednosti, izvoditi gospodarske račune, primjenjivati matematičke i statističke analize u izvještajima)*

*Primjer općih i socijalnih znanja (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. logički i prostorno promišljati, razumjeti osnovne informatičke programe i tehnološke inovacije, jasno se izražavati na materinjem jeziku u usmenoj i pismenoj komunikaciji, poznavati osnove komunikacije na stranom jeziku, računati, procijeniti i logički promišljati, biti sposoban organizirati rad na osobnoj razini i u timu, razumjeti važnost poduzetništva, osnove financijskog poslovanja, računovodstva, marketinških principa u prodaji, poslovne logistike, pregovaranja)*

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

- B5. (Zaokružite) Ocijenite je li, i ako jest koliko, u obrazovanom procesu za radno mjesto 3 važna stručna praksa:

- Nije važna

- Neophodna je

- B.1. Stručna praksa trebala bi biti zastupljena tijekom cjelokupnog školovanja u ukupnom trajanju od: \_\_\_\_\_ tjedana.
- B.2. od toga bi u školskoj radionici trebalo biti realizirano \_\_\_% a preostalo kod poslodavca.
- B6. (Zaokružite) Za radno mjesto 3 je poželjna razina formalnog obrazovanja:
- završeno osposobljavanje za jednostavne poslove nakon završene osnovne škole (HKO razina 2)
  - završen jednogodišnji ili dvogodišnji srednjoškolski program (razina HKO 3)
  - položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)
  - položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)
- B7. (Zaokružite) Može li posao za radno mjesto 3 obavljati osoba sa invaliditetom?
- A) NE
- B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

#### Upitnik o radnom mjestu br. 4

- B3. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto 4 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne sprema da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (zaposlenik bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primati i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)*

*Primjer teoretskih stručnih znanja (zaposlenik bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (poznati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznati poslovno pregovaranje, poznati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznati osnove trgovačkog prava)*

**NAPOMENA:** molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).



R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

- B4. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto radno mjesto 4 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija (znanja i sposobnosti) koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer općih i socijalnih vještina (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. poštivati radna pravila, procedure, politike i koristiti ih u radnom procesu, biti otvoren prema učinkovitim poslovnim inovacijama, kvalitetno prezentirati proizvod kupcu, konstruktivno i kooperativno raditi u timu, komunicirati s kupcem na materinjem i jednom stranom jeziku, istovremeno obavljati više zadataka, promicati poduzetničke vrijednosti, izvoditi gospodarske račune, primjenjivati matematičke i statističke analize u izvještajima)*

*Primjer općih i socijalnih znanja (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. logički i prostorno promišljati, razumjeti osnovne informatičke programe i tehnološke inovacije, jasno se izražavati na materinjem jeziku u usmenoj i pismenoj komunikaciji, poznavati osnove komunikacije na stranom jeziku, računati, procijeniti i logički promišljati, biti sposoban organizirati rad na osobnoj razini i u timu, razumjeti važnost poduzetništva, osnove financijskog poslovanja, računovodstva, marketinških principa u prodaji, poslovne logistike, pregovaranja)*

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

B5. (Zaokružite) Ocijenite je li, i ako jest koliko, u obrazovanom procesu za radno mjesto 4 važna stručna praksa:

- Nije važna

- Neophodna je

B.1. Stručna praksa trebala bi biti zastupljena tijekom cjelokupnog školovanja u ukupnom trajanju od: \_\_\_\_\_ tjedana.

B.2. od toga bi u školskoj radionici trebalo biti realizirano \_\_\_% a preostalo kod poslodavca.

B6. (Zaokružite) Za radno mjesto 4 je poželjna razina formalnog obrazovanja:

- završeno osposobljavanje za jednostavne poslove nakon završene osnovne škole (HKO razina 2)

- završen jednogodišnji ili dvogodišnji srednjoškolski program (razina HKO 3)

- položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)

- položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B7. (Zaokružite) Može li posao za radno mjesto 4 obavljati osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

### Upitnik o radnom mjestu br. 5

B3. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto 5 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (zaposlenik bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primati i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)*

*Primjer teoretskih stručnih znanja (zaposlenik bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (poznati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznati poslovno pregovaranje, poznati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznati osnove trgovačkog prava)*

**NAPOMENA:** molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

B4. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto radno mjesto 5 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija (znanja i sposobnosti) koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer općih i socijalnih vještina (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. poštivati radna pravila, procedure, politike i koristiti ih u radnom procesu, biti otvoren prema učinkovitim poslovnim inovacijama, kvalitetno prezentirati proizvod kupcu, konstruktivno i kooperativno raditi u timu, komunicirati s kupcem na materinjem i jednom stranom jeziku, istovremeno obavljati više zadataka, promicati poduzetničke vrijednosti, izvoditi gospodarske račune, primjenjivati matematičke i statističke analize u izvještajima)*

*Primjer općih i socijalnih znanja (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. logički i prostorno promišljati, razumjeti osnovne informatičke programe i tehnološke inovacije, jasno se izražavati na materinjem jeziku u usmenoj i pismenoj komunikaciji, poznavati osnove komunikacije na stranom jeziku, računati, procijeniti i logički promišljati, biti sposoban organizirati rad na osobnoj razini i u timu, razumjeti važnost poduzetništva, osnove financijskog poslovanja, računovodstva, marketinških principa u prodaji, poslovne logistike, pregovaranja)*

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		

---

7

---

8

---

9

---

B5. (Zaokružite) Ocijenite je li, i ako jest koliko, u obrazovanom procesu za radno mjesto 5 važna stručna praksa:

- Nije važna

- Neophodna je

B.1. Stručna praksa trebala bi biti zastupljena tijekom cjelokupnog školovanja u ukupnom trajanju od: \_\_\_\_\_ tjedana.

B.2. od toga bi u školskoj radionici trebalo biti realizirano \_\_\_% a preostalo kod poslodavca.

B6. (Zaokružite): Za radno mjesto 5 je poželjna razina formalnog obrazovanja:

- završeno osposobljavanje za jednostavne poslove nakon završene osnovne škole (HKO razina 2)

- završen jednogodišnji ili dvogodišnji srednjoškolski program (razina HKO 3)

- položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)

- položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B7. (Zaokružite) Može li posao za radno mjesto 5 obavljati osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

### Upitnik o radnom mjestu br. 6

B3. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto 6 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (zaposlenik bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati

s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primati i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)

Primjer teoretskih stručnih znanja (zaposlenik bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (poznavati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznavati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznavati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznavati poslovno pregovaranje, poznavati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznavati osnove trgovačkog prava)

NAPOMENA: molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

B4. (Ispunite tablicu) Za radno mjesto radno mjesto 6 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija (znanja i sposobnosti) koje bi trebao imati zaposlenik na razini niže ili srednje stručne spreme da bi Vašoj tvrtki omogućio bolju konkurentnost na tržištu i bio time poželjan za zapošljavanje;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

Primjer općih i socijalnih vještina (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. poštivati radna pravila, procedure, politike i koristiti ih u radnom procesu, biti otvoren prema učinkovitim poslovnim inovacijama, kvalitetno prezentirati proizvod kupcu, konstruktivno i kooperativno raditi u timu, komunicirati s kupcem na materinjem i jednom stranom jeziku, istovremeno obavljati više zadataka, promicati poduzetničke vrijednosti, izvoditi gospodarske račune, primjenjivati matematičke i statističke analize u izvještajima)

Primjer općih i socijalnih znanja (zaposlenik bi trebao biti sposoban): (npr. logički i prostorno promišljati, razumjeti osnovne informatičke programe i tehnološke inovacije, jasno se izražavati na materinjem jeziku u usmenoj i pismenoj komunikaciji, poznavati osnove komunikacije na stranom jeziku, računati, procijeniti i logički promišljati, biti sposoban organizirati rad na osobnoj razini i u timu, razumjeti važnost poduzetništva, osnove financijskog poslovanja, računovodstva, marketinških principa u prodaji, poslovne logistike, pregovaranja)

R/br.	Kompetencija	Stječe se prvenstveno kroz: (Upišite: srednjoškolsko obrazovanje ili rad)
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		

B5. (Zaokružite) Ocijenite je li, i ako jest koliko, u obrazovanom procesu za radno mjesto 6 važna stručna praksa:

- Nije važna

- Neophodna je

B.1. Stručna praksa trebala bi biti zastupljena tijekom cjelokupnog školovanja u ukupnom trajanju od: \_\_\_\_\_ tjedana.

B.2. od toga bi u školskoj radionici trebalo biti realizirano \_\_\_% a preostalo kod poslodavca.

B6. (Zaokružite) Za radno mjesto 6 je poželjna razina formalnog obrazovanja:

- završeno osposobljavanje za jednostavne poslove nakon završene osnovne škole (HKO razina 2)

- završen jednogodišnji ili dvogodišnji srednjoškolski program (razina HKO 3)

- položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)

- položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B7. (Zaokružite) Može li posao za radno mjesto 6 obavljati osoba sa invaliditetom?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

## UPITNIK ZA VISOKOŠKOLSKE USTANOVE

### Uvod

Poštovani,

Republika Hrvatska planira do kraja 2012. godine uvesti Hrvatski kvalifikacijski okvir (HKO) koji u osnovi predstavlja detaljan opis obrazovnih programa, njihovih sastavnih dijelova, obrazovnih kvalifikacija te zanimanja za koja pojedini programi obrazovanja pripremaju učenike / studente. U okviru ovih aktivnosti provest će se reforma postojećih programa na svim obrazovnim razinama, a posebno u srednjoškolskom strukovnom obrazovanju u kojem je danas upisano preko 70% od ukupnog broja srednjoškolskih učenika. Ovaj postupak provodi Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih i Sektorska vijeća sastavljena od predstavnika obrazovanja, tržišta rada i socijalnih partnera za ukupno 13 strukovnih obrazovnih sektora. Cilj ovog procesa je izgradnja takvog sustava strukovnog obrazovanja koji je u stanju zadovoljiti potrebe poslodavaca i pomoći u razvoju njihove konkurentnosti na domaćem i stranom tržištu.

Kao istaknutu visokoškolsku ustanovu, molimo Vas ispred Sektorskog vijeća obrazovnog sektora za Ekonomiju, trgovinu i poslovnu administraciju – PODSEKTOR TRGOVINA da ispunite priloženi upitnik i tako svojim doprinosom osigurate izradu novih obrazovnih programa unutar podsektora koji će i Vama sutra osigurati kvalitetnije posloprimce s boljim znanjima i kompetencijama. Rezultati ove ankete obradit će se statistički te će poslužiti za predlaganje novih i izmjene postojećih obrazovnih programa.

### Pitanja o Visokoškolskoj ustanovi

- A1. Naziv ustanove:
- A2. Županija u kojoj ustanova djeluje:
- A3. Radno mjesto (položaj) osobe koja ispunjava upitnik:
- A4. Provodite: stručni / sveučilišni /oba studij:

### Pitanja o studijima koji provodite, a u koje se upisuju učenici sa završenim srednjoškolskim strukovnim obrazovanjem

- B1. Navedite do 4 studijska programa na Vašoj instituciji u koje se upisuju učenici sa završenim srednjoškolskim strukovnim obrazovanjem u iz podsektora trgovine.

Studijski program 1 ..... Broj studenata upisanih u 2010  
..... od toga studenata koji su završili program strukovnog obrazovanja  
unutar podsektora trgovine .....



Studijski program 2 ..... Broj studenata upisanih u 2010..... od toga studenata koji su završili program strukovnog obrazovanja unutar sektora trgovine .....

Studijski program 3 ..... Broj studenata upisanih u 2010..... od toga studenata koji su završili program strukovnog obrazovanja unutar sektora trgovine .....

Studijski program 4 ..... Broj studenata upisanih u 2010..... od toga studenata koji su završili program strukovnog obrazovanja unutar sektora trgovine .....

Popis obrazovnih programa u podsektoru trgovine:

4 godišnji: Komercijalist.

3 godišnji: Prodavač, Prodavač JMO

2 godišnji: Skladištar

B2. Za Studijski program 1 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje Vaš studijski program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

Pod stručne kompetencije unesite stručna vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer praktičnih stručnih znanja vještina (student bi trebao moći učiniti, riješiti, postupiti u obavljanju radnih zadataka): (npr. skladištiti robu primjereno vrsti i namjeni, evidentirati robu, posluživati kupca i naplatiti mu proizvod, upravljati zalihama robe u prodavaonici, organizirati rad u smjenama, svakodnevno kontaktirati s prodajnom mrežom, kupcima dobavljačima, primiti i odgovarati na njihove zahtjeve, kontrolirati naplatu i osiguranja plaćanja)*

*Primjer teoretskih stručnih znanja (student bi trebao znati, razumjeti, analizirati, donijeti odluku u obavljanju radnih zadataka): (npr. poznavati pojam trgovine i uloge trgovine u gospodarstvu, razumjeti skladišno poslovanje, poznavati proizvod i načela pravilnog rukovanja proizvodom, opisati elemente učinkovitog komuniciranja s kupcem, poznavati principe prodaje, razumjeti informacijske sustave u trgovini, poznavati poslovno pregovaranje, poznavati faze kalkulacije nabave i prodaje, poznavati osnove trgovačkog prava)*

**NAPOMENA:** molimo ne unositi ovdje osobine ličnosti (npr. mora biti marljiv), opća znanja, vještine ili sposobnosti (npr. mora biti komunikativan) te ona znanja i vještine koja se ne stječu u srednjoškolskom obrazovanju (npr. mora imati vozačku dozvolu C kategorije i 5 godina iskustava u struci).

R/br.	Stručno znanje ili stručna kompetencija
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

- B3. Za Studijski program 1 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje Vaš studijski program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

*Primjer općih i socijalnih vještina (student bi trebao biti sposoban): npr. kvalitetno prezentirati proizvod kupcu te vlastitu ideju svojim nadređenima, bez straha iznositi vlastite ideje i prijedloge, rješavati konfliktne situacije pozitivnim i kooperativnim pristupom, poštivati radne procedure i koristiti ih u radnom procesu, biti sposoban raditi u timu...*

*Primjer općih i socijalnih znanja (student bi trebao biti sposoban): npr. jasno se izražavati na materinjem jeziku u pismenoj i usmenoj komunikaciji, vrlo dobro poznavati engleski jezik i poznavati još jedan strani jezik, prepoznati vrijednost timskog rada i osnove organizacije rada na osobnoj razini i u manjem timu...*

R/br.	Opće i socijalne vještine i znanja
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

B4. Za upis u Studijski program 1 unutar postupka državne mature tražimo:

Hrvatski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Engleski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Matematika – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

B5. Za upis u studijski program 1 najniža potrebna razina formalnog obrazovanja je:

1. položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)
2. položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B6. Može li studijski program 1 uspješno pohađati i završiti osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA i to sa tipom invaliditeta: \_\_\_\_\_

B7. Za Studijski program 2 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

R/br.	Stručno znanje ili stručna kompetencija
1	_____
2	_____
3	_____
4	_____
5	_____
6	_____
7	_____
8	_____
9	_____

B8. Za Studijski program 2 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

Pod opće i socijalne kompetencije unesite opće i socijalne vještine (sposobnosti) i znanja.

R/br.	Opće i socijalne vještine i znanja
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

B9. Za upis u Studijski program 2 unutar postupka državne mature tražimo:

Hrvatski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Engleski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Matematika – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

B10. Za upis u studijski program 2 najniža potrebna razina formalnog obrazovanja je:

1. položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)
2. položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B11. Može li studijski program 2 uspješno pohađati i završiti osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

B12. Za Studijski program 3 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

R/br.	Stručno znanje ili stručna kompetencija
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

- B13. Za Studijski program 3 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

R/br.	Opće i socijalne vještine i znanja
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

- B14. Za upis u Studijski program 3 unutar postupka državne mature tražimo:

Hrvatski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Engleski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Matematika – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

- B15. Za upis u studijski program 3 najniža potrebna razina formalnog obrazovanja je:
1. položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)
  2. položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B16. Može li studijski program 3 uspješno pohađati i završiti osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

- B17. Za Studijski program 4 navedite do 9 najznačajnijih STRUČNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

R/br.	Stručno znanje ili stručna kompetencija
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	

- B18. Za Studijski program 4 navedite do 9 najznačajnijih OPĆIH i SOCIJALNIH kompetencija koje bi trebao imati student koji upisuje program kako bi time ostvario što bolju uspješnost studiranja;

R/br.	Opće i socijalne vještine i znanja
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

---

8

---

9

---

B19. Za upis u Studijski program 4 unutar postupka državne mature tražimo:

Hrvatski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Engleski jezik – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

Matematika – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

\_\_\_\_\_ – (niža/viša) \_\_\_\_\_ razina

B20. Za upis u studijski program 4 najniža potrebna razina formalnog obrazovanja je:

1. položen završni ispit nakon trogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.1)
2. položen završni ispit (državna matura) nakon četverogodišnjeg srednjoškolskog obrazovanja (HKO razina 4.2.)

B21. Može li studijski program 4 uspješno pohađati i završiti osoba sa invaliditetom ?

A) NE

B) DA (Tip invaliditeta: \_\_\_\_\_)

## Dodatak 11.

---

### Sažetak analize obrazovnih programa u podsektoru

OP	ZADANJE	PRAKSE
1	Prikupiti sve postojeće programe	<p>Tablice nastavnih programa s predmetima i tjednim brojem sati</p> <p>Tabela "ASOO, Usporedba obrazovnih predmeta u podsektoru Trgovina"</p> <p>Zaključak s dokazom o uočenim preklapanjima</p> <p>(1) SKLADIŠTAR - dvogodišnji program, preklapanje obrazovnih predmeta s trogodišnjim programima PRODAVAČ i PRODAVAČ JMO</p> <p>(2) PRODAVAČ - preklapanje - PRODAVAČ JMO</p> <p>(3) preklapanja obrazovnih predmeta programa PRODAVAČ i PRODAVAČ JMO s programom KOMERCIJALIST</p> <p>Zaključak (1) i (3) ukazuje na vertikalnu prohodnost kvalifikacija SKLADIŠTAR → PRODAVAČ → KOMERCIJALIST</p>
2	Usporediti njihove sadržaje i sate, te uočiti preklapanja	
3	Određiti najmanji mogući broj budućih temeljnih kvalifikacija u sektoru	<p>Temeljne kvalifikacije (nastale grupiranjem sličnih programa nakon uočenog preklapanja) i prijedlozi modula za specijalizaciju</p> <p>PRODAVAČ</p> <p>KOMERCIJALIST u trgovini</p>
4	Ustanoviti njihovu utemeljenost uspoređivanjem s potrebama tržišta rada	<p>Argumentirana odluka o utemeljenosti odabranih temeljnih kvalifikacija u usporedbi s potrebama tržišta rada</p> <p>Radna mjesta:</p> <p>unapređivač prodaje → referent u nabavi, marketingu i dijagnostici → prodajni predstavnik → komercijalist → KOMERCIJALIST u trgovini</p> <p>Argumentirana odluka o:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. kvalifikaciji koja se treba ažurirati</li> <li>2. novoj kvalifikaciji koju treba stvoriti</li> <li>3. kvalifikaciji koja se treba osmisliti u suradnji s drugim sektorom/sektorima (on-line trgovina)</li> </ol>
5	Donijeti odluku o kvalifikaciji koju treba ažurirati, potpuno iz početka osmisliti te, ako ima potrebe, kvalifikaciju koju treba osmisliti u suradnji s drugim sektorom	



## Dodatak 12.

### Analiza obrazovnih programa u podsektoru (skladištar, prodavač JMO, prodavač i komercijalist)

Predmet:	Oznaka predmeta	Skladištar	Skladištar	Satnica	%
OPĆI					
Hrvatski jezik	opći	2,5; 2,5	1., 2. god.	5	8,1%
Računarstvo	opći	2; 0	1. god.	2	3,2%
Osnove informatike	opći				
Tjelesna i zdravstvena kultura	opći	1,5; 1,5	1., 2. god.	3	4,8%
Vjeronauk/Etika	opći	1; 1	1., 2. god.	2	3,2%
Strani jezik	opći				
Povijest	opći				
Geografija	opći				
Politika i gospodarstvo	opći				
Matematika	opći				
Strani jezik IIK	opći				
STRUČNI					
Strani jezik	s1	1; 1	1., 2. god.	2	3,2%
Poduzetništvo	s2	0; 1	2. god.	1	1,6%
Matematika u struci	s3	2; 1	1., 2. god.	3	4,8%
Trgovinsko poslovanje	s4	3; 3	1., 2. god.	6	9,7%
Poznavanje robe	s5	2; 2	1., 2. god.	4	6,5%
Higijena	s6				
Promidžbene aktivnosti	s7				
Psihologija prodaje	s8				
Poslovne komunikacije	s9				
Informatika	s10				
Računovodstvo	s11				
Osnove trgovačkog prava	s12				
Marketing	s13				
Transport, špedicija i osiguranje	s14				
Tehnika vanjskotrgovinskog poslovanja	s15				
IZBORNI					
Higijena i ekologija/Pospješivanje prodaje	izborni	0; 2	2. god.	2	3,2%
Tjelesna i zdravstvena kultura	izborni				
Strani jezik II	izborni				
PRAKTIČNA NASTAVA					
Praktična nastava	praksa	16; 16	1., 2. god.	32	51,6%
Strukovne vježbe u školi (š):					
Matematika u struci					
Računalstvo u struci					
Zaštita na radu					
Primijenjena ekologija					
Promidžbene aktivnosti					
Poslovanje prodavaonice					
Bonton					
Praktična nastava u prodavaonici					
Ukupan broj sati:		31	31	62	100%

Predmet:	Prodavač JMO	Prodavač JMO	Po tjednu	Satnica	%
<b>OPĆI</b>					
Hrvatski jezik	3; 3; 3	1., 2., 3. god.		9	9%
Računarstvo					
Osnove informatike					
Tjelesna i zdravstvena kultura	1; 1; 1	1., 2., 3. god.		3	3%
Vjeronauk/Etika	1; 1; 1	1., 2., 3. god.		3	3%
Strani jezik	2; 2; 2	1., 2., 3. god.		6	6%
Povijest	2; 0; 0	1. god.		2	2%
Geografija					
Politika i gospodarstvo	0, 0; 2	3. god.		2	2%
Matematika					
Strani jezik IIK					
<b>STRUČNI</b>					
Strani jezik					
Poduzetništvo					
Matematika u struci	1; 1; 1	1., 2., 3. god.		3	3%
Trgovinsko poslovanje	2; 3; 3	1., 2., 3. god.		8	8%
Poznavanje robe	3; 3; 3	1., 2., 3. god.		9	9%
Higijena	1; 0; 0	1. god.		1	1%
Promidžbene aktivnosti					
Psihologija prodaje	0; 2; 0	2. god.		2	2%
Poslovne komunikacije					
Informatika					
Računovodstvo					
Osnove trgovačkog prava					
Marketing					
Transport, špedicija i osiguranje					
Tehnika vanjskotrgovinskog poslovanja					
<b>IZBORNI</b>					
Higijena i ekologija/Pospješivanje prodaje					
Tjelesna i zdravstvena kultura	35; 35; 32	1., 2., 3. god.		1	1%
Strani jezik II	35; 35; 32	1., 2., 3. god.		1	1%
<b>PRAKTIČNA NASTAVA</b>					
Praktična nastava	140š+760p	1. god.	17	50	49%
	140š+760p	2. god.	17		
	128š+672p	3. god.	15		
<b>Strukovne vježbe u školi (š):</b>					
Matematika u struci	35; 0; 0	1. god.			
Računalstvo u struci	35; 35; 64	1., 2., 3. god.			
Zaštita na radu	35; 0; 0	1. god.			
Primijenjena ekologija	0; 70; 0	2. god.			
Promidžbene aktivnosti	0; 0; 64	3. god.			
Poslovanje prodavaonice	35; 0; 0	1. god.			
Bonton	0; 35; 0	2. god.			
Praktična nastava u prodavaonici	760; 760; 672	1., 2., 3. god.			
Ukupan broj sati:	35	35	33	102	100%

Predmet:	Prodavač	Prodavač	Satnica	%
OPĆI				
Hrvatski jezik	3; 3; 3	1., 2., 3. god.	9	9%
Računarstvo				
Osnove informatike	0; 2; 0	2. god.	2	2%
Tjelesna i zdravstvena kultura	2; 2; 2	1., 2., 3. god.	6	6%
Vjeronauk/Etika	1; 1; 1	1., 2., 3. god.	3	3%
Strani jezik	2; 2; 2	1., 2., 3. god.	6	6%
Povijest	2; 0; 0	1. god.	2	2%
Geografija	0; 2; 0	2. god.	2	2%
Politika i gospodarstvo	0; 0; 2	3. god.	2	2%
Matematika	2; 2; 2	1., 2., 3. god.	6	6%
Strani jezik IIK				
STRUČNI				
Strani jezik				
Poduzetništvo				
Matematika u struci				
Trgovinsko poslovanje	3; 3; 3	1., 2., 3. god.	9	9%
Poznavanje robe	3; 3; 2	1., 2., 3. god.	8	8%
Higijena	1; 0; 0	1. god.	1	1%
Promidžbene aktivnosti	0; 0; 2	3. god.	2	
Psihologija prodaje	0; 0; 2	3. god.	2	2%
Poslovne komunikacije				
Informatika				
Računovodstvo				
Osnove trgovačkog prava				
Marketing				
Transport, špedicija i osiguranje				
Tehnika vanjskotrgovinskog poslovanja				
IZBORNII				
Higijena i ekologija/Pospješivanje prodaje				
Tjelesna i zdravstvena kultura				
Strani jezik II				
PRAKTIČNA NASTAVA				
Praktična nastava	14; 14; 14	1., 2., 3. god.	42	41%
Strukovne vježbe u školi (š):				
Matematika u struci				
Računalstvo u struci				
Zaštita na radu				
Primijenjena ekologija				
Promidžbene aktivnosti				
Poslovanje prodavaonice				
Bonton				
Praktična nastava u prodavaonici				
Ukupan broj sati:			102	100%

Predmet:	Komercijalist	Komercijalist	Satnica	%
<b>OPĆI</b>				
Hrvatski jezik	3; 3; 3; 3	1., 2., 3., 4. god.	12	9%
Računarstvo				
Osnove informatike				
Tjelesna i zdravstvena kultura	2; 2; 2; 2	1., 2., 3., 4. god.	8	6%
Vjeronauk/Etika	1; 1; 1; 1	1., 2., 3., 4. god.	4	3%
Strani jezik	3; 3; 3; 3	1., 2., 3., 4. god.	12	9%
Povijest	2; 2; 0; 0	1. i 2. god.	4	3%
Geografija	2; 2; 0; 0	1. i 2. god.	4	3%
Politika i gospodarstvo	2; 0; 0; 0	1. god.	2	1%
Matematika	3; 3; 3; 2	1., 2., 3., 4. god.	11	8%
Strani jezik IIK	2; 2; 2; 2	1., 2., 3., 4. god.	8	6%
<b>STRUČNI</b>				
Strani jezik				
Poduzetništvo	0; 0; 2; 3	3., i 4. god.	5	4%
Matematika u struci				
Trgovinsko poslovanje	2; 3; 3; 0	1., 2., 3. god.	8	6%
Poznavanje robe	3; 3; 3; 2	1., 2., 3., 4. god.	11	8%
Higijena				
Promidžbene aktivnosti				
Psihologija prodaje	0; 0; 0; 2	4. god.	2	1%
Poslovne komunikacije	2; 2; 2; 2	1., 2., 3., 4. god.	8	6%
Informatika	2; 2; 2; 0	1., 2., 3. god.	6	4%
Računovodstvo	2; 2; 2; 0	1., 2., 3. god.	6	4%
Osnove trgovačkog prava	0; 0; 2; 0	3. god.	2	1%
Marketing	0; 0; 0; 3	4. god.	3	2%
Transport, špedicija i osiguranje	0; 0; 0; 2	4. god.	2	1%
Tehnika vanjskotrgovinskog poslovanja	0; 0; 0; 3	4. god.	3	2%
<b>IZBORNII</b>				
Higijena i ekologija/Pospješivanje prodaje				
Tjelesna i zdravstvena kultura				
Strani jezik II				
<b>PRAKTIČNA NASTAVA</b>				
Praktična nastava				
Strukovne vježbe u školi (§):	2; 2; 2; 2	1., 2., 3., 4. god.	8	6%
Matematika u struci				
Računalstvo u struci				
Zaštita na radu				
Primijenjena ekologija				
Promidžbene aktivnosti				
Poslovanje prodavaonice				
Bonton				
Praktična nastava u prodavaonici	80; 80; 80; 40	1., 2., 3., 4. god.	5,4	4%
Ukupan broj sati:			134,4	100%



## Dodatak 13.

---

### Značaj podsektora unutar EU-a

#### SVEOBUHvatNA ANALIZA KOMPETENCIJA SEKTORA DISTRIBUCIJE I TRGOVINE U NASTAJANJU I EKONOMSKIH AKTIVNOSTI U EU-U26

##### 1. Glavni ekonomski trendovi i trendovi zapošljavanja

- › Djelokrug i promjene: Sektor distribucije i trgovine sastoji se od dva glavna podsektora: maloprodaje i veleprodaje. Posljednjih godina, maloprodajna poduzeća sve više preuzimaju veleprodajnu funkciju i izravno pregovaraju s proizvođačima te uvode maloprodajne marke. S druge strane, razvoj e-trgovine mijenja ulogu prodavatelja na malo, tako da proizvođači izravno prodaju potrošačima.
- › Promet: 1,352 milijardi eura ukupne dodane vrijednosti ili 11,8% BDP-a Europske Unije u 2006. godini. Od toga, 43% dodane vrijednosti ostvareno je kroz veleprodaju, 40% kroz maloprodaju i 17% kroz maloprodaju motornih vozila. U posljednjih nekoliko godina rast sektora (3%) premašio je opći rast BDP-a (2,3%), posebno u novim zemljama članicama (5,4%).
- › Zapošljavanje: 33,3 milijuna radnih mjesta u 6,2 milijuna poduzeća (18,5% u maloprodaji i 10,4% u veleprodaji). Sektor osigurava 15,5% ukupne zaposlenosti u Europskoj Uniji. Rast zapošljavanja je 2,1% godišnje te više nego dvostruko u novim zemljama članicama (4,9% u veleprodaji te 3,3% u maloprodaji). Velika većina poduzeća u distribuciji i trgovini su mala poduzeća.
- › Profil radne snage: Radna snaga ima udio ženskih radnika od 62% te njome dominiraju srednje obrazovani zaposlenici, posebno u novim zemljama članicama. Većina poslova su u kategoriji uslužnih radnika, službenika i menadžera malih i srednjih poduzeća. U novim zemljama članicama, udio uslužnih radnika (47%) viši je nego u zemljama EU-15.

##### 2. Glavni pokretači promjena

- › Distribucija i trgovina predstavljaju vrlo otvoren i globaliziran sektor, što ga čini dosta osjetljivim na razvoj i promjene u gospodarstvu i društvu. Glavni pokretači promjena su:
- › Starenje: Posljedice su različite potrebe potrošača (potražnja), ali i struktura radne snage.
- › Promjene životnog stila: Zdraviji način života i ekološki prihvatljiva potrošnja utjecat će na potražnju i zahtjeve za vještinama. Promjene životnog stila također utječu na potražnju od strane zaposlenika, na primjer za pronalaženje zadovoljavajuće ravnoteže između rada i privatnog života.

---

<sup>26</sup> Izvor: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=89&langId=en&newsId=567&furtherNews=yes>

European Commission, DG Employment, Social Affairs and Equal Opportunities: „Distribution and Trade: Comprehensive sectoral analysis of emerging competences and economic activities in the European Union“; Executed by: TNO Netherlands Organisation for Applied Scientific Research, SEOR Erasmus University Rotterdam, ZSI Centre for Social Innovation; DG EMPL project VC/2007/0866 Distribution and Trade; European Commission 2007.

- › Dohodak: Sa sve izraženijim razlikama između visokih i niskih dohodaka, što rezultira sve izraženijim tržišnim segmentima.
- › Informacijska i komunikacijska tehnologija: Alati informacijske i komunikacijske tehnologije prodavačima na malo omogućuju razvoj bliskijih odnosa s klijentima i masovnu prilagodbu željama kupaca, s mogućnosti usluga raspoloživih 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu te fleksibilniju radnu snagu. Informacijska i komunikacijska tehnologija mogu rezultirati gubitkom radnih mjesta i većom produktivnosti radne snage, ali mogu i stvoriti radna mjesta zbog povećanog rasta i usluga s više dodane vrijednosti koje utječu na potrebe za vještinama.
- › Opća regulacija i regulacija rada: To je glavni pokretač, koji posebno utječe na radno vrijeme kao i na propise o očuvanju okoliša (cestovni porezi i takse, urbana logistika itd.). Propisi o sigurnosti, a posebno o sigurnosti hrane, zahtijevaju značajna ulaganja u upravljačke alate, infrastrukturu i vještine.

### 3. Scenariji do 2020.

Razrađena su četiri scenarija koja istražuju mogući razvoj do 2020. godine na temelju stručnih mišljenja:

- › **Scenarij 1.** „Non-stop kupovina“: U ovom scenariju, potrošači su na čelu, znaju što žele i troše bilo gdje (u virtualnim i fizičkim trgovinama) i bilo kad. Tehnološki napredak omogućava izravan odnos s potrošačem, personalizirani marketing i masovnu prilagodbu željama kupaca koji zahtijevaju punu fleksibilnost (radne snage, radnog vremena, maloprodajnih lokacija, prodaju kroz raznovrsne kanale itd.). Potrošači su vrlo osjetljivi na cijenu kod uobičajenih usluga, ali također troše novac na ekskluzivne i prilagođene proizvode.
- › **Scenarij 2.** „Vladavina trgovačkih centara“: Sporije tehnološke promjene nego kod prethodnog scenarija. Potrošači oklijevaju prilagoditi se svim tehnološkim mogućnostima, osim kod specifičnih proizvoda (npr. putovanja, knjiga i glazbe). Kupovina u fizičkim trgovinama, uz kombinaciju doživljaja kupovine i zabave (npr. odlazak u kino, na sportove, igre, u kasino), još uvijek je istaknuta. Veliki trgovački centri ispunjavaju tu potrebu. Propisi o lokaciji, radnoj snazi i radnom vremenu su nezahtjevni i fleksibilni, s mogućnosti rada 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. Iako postoji globalna konkurencija, prodavači na malo opslužuju lokalno i regionalno tržište.
- › **Scenarij 3.** „Virtualne trgovine (V trgovine)“: Restriktivni propisi o lokaciji, radnoj snazi i tehnološkim promjenama promiču ubrzani rast e-poslovanja i virtualnih trgovina 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, iako je dostava ograničena na određene radne sate. Gotovo sve se kupuje preko interneta. E-poduzeća poslužuju cijeli svijet. Skupi i oskudni prirodni resursi potiču nove vrste dostave (npr. potrošači podižu pošiljke u lokalnim distribucijskim centrima). Kupovina u centrima gradova opada. Virtualne trgovine ubrzavaju spajanje maloprodaje i veleprodaje, budući da proizvođači uspostavljaju izravne veze s potrošačima.
- › **Scenarij 4.** „Moja trgovina sa specijalitetima“: Tehnološki razvoj je spor, ljudi zapravo nisu zainteresirani za usvajanje visokotehnoloških rješenja za kupovinu. E-poslovanje ostaje poslovna niša. Potrošači daju prednost kupovanju u blizini, u malim i specijaliziranim trgovinama. Posljedica ovoga su različiti trgovački centri; oni visoke kvalitete u centrima gradova, ali također u lokalnim susjedstvima ili bliže lokalnim proizvođačima (npr. trgovine na farmama). Prodavači na malo imaju izravan odnos, jedan-na-jedan, s potrošačima. Strogi propisi o radu mogu pomoći poboljšanju položaja djelatnika koji rade u maloprodaji, iako manja poduzeća imaju manje kapacitete za optimiziranje radnih uvjeta.

#### 4. Implikacije raznih scenarija za poslove, vještine i znanja

Sve promjene vode do značajne promjene u strukturi zapošljavanja i potrebama za vještinama, iako će ukupan obujam promjena biti stabilan i neznatno pozitivan. Samo scenarij „virtualne trgovine“ vodi k smanjenju zapošljavanja. U sva četiri scenarija potrebno je više stručnjaka za prodaju i marketing, menadžera opskrbnih lanaca, kao i menadžera malih i srednjih poduzeća. Ipak, smanjuje se broj računovodstvenih i financijskih stručnjaka, kao i pomoćnog administrativnog osoblja. Na srednjoj i nižoj razini sve veći broj trgovina treba više prodavača, a manje uslužnih radnika (zbog automatskog skeniranja robe, itd.). Rad 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, kao i globalni razvoj prodaje, rezultiraju povećanim prijevozom i brojem vozača. Tehnologija rukovanja teretima vodi do manjeg broja logističkih radnika.

Buduće vještine i znanja po funkciji posla su sljedeće:

##### › Uslužni radnici

Kod svih scenarija:

- Razumijevanje kupaca;
- Dobre vještine upravljanja odnosima s kupcima;
- Dobre prodajne i komunikacijske vještine;
- Kod fizičkih trgovina:
- Društvena senzibiliziranost i kreativni pristup uvjeravanju kupaca;
- Preuzimanje inicijative kako bi se privukli i poslužili kupci;
- Vještine upravljanja stresom i vremenom (tijekom razdoblja gužvi).
- Kod „non-stop kupovine“ i „virtualnih trgovina“:
- Dobre jezične i međukulturalne vještine.
- Kod „moje trgovine sa specijalitetima“:
- Analitičke vještine kako bi se na odgovarajući način pristupilo zahtjevima potrošača.

##### › Stručnjaci za prodaju i marketing

Kod „non-stop kupovine“ i „virtualnih trgovina“:

- Potrebno je više prodajnih i marketinških stručnjaka s izravnim odnosom, jedan-na-jedan, s kupcima i sposobnostima masovne prilagodbe željama kupaca.
- Kod „non-stop kupovine“:
- Fleksibilnost svih zaposlenika, kao i prodajnih i marketinških stručnjaka.
- Kod „vladavine trgovačkih centara“:
- Manje potrebe za prodajnim i marketinškim stručnjacima. Međutim, potrebne su specifične marketinške strategije i strategije umrežavanja kako bi se razvilo poslovanje s poduzećima aktivnima u industriji zabave.

- Kod „moje trgovine sa specijalitetima“
  - Ključna je društvena senzibiliziranost i naglasak na razumijevanju potreba kupaca za održivim proizvodima i uslugama vrhunske kvalitete.
- › Menadžeri
- Kod svih scenarija:
- Neophodne su poduzetničke vještine;
  - Sposobnost razumijevanja potreba klijenata i izgradnje snažnog odnosa s njima;
  - Kreativnost i marketinške vještine: kod scenarija 1 do 3 kako bi se proširilo poslovanje, a kod „vlдавine shopping centara“ kako bi se održalo poslovanje i našla strategija za opstanak.
  - Kod „moje trgovine sa specijalitetima“:
  - Društvena senzibilnost;
  - Izuzetno upravljanje kvalitetom;
  - Preuzimanje inicijative i razvoj novog poslovanja.
  - Kod „non-stop kupovine“ i „virtualnih trgovina“:
  - Posebno su važne jezične i međukulturalne vještine.

## 5. Zaključci i preporuke za obrazovanje i osposobljavanje

- › Prilagoditi i osuvremeniti strukovno obrazovanje i osposobljavanje, kao i opći obrazovni sustav na nacionalnoj razini;
- › Suradivati sa svim relevantnim dionicima i pojačati suradnju u obrazovanju i osposobljavanju;
- › Pripremiti se za prekvalifikaciju, usavršavanje i obavljanje više poslova i zadataka istovremeno;
- › Poboljšati fleksibilnost i modularizaciju;
- › Razvoj e-učenja i kombiniranog učenja, priznavanje vještina na europskoj razini;
- › Zajedničke mreže osposobljavanja kako bi se potaknulo naukovanje u podsektoru;
- › Posebne ponude za osposobljavanje za mala i srednja poduzeća (menadžere i djelatnike);
- › Bavljenje potrebama poduzeća koje vode migranti;
- › Poticati specifične vještine sektora u ranom stadiju.



