

1.1. Вовед

Македонија има една од највисоките стапки на невработеност во Европа (25%), особено меѓу младите (48%). Затоа, борбата против невработеноста е еден од највисоките национални приоритети. Еден од клучните фактори за невработеноста кај младите е тоа што образовниот систем не обезбедува вештини кои му се потребни на стопанството.

Општа цел на проектот/очекувани резултати: Поголем број жени и мажи, особено млади лица, да се стекнат со добро вработување како резултат на подобреното формално стручно образование и неформалното образование за развој на стручни вештини, поддржани од активностите на проектот E4E@mk.

- Резултат 1: Повеќе невработени и несоодветно вработени млади лица, вклучително и лица од ранливите групи, ја користат подобрената понуда за неформално стручно образование и обука.
- Резултат 2: Учениците од средните училишта имаат придобивки од стручната обука која е порелевантна за пазарот, што е резултат на ефективните партнерства меѓу јавниот и приватниот сектор.
- Резултат 3: Соодветните институции создаваат поповолна рамка и услови за обезбедување и пристап до развој на инклузивни стручни вештини кои се насочени кон пазарот.

1.2. Цели и методи на истражување

Овој документ се однесува на резултатите, анализата и проценката од истражувањето, насочено кон утврдување на актуелните практики и облици на промоција на средното стручно образование за учениците од основните училишта (и нивните родители).

Податоците обработени во овој извештај се поделени на два дела, согласно методологијата која е користена за прибирање на податоци, и тоа:

ДЕЛ 1.: Податоци обезбедени преку теренско истражување (интервјуа и фокус групи);

ДЕЛ 2.: Податоци обезбедени преку електронско истражување (онлајн анкета).

Истражувањето беше планирано во согласност со основните цели поставени во ToR, од проектот Образование за вработување во Македонија и тоа:

- Препознавање на облиците на промоција на формалното средно стручно образование и обука за учениците од основните училишта и за нивните родители.
- Увид во перцепцијата на вработените во училиштата и родителите за свеста / ефикасноста на истите за поддршката во кариерната одлука на учениците од основното училиште за премин во средно образование.

ДЕЛ 1.: За обезбедување на податоци кои ќе одговорат на целите на проектот, во првиот дел од истражувањето, се користеше методологија на теренско прибирање на податоци, преку реализација на интервјуа и фокус групи.

Со цел да се добијат релевантни податоци кои ќе одговорат на потребите на проектот, беа изработени четири основни прашалници, наменети за различните групи на испитаници и тоа:

1. Прашалник за директори во основните училишта.
2. Прашалник за директори во средните стручни училишта.
3. Прашалник за фокус групи на наставници.
4. Прашалник за фокус групи на родители.

Методологијата користена во формулирањето на прашањата обезбедуваше отворена дискусија и можност да се даде поопширен опис на одредени видувања. Секој прашалник е поделен на два дела според информациите кои треба да се обезбедат и тоа:

- I. Начини на промоција на средните стручни училишта - досегашна состојба.
- II. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка.

ДЕЛ 2.: Вториот дел од истражувањето е реализиран преку онлајн анкета, спроведена електронски преку услужниот софтвер за креирање на онлајн анкети, SurveyMonkey.

Онлајн анкетата беше насочена кон родители на ученици од VII, VIII и IX одделение од основното образование во Р.Македонија. Онлајн анкетниот прашалник беше споделен преку електронските медиуми и социјални мрежи, со што се обезбеди поголема достапност до таргет групата за која беше наменет.

Прашалникот беше креиран за да обезбеди податоци за степенот на информираност на родителите за **Промотивни техники во медиумите за поддршка при кариерно ориентирање**, како што беше насловена и самата анкета.

1.3. Обем на истражувањето

Истражувањето опфаќа три различни групи на испитаници: директори, наставници и родители. Согласно барањата на проектот, во првиот дел од истражувањето беа вклучени вкупно 12 директори на училишта, од кои 6 од основните и 6 од средните стручни училишта. Се обезбеди регионална покриеност, односно, избраните училишта го покриваат скопскиот и југозападниот регион со училишта од Охрид, Струга и Кичево.

Регионална беше покриеноста и со организирани фокус групи на наставници од средните стручни училишта и родители од основните училишта во двата региони. Беа реализирани вкупно 4 фокус групи. Во овој дел беа вклучени вкупно 18 наставници од средните стручни училишта (10 од скопскиот и 8 од југозападниот регион) и 16 родители од основните училишта (8 од скопскиот и 8 од југозападниот регион). Во фокус групите на

наставници и родители од југозападниот регион не беа вклучени испитаници од Кичево, заради оддалеченоста и неможноста да присуствуваат. Се обезбеди присуство на наставници и родители од Охрид и Струга.

Прибирањето на податоците од истражувањето се реализираше во текот на месец декември 2018 год., и беше спроведено преку:

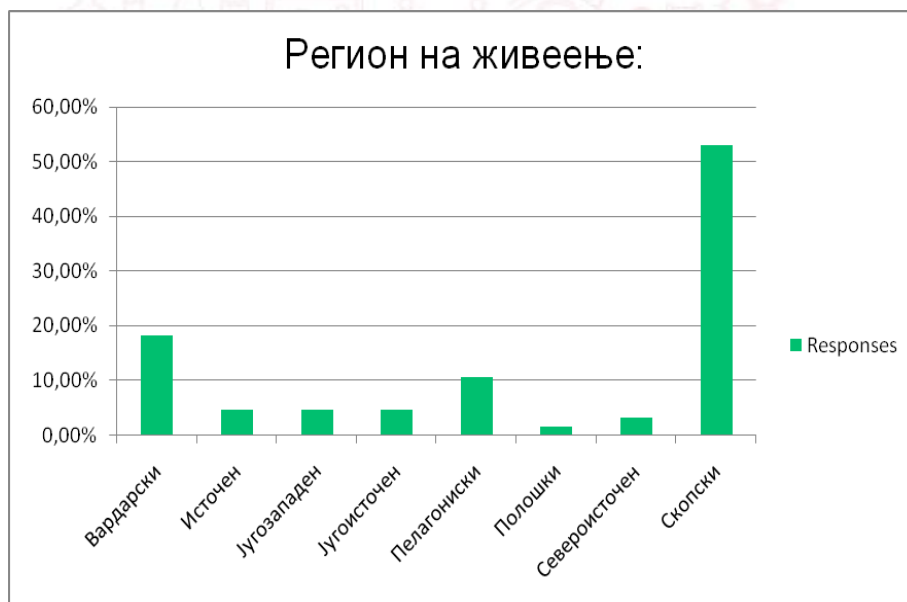
1. **Интервјуа со директори од основните и средните стручни училишта во двата региони;**
2. **Фокус групи со наставници од средните стручни училишта во двата региони;**
3. **Фокус групи со родители од основните училишта во двата региони.**

Табеларен приказ на сите училишта вклучени во истражувањето е даден во прилозите.

Вториот дел од истражувањето е спроведен преку онлајн анкета насловена “**Промотивни техники во медиумите за поддршка при кариерно ориентирање**”. Таргет група беа родители на ученици од VII, VIII и IX одделение од основните училишта во Р. Македонија. Анкетниот прашалник содржи вкупно 19 прашања, кои според податоците кои ги обезбедуваат може да се поделат на две групи.

Првата група на прашања, заклучно со прашањето број 7 од онлајн анкетата, се однесуваат на описни податоци за испитаниците (место на живеење, возраст, образование, пол и вработеност). Овие прашања се одговорени од вкупно 66 испитаници, од кои 55 (83,33%) женски и 11 (16,67%) машки. Според возрастната структура најголем дел од испитаниците (56,06%) се на возраст од 35-44 год. Вкупно 60 испитаници (90,91%) се вработени, а 36 (54,55%) се со завршено високо образование. Најголем процент од испитаниците (90,77%) живеат во град. Застапеноста на испитаниците по региони, е дадена во следниот графикон.

Графикон бр.1: Регион на живеење на испитаниците

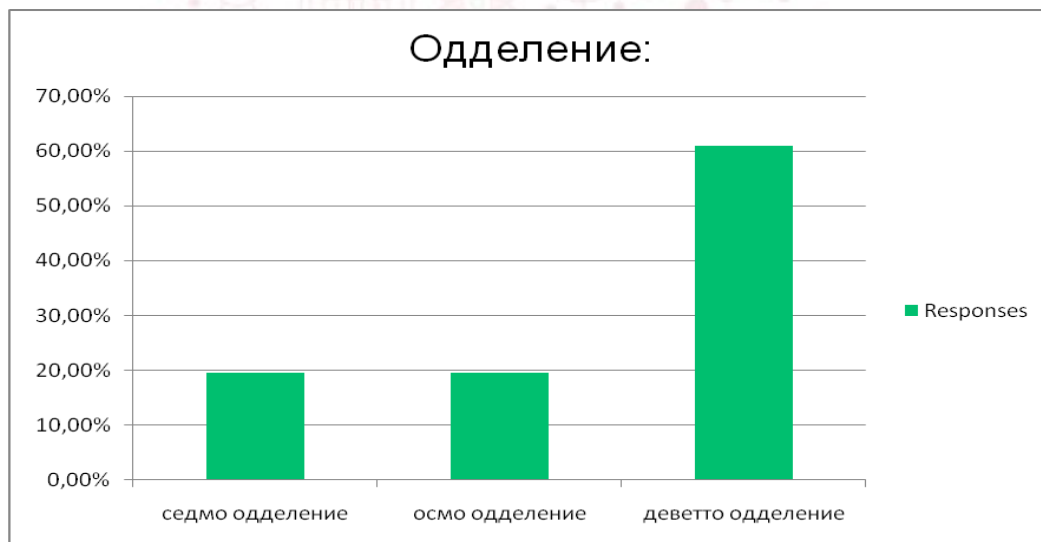


Од графиконот е видлива застапеноста на испитаници од сите осум региони во Р.Македонија. Од нив најголем број припаѓаат на скопскиот регион (53,03%) или вкупно 35. Следат вардарскиот регион со 18,18%, пелагонискиот со 10,61%, а со најнизок процент од 1,52% е полошкиот регион.

Во вториот дел од анкетата, имаме одговори од вкупно 41 испитаник. На прашањата со број 8 и 9, насочени кон опис за полот и одделението во кое учи нивното дете во учебната 2018/2019 год., одговориле вкупно 41 родител. Одговорите покажуваат дека 60,98% од испитаниците се родители на машки деца а исто толку се и родители на ученици од IX одделение, или вкупно 60,98%.

Од *Графикон бр.2* и *Табелата бр.1* може да се види распореденоста на испитаниците според одделението во кое учи нивното дете.

Графикон бр.2: Одделение кое го посетува детето на испитаникот во учебната 2018/2019 год.



Табела бр.1:

седмо одд.	19,51%	8
осмо одд.	19,51%	8
деветто одд.	60,98%	25

Целосни податоци и графикони за групата испитаници се дадени како прилог во овој извештај.



ДЕЛ 1.
Резултати од теренско
истражување

ДЕЛ 1.

2.1. Наоди од теренското истражување

Во анализата од теренското истражување се обработени сите собрани податоци од вкупно реализираните 12 интервјуа со директори на училишта, од кои 6 во основните и 6 во средните стручни училишта; две фокус групи на наставници од средни стручни училишта со вкупно 18 учесници; и две фокус групи на родители од основни училишта со вкупно 16 учесници.

Наодите од истражувањето во овој документ ќе бидат образложени според различните групи на испитаници.

2.1.1. Наоди од реализираните интервјуа со директори од основните училишта

Врз основа на податоците од реализираните интервјуа со вкупно 6 директори од основните училишта, во двата региони кои беа цел на истражувањето, произлегуваат следните резултати:

I. Начини на промоција на средните стручни училишта – досегашна состојба

На прашањето дали основните училишта иницираат промоции на средното стручно образование за учениците од сопственото училиште, добивме одговори дека не практикуваат да бидат иницијатори на такви промоции. Но, од друга страна прифаќаат кога промоција им нудат средните стручни училишта. Ваквите промоции се најчесто насочени кон промовирање на училиштето, ги набројуваат структурите со опис преку основни информации, начинот како да се запишат, кои документи им требаат за запишување. Но, во помал обем се насочени кон конкретните придобивки или карактеристики на стручното образование воопшто и на детални податоци за структурите, односно, што се учи, каде и како се реализира пракса, што ќе може да работи после средно, каде ќе може да работи, дали е дефицитарно и сл. Дел од информациите за одредени струки, кои се споделуваат при промоциите, произлегуваат од искуството кое го остваруваат стручните средни училишта при практична настава во лимитиран број на компании.

Напоменато беше дека, на учениците од основните училишта им се потребни информации и искуства од сите струки со пренесување на директни искуства, па и посета на учениците во компаниите од каде се пренесува искуството при промоциите. Во услови на промоција на лимитиран број на струки може да се стекне впечаток за фаворизирање на истите, што всушност воопшто не е фактичка ситуација.

Постои желба и за континуирана соработка со средните стручни училишта, но поради тековните активности во рамките на постојната наставна програма не се во временска можност да ја остварат посакуваната соработка со нив. Поради тоа беше истакнато дека можеби е потребно институционално да се направи поврзување на

основните и стручните средни училишта. Промоциите и едукацијата за таквиот тип на средните училишта да се вклучат во редовната наставна програма како би можело да им се даде поголема важност и сериозност на промоциите, а истовремено и поголема информираност и можност за избор на учениците од основните училишта. Според мислењето на дел од директорите учениците се повеќе информирани за гимназиските паралелки.

Исто така беше истакнато дека во Скопскиот регион, поголема иницијатива за промоција во основните училишта има од страна на приватните средни училишта, отколку од државните што создава простор за размислување на кој начин би се поттикнала иницијативата од страна на државните училишта во иднина.

Во училиштето во Кичево, директорката забележа дека и иницијативата за промоција од средните стручни училишта во градот ја има, но во многу мал обем. Верува дека тоа се должи на самоувереноста на тамошните училишта дека учениците нема каде да одат на друго место и на крај ќе мора да се запишат кај нив, па не гледаат потреба од промовирање на училиштето. А за недостатокот на промоција на струки и занимања, смета дека проблемот е во пропаднатото стопанство во градот.

Цитирам - „Фабриците се затворени, фирмите кои треба да обезбедуваат промовирање на струките, не функционираат. Кога згаснува локалното бизнис опкружување, како да го промовираш?“

Промоциите, организирани од средните училишта, се реализираат во период април – мај, односно крајот на учебната година, кога групи наставници ги посетуваат основните училишта и ги презентираат сопствените училишта пред учениците од завршните години. Значи, пред нивното запишување во средно образование. Од таа причина, директорите сметаат дека ваквите промоции се повеќе насочени кон прибирање на ученици и доближување на училиштето како можност за продолжување на образованието. Но, дека ваквите промоции не се насочени конкретнo кон промоција на средното стручното образование воопшто.

Во тој период, некои училишта организираат Отворени денови, на кои се поканети ученици од завршните години од сите основни училишта во градот. Ваквиот пристап директорите го оценуваат како повпечатлив и поефективен. Но, од друга страна, сметаат дека посетеноста од страна на учениците на овие Отворени денови не е баш голема. Одат воглавно оние ученици кои тоа училиште го имаат како некоја опција за продолжување на образованието.

Исто така сметаат дека треба да бидат опфатени учениците не само од 9то одделение туку учениците и од 7мо и 8 мо одделение. Во последната година од основното образование учениците во најголем број во тој временски период кога се одвиваат промоциите (април, мај) веќе ја имаат донесено одлуката каде ќе го продолжат средното образование. Според нивните сознанија, вообичаено за средните стручни

„Сметам дека треба учениците да остварат посета во самото училиште затоа што од поблиску ќе ја видат средината, нагледностите и самите професори ќе им презентираат искуства од учениците. Тука би требало да бидат вклучени и ученици кои би пренеле свои лични искуства, начинот на кој што одлучиле да го изберат тоа училиште. Затоа што ученици на ученици најмногу си веруваат и си прифаќаат.“

паралелки се одлучуваат ученици кои можеби до последен момент не се одлучиле каде да се запишат, или ученици кои стручните паралелки ги перципираат како можност за да се запишат во истите, а подоцна да направат трансфер во гимназиските паралелки. На ваков начин не се доловува вистинската порака на промоциите, туку се поставува прашањето дали учениците навистина знаат што сакаат и дали пројавуваат вистински интерес за стручните паралелки.

Според некои директори, учениците се делумно заинтересирани. Тие присуствуваат на промоциите, затоа што се реализираат за време на настава, па сите ученици се упатени на презентација од предметните наставници. Но, најголем број од учениците на тие презентации делуваат незаинтересирано, дури и со омаловажување кон некои од струките за кои се зборува, заради мислењата за одредени струки или училишта кои „ги бие лош глас во градот“. Родителите исто така имаат големо влијание врз своите деца, и се еден од факторите за поголема или помала заинтересираност на учениците при промоциите. Учениците кои однапред имаат пројавено интерес за некои од стручните струки со голема заинтересираност и меѓусебна интеракција со наставниците од средните стручни училишта се вклучени при промоциите.

Една од директорките како пример на добра промоција, која разбудила интерес кај учениците, го наведе приватното средно училиште „Јахија Кемал“. Сите ученици, деветто одделенци, биле гости во ова училиште, секако на нивна покана. Била понудена поинаква и поинтересна форма на информирање, што кај учениците разбудила голем интерес.

На ниту една ваква промоција, не присуствувале родители. Директорите посочија дека тоа од нив никогаш не било ни побарано од училиштата кои ги организираат промоциите. Промоциите се одвиваат за време на наставата, па оттаму и родителите не се во можност да присуствуваат и не се вклучени. Сепак, директорите сметаат дека треба да се размислува за вклучување и на родителите за нивно поголемо информирање. Не е доволно тоа што се само известени дека нивните деца ќе присуствуваат на промоции на средните стручни училишта. Дел од децата не им ги пренесуваат своите впечатоци, дел од родителите не се целосно заинтересирани за информациите кои биле споделени на промоциите. Само родителите чии деца самите пројавиле вистински интерес за одредена струка доаѓаат во основните училишта за дополнителни информации и консултации.

Директорите сметаат дека активностите кои се реализираат на часовите по предметите Техничко образование и Иновации, придонесуваат кон промоција на стручното образование. Некои слични активности се реализираат и преку учество во проекти (ЕРАЗМУС +) и посети на компании во градот. Но, тоа е малку и незначително според нив. Училиштата не планираат и не организираат активности кои ги доближуваат струките и стручното образование до учениците. Велат, дека тоа зависи од менаџирањето на училиштето, но и од иницирањето на такви активности од страна МОН. Во некои општини постојат креативни центри преку кои наставниците од основните училишта заедно со учениците одат во посета на компаниите за одблиску да се запознаат со одредени струки. Сепак сметаат дека е потребна институционална поддршка за вклученост на сите општини.

Училиштата имаат педагог и психолог, но многу малку се работи со учениците на избор на занимање согласно нивните постигања и интереси. Педагогот и психологот работат со децата, но онолку колку што имаат време во согласност со тековните наставни активности. Некои училишта спроведуваат тестови за кариерен развој на учениците од 9то одделение, но според директорите, еднократните тестови во завршното одделение не се доволни за да се открие навремено интересот и да се работи со детето на негово понатамошно развивање. Ниту едно од училиштата нема кариерен советник или лице остручено да работи на тоа поле. Директорите се сеќаваат дека порано стручните служби во училиштата имале инструменти преку кои одредувале, интереси и можности кај учениците, па се работело и на професионално ориентирање. Но денес, тоа веќе е целосно исклучено како активност на стручните служби во училиштата. Според нив, сепак е тоа нешто што е многу потребно во училиштата, но никој не би се нафатил да го работи ако не е обучен или нема конкретна работна позиција и работна задача. Истакнаа дека е потребен обучен кадар во рамки на редовната наставна програма кој ќе биде максимално посветен на работа со децата на нивниот кариерен развој. И секако потребна е постојана комуникација со родителите за процесот, како и нивно поголемо информирање за бенефитите кои ќе ги имаат нивните деца во донесување на вистинските одлуки за нивното понатамошно средно образование.

На прашањето дали во училиштето се практикува да се работи на професионална ориентација на учениците, одговорите беа различни во различни училишта.

Директорите беа категорични во одговорот дека не се работи на тоа поле. Како причина се наведува непостоењето на компетентни лица во училиштата кои ќе работат на таа доста осетлива проблематика. Но, сметаат дека во голема мерка кон ваквите состојби придонесува и демотивираноста на наставниците за нешто ново во работата,

„Би требало да има работилници за различни струки на кои учениците ќе можат подобро да се запознаат со професиите и со тоа ќе дојдат поблиску со самата проблематика на работата. Средните училишта, во текот на годината би требало почесто да имаат вакви денови на промоција со цел етапно да пренесуваат, а не тоа да биде истурено во еден ден со цел учениците да се запознаат.“

затоа што и она што се бара од нив како администратори е премногу. Од друга страна, според нив, тоа треба да го работат педагозите и психолозите во училиштата, но тие немаат поминато соодветни обуки, немаат инструменти/прашалници, а уште помалку искуство во тоа поле. „Во училиштата нема организиран пристап кон ваквата проблематика, останува на ентузијазмот на поединци, кои ако не се стручни може да направат поголема грешка отколку да помогнат на ученикот“.

Работата со талентирани ученици во училиштата беше опишана како нешто на што се работи само по одредени предмети, односно во предметите каде ќе се појави ученик со специфичен интерес. Во тој случај наставниците како ментори ги подготвуваат за натпревари и работат со нив дополнително. Но, се нагласи дека многу често наставниците и учениците губат мотивација за учество на натпревари затоа што

училиштата со блокирани сметки не можат да го финансираат учеството на натпревар. Мора да бараат спонзори или сами да се финансираат. Во некои општини постои финансиска поддршка во смисла на наградување на учениците на натпреварите, но сепак се сведува на исклучоци.

Една од директорките посочи дека во училиштето педагогот/психологот ги следат посебно надарените и специфично талентирани ученици. Реализираат разговори со родителите и им даваат поддршка и насоки на родителите како понатаму со тој ученик. Се работи доста и со учениците спортисти, преку училишните клубови и подготовки за спортски натпревари. Наставниците максимално се трудат да го следат и развиваат талентот на учениците, но повторно беше нагласено дека немаат доволно време за целосна посветеност кон учениците поради другите тековни наставни активности. Ентузијазмот, желбата и креативноста постојат кај наставниците, но не можат да дојдат до израз во услови на лимитирани ресурси во училиштата. Директорите сметаат дека талентот треба да се следи во училиштата уште од најмалата возраст на учениците, и од таа причина ја нагласуваат потребата за постоење на обучен тим кој ќе работи со децата.

Заинтересираноста на родителите да дознаат од училиштето за специфичните интереси кои ги пројавуваат децата во текот на наставата, од страна на директорите е оценета како многу мала. “Нема голем интерес кај родителите, секоја чест на исклучоци”. “Родителите повеќе се интересираат за оценките на учениците, отколку за интересите кои ги имаат нивните деца”. Истакнаа дека мора да се најде начин родителите да бидат опфатени како таргет група за едукација колку е важно да се открие интересот на нивните деца за одредена област со оглед на нивното влијание врз децата при запишување во средните училишта.

„Потребно е средните училишта да склучат такви меморандуми за соработка со основните за учениците практично да се запознаат со она што го нудат средните стручни училишта. Мислам дека праксата кај нас недостасува.“

Ученици од сите училишта биле учесници во промотивни настани кои ги организираат средните стручни училишта во градот. Тоа се најчесто Отворените денови на училиштата и промоциите кои ги организираат во основните училишта. Но за промоции кои ги организира општината или бизнис заедницата, немаат информација дека воопшто се случиле, или пак не биле поканети. Дел од основните училишта имаат склучено соработка со некои компании од бизнис секторот, и доколку имаат потреба од поддршка од општините, истата ја добиваат.

Едногласен беше заклучокот на сите директори дека промоциите треба да се организираат почесто и преку целата година, а не само во пролетниот период. Беше истакнато дека треба да се размислува како би се интензивирала соработката помеѓу основните и средните стручни училишта. Промоциите не се доволни, туку и преку учество на заеднички проекти, базари, натпревари, размена на искуства помеѓу учениците и наставниците. „Континуирана соработка, не еднаш, не еден ден кога се прави: тоа е кога ги покажуваме нашите убави страни.“

II. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка

Во однос на идеите за подобрување на промоцијата на средните стручни училишта во основните училишта, директорите посочија дека покрај редовните промоции, потребно е да постои соработка помеѓу училиштата со дополнителни активности како што се: работилници како би можеле учениците од основните училишта да се добијат директни сознанија за практичната настава за стручните струки. Покрај запознавањето со сите стручни области, добро е понатаму да се организираат и работилници во согласност со интересот кој го пројавуваат учениците за одредени стручни образовни насоки. За да се остварат наведените цели, потребно е промоциите / работилниците да се организираат повеќе пати во текот на годината.

Во делот на понудени идеи за подобрување на промоцијата на ССО, односно негово доближување до учениците од основните училишта, директорите најчесто ги споменуваа следните активности:

- Отворени работилници кои ќе понудат современ пристап, преку вежби. Нешто што е во тренд на младите.
- Отворени денови, каде ќе се презентира сработеното и ќе има можност за наградување.
- Да се вклучуваат родители.
- Зголемена соработка меѓу наставниците од средно и основно.
- Откривање на таленти и давање одредена поддршка.
- Да се користат социјалните мрежи како можност да презентација на ССО.
- Да се снимаат емисии каде ќе се промовираат струките, училиштата и условите во кои се изучуваат заедно со претпријатијата кои нудат таква работа.
- Во промоцијата да се најде начин како да се вклучат, родителите, бизнис заедницата, МОН.

Со учество во заеднички проекти на учениците од основните и средните стручни училишта, учениците од основните училишта ќе имаат подобра можност да се запознаат со дополнителни информации покрај добиените на редовните промоции. Информациите кои треба да се понудат пред учениците, директорите сметаат дека треба да бидат насочени кон карактеристиките на одредени струки, но на учениците да им се пренесат преку конкретни активности, а не само теоретски. Еднократните презентации, според нив имаат помал ефект, па сметаат дека треба да се планираат некакви следствено поврзани активности, кои сепак нема да бидат премногу.

Родителите имаат голема важност во целиот процес, и оттаму директорите напоменуваат дека потребно е нивната улога да е повеќе советодавна отколку одлучувачка, односно да не влијаат на изборот на своите деца за идното средно образование. Во некои училишта во рамките на наставната програма, родителите кои имаат завршено средно стручно образование присуствуваат на часовите за да ги споделат сопствените кариерни искуства со учениците. До сега, таквите промоции имаат позитивен ефект врз поттикнување на интересот на децата за стручните струки. Вклученоста на родители во овој процес е оценета како исклучително важна. Предлагаат родителите да бидат присутни на промоциите, да бидат поддршка за учениците во процесот на одлучување за запишување во средно образование, да се вклучуваат во работилниците, да зборуваат за своите искуства во сопствената струка. Една од директорите смета дека и за родителите треба да се организираат посебни работилници, на кои ќе им бидат доближени начините како да му помогнат на своето дете при избор и да се повикуваат на разговор во училиштата за да им се објаснат одредени афинитети кои ги имаат нивните деца. Друга директорка смета дека, родителите се важни и секако треба да бидат вклучени, но во тој процес прво место треба да има локалната заедница, која ќе направи анализа на потребите на локалниот пазар на труд. Па после тоа промоција и поврзување со струките.

Како дополнителна поддршка во процесот напоменаа дека може евентуално да се размисли за организиран превоз од страна на училиштата за децата кои живеат подалеку од училиштето. Во делот на потребна поддршка за да обезбедат поквалитетна промоција на ССО, директорите го наведоа следното:

- Обуки за наставниците и педагошко/психолошката служба насочени на градење компетенции за кариерно насочување, професионална ориентација, информирање и сл.
- Финансии за да се реализираат конкретни активности и работилници.
- Соработка со фирми, да има практичност односно учениците да бидат вклучени во активности кои фирмите ќе ги реализираат како помош за училиштето. Да има обостран интерес. Сето тоа да биде промовирано пред широка јавност.
- Опременост на кабинетите за предмети кои се блиски до стручното образование.

Во однос на професионалната ориентација и кариерното информирање, нагласија дека од исклучителна важност е следењето на талентот и интересите на учениците да постои уште од најмала возраст. Позитивниот ефект ќе се манифестира со донесување на вистинска одлука за понатамошното образование на децата. За сега истото е сведено на директна комуникација на наставник – ученик, но сепак потребен е организиран пристап со постоење на кариерни центри и заедничка соработка на релација ученици-наставници-родители. Од сите директори, професионалната ориентација и кариерното информирање, како помош за учениците при одлучувањето за понатамошното образование е оценета како исклучително важна и неопходна. Тие сметаат дека на учениците треба да им се доближат голем број на информации за струките на начин кој за

нив ќе биде интересен, а потоа да им се помогне во донесувањето на одлуката. Затоа е потребно наставниците и стручните служби да изградат нови специфични компетенции на ова поле.

За да се врати и подигне угледот на средното стручно образование во општеството, истакнаа дека е потребен систематски и организиран пристап со поддршка на образовните институции. Исто така, заедничкото учество на основните и средни стручни училишта на проекти, трибини и емисии во медиумите може да придонесе за поголемо промовирање на средното стручно образование пред пошироката јавност. Неколку директори сметаат дека треба да се користат начини на промоција во кои учениците ќе го пренесуваат задоволството и искуството од одредена струка пред ученици од основното образование.

2.1.2. Наоди од реализираните интервјуа со директори од средните училишта

I. Начини на промоција на средните стручни училишта – досегашна состојба

На прашањето дали училиштето организира промоции на стручното образование за ученици од основните училишта, одговорите беа дека сите средни стручни училишта организираат вакви промоции. Во Скопскиот регион средните стручни училишта промоциите ги спроведуваат со посета на основните училишта преку презентации, видео и работни материјали. Се организираат забавни, музички настани интересни за учениците преку кои се запознаваат со стручните струки, учество на ТВ емисии. Се организираат креативни работилници преку кои се остварува соработката со основните училишта. Една од промоциите која ја истакна средното медицинско училиште, а на која учествуваат и другите средни стручни училишта е Образовниот саем на МАССУМ (Македонска асоцијација на средни стручни училишта на Македонија). „Професорите по сите предмети, подготвени со материјали, презентираат на полуматурантите за насоките во стручното училиште. На тој начин се врши промоција на средното стручно образование. Информациите од директорите на средните стручни училишта поврзани со промоцијата на ССО за учениците од основните училишта, покажаа дека сите тие организираат

„Немаме услови за некои посоефицицирани промоции бидејќи сметката ни е блокирана и го правиме тоа на начин на кој што сме во можност, како што знаеме и умееме“

„За нас како директори, но и за училиштето, секако е важен бројот на запишани ученици, затоа што тоа е услов за финансирање на училиштата и затоа промоциите ни се насочени кон доближување на условите и можностите кои ги нуди училиштето.“

промоции кои се најчесто во форма на посета на основните училишта и како Отворен ден на училиштето. За таа цел се изработуваат брошури, постери, флаери и сличен промотивен материјал кој најчесто ги претставува струките и опременоста на училиштето за реализација на наставата. Во промоциите најчесто се вклучени наставниците кои предаваат стручни предмети во одредените струки, а понекогаш и ученици од струките.

Целта на овие промоции, според директорите е во главно привлекување на ученици во стручното образование. Но, промоциите, според нив, опфаќаат и опис на струките, можностите за вработување или продолжување во соодветно високо образование.

Се презентираат наставната програма, наставните планови, начинот на вклучување во практична настава, посета на фирми, организации, институции, центри со можност за понатамошно усовршување, за запишување на факултет, за можностите за вработување, значи каде да студираат, каде да бараат работа, каде да се доусовршуваат на постдипломски, размена на студенти и ученици, сето тоа што е во нашата програма. Промоциите се одржуваат во основните училишта, во паралелки од деветто одделение. Беше истакнато дека е послаб интересот за стручните паралелки со 3 годишно образование отколку со 4 годишно од причина што огласите за вработување се вообичаено креирани со услов за 4 годишно образование. Една од директорките смета дека три годишното образование повеќе не е атрактивно и перспективно за учениците.

Промоциите најчесто се реализираат во месец април – мај и се наменети за ученици од завршните години, 9 – то одделение. Интересот кај учениците за овие промоции, е оценет различно од страна на директорите. Според некои од нив, интерес на презентациите во основните училишта покажуваат само учениците кои сè уште не се определиле што ќе запишат. На отворените денови во некои училишта забележително е присуството на голем број ученици од основните училишта. Од друга страна, директорите на училиштата кои имаат прилично атрактивни струки (медицинска, економско-правна и трговска), интересот го оценуваат како многу голем, што го покажува и големиот број на присутни ученици за време на промоциите.

Во врска со времето и местото на овие промоции, одговорите се дека промоциите се одржуваат за учениците од 9-то одделение. Се организираат во основните, како и во средните стручни училишта. За време на отворените денови вообичаено присуствуваат учениците кои се конкретно заинтересирани за одредена струка.

Средните стручни училишта најчесто ги опфаќаат сите основни училишта во нивната општина или град. Исто така, акцент даваат и на основните училишта од каде што имаат помал број на запишани ученици. Немаат некој конкретен критериум кои основни училишта ќе ги посетат. Од струшкото средно училиште беше нагласено дека промоциите, освен за основните училишта во градот, ги прават и регионално, односно ги посетуваат училиштата во Кичево, Дебар, Охрид и сите основни училишта во струшките села. Во некои од струките, имаат ученици од Дебар, секоја година.

„За медицинска струка имаме најголем интерес и за економска, а машинска многу слабо. За електро, просечно. Причините ни се познати, полесен им е патот до Германија, надвор од Македонија, имаат роднини и фамилии во Германија и полесна можност за вработување.“

„На учениците од другите општини им даваме информации и за можностите за сместување во средношколскиот дом, лоциран во дворот на училиштето, и можноста за бесплатно сместување во истиот.“

На прашањето за вклученоста на родителите, одговорот најчесто е дека родителите не се вклучени, и тоа поради тоа што „тоа одзема време и е покомплицирано“. Како

причина за неприсуство на родителите го напоменаа и фактот што промоциите се одвиваат за време на наставата. Родителите чии деца се посебно заинтересирани за одредена струка по промоциите доаѓаат да се информираат во средните стручни училишта. Единствен исклучок е во средното училиште во Кичево, каде понекогаш тоа се прави и за време на родителските средби и заедно со родителите кои имаат деца во средното училиште, а имаат помали кои треба да се запишат во средно и им се даваат сите податоци за кои што родителите се заинтересирани. На пример некој родител има дете 2-ра година средно, а другото му е 9-то одделение и се интересираат какви им се условите и кои се можностите. Забележуваат дека е потребна поголема информираност и на родителите за самите струки во средните училишта бидејќи се случува да влијаат на децата за запишување во гимназиски паралелки иако тие пројавуваат интерес за стручните. Оттука произлегува недоволната информираност на родителите за средното стручно образование и неговата применливост и вработливост на пазарот на трудот.

Иако на промоција не присуствуваат родители, според директорите, голем број на родители доаѓаат во училиштата за да добијат подетални информации околу струките, можностите за запишување, поените кои се потребни, предметите кои се карактеристични за одреден струки и сл.

На барањето да дадат свое видување за тоа колку децата кои се запишуваат во нивното училиште, имаат познавања за струката во која се запишуваат, еден од илустративните одговори е „Мислам дека тие веќе претходно се одлучени каде ќе се запишат и дека тоа е одлуката на учениците и родителите, не знам колку ние влијаеме врз тоа.“ Во однос на здравствената струка, учениците во најголем дел се целосно запознаени со образовниот профил кој го избираат. Истакнаа дека во голема мерка влијае и популарноста која ја ужива одредено средно стручно училиште со што се поттикнува поголема заинтересираност на учениците од основните училишта за тоа конкретно училиште. Дел од директорите сметаат дека учениците кои доаѓаат да се запишат во одредена струка имаат конкретни информации за истата. Но според други, голем дел од нив воопшто немаат информации. „Доаѓаат да се запишат затоа што знаат дека е задолжително, но не им е важно каде. Прашуваат само каде има слободно место или бараат каде се запишани некои нивни другари.“

Во делот од разговорот насочен кон утврдување на видовите активности кои се реализираат во училиштата за да се овозможи запознавање на учениците со карактеристиките на струките застапени во училиштето и можностите кои тие ги нудат на пазарот на труд, наставниците набројуваа: учество на саемите на мебел, градежништво, ентериер каде преку своите штандови со производи изработени од страна на учениците се претставуваат пред пошироката јавност. Исто така во соработка со компаниите од приватниот сектор, како и со здравствените институции се организираат посети и се остварува практична настава на учениците со што се создава солидна основа за нивно полесно идно вработување. Самите компании бараат вработлив кадар од учениците по завршување на нивното образование во стручните паралелки. На отворениот ден на училиштето, секоја струка има свој штанд каде се изложени посебни материјали и изработки карактеристични за струката. Учениците и наставниците задолжени за штандот

им даваат конкретни информации за струката на сите заинтересирани. Во брошурите се опишуваат специфики за начинот како се совладуваат наставните содржини од секоја струка, со што располага училиштето конкретно за одредена струка и др. Но ретко даваат податоци поврзани со пазарот на труд.

На прашањето дали имаат институционална поддршка при промоцијата на можностите и активностите кои ги нудат како училиште, и на кој начин се остварува поддршката, дел од одговорите беа дека тоа сами го прават, а таква поддршка апсолутно би им била потребна, и тоа „би не сфатиле посериозно и би имале повеќе ефекти“. Дел кажаа дека немаат голема потреба за поддршка од таков тип, но доколку ја побараат ја добиваат. За поголема промоција на средното стручно образование од исклучителна важност за нив е поддршката на институциите. Напоменаа дека во здравствената струка поради природата на струката постои институционална поддршка, и учениците активно земаат учество во активности и проекти во здравствените институции каде што и ја стекнуваат својата пракса. Но најголем дел од училиштата немаат никаква институционална поддршка за промоција на ССО. Сите активности се планираат, реализираат и финансираат само од страна на училиштата.

На прашањето дали имате соработувано со институции кои ја обработуваат тематиката на кариерна/професионална ориентација, еден од одговорите беше дека учествуваат во такви проекти со професорите кога тоа им се нуди. Во однос на различни обуки, ако имаат интерес професорите одат на обуки на различни теми. Има и за професионален развој. Тоа што им се нуди го прифаќаат. Има училишта кои имаат своја служба за кариерна / професионална ориентација во рамките на која се следи развојот на учениците. За дел има потреба од воспоставување на кариерен центар, но за истото им е неопходен и обучен кадар кој ќе биде максимално посветен на професионалниот развој на учениците. Дел од училиштата биле вклучени и во проекти за кариерни центри на МОН и УСАИД, и ја нагласуваат важноста на соработката со таквите центри. Училиштата немаат соработка со институции или организации кои работат на тематика поврзана со кариерен/професионален развој на учениците. Велат дека таквите активности се достапни во училиштата единствено преку реализација на проекти. Во дел од училиштата каде има кариерни центри, изминатите години се работело повеќе на темата кариерно советување. Но со текот на времето наставниците кои реализираа таков тип на активности губат желба и се намалува нивниот ентузијазам, затоа што немаат решен статус во училиштето. Сите тие активности им се дополнителна работа, надвор од работно време, без никаков надомест.

Во однос на прашањето за соработката со конкретни субјекти од бизнис и индустрискиот сектор во областа во која делуваат како средно стручно училиште, еден од одговорите беше дека немаат и тоа дека немаат ингеренции тоа да го прават со ученици од основните училишта, а нивните ученици посетуваат пракса во одредени компании. Во Скопскиот регион средните стручни училишта имаат склучено договори за соработка со државните и приватните компании, и активно соработуваат со нив. Нема голема поддршка од општината или бизнис заедницата. Секоја соработка со нив е сведена на минимум, значи недоволна. Нема интерес за реализација на конкретни активности, или

заедничка промоција. Некои од директорите вината за недостатокот од соработката го гледаат и во училиштата, во МОН, во ЦСОО кои не иницираат конкретни активности за заедничка промоција. Но, исто така, директорите велат, дека некои училишта изгубиле надеж после неколку неуспешни иницијативи за соработка со локалната бизнис заедница можеби не баш конкретно околу промоцијата на ССО, но сепак не наишле на разбирање. Постојат неколку фирми со кои се соработува заради реализацијата на практичната настава и феријалната пракса на учениците, но тоа е многу малку. За жал, досега немаат примери дека таквата соработка се промовира за пошироката јавност или пак дека се организираат настани за промоција. Немаат информации дека фирмите некаде ја промовираат соработката со училиштата.

Во однос на поддршката која ја добиваат од општината во поврзувањето со бизнис секторот и во промовирањето на стручното образование пред пошироката јавност, еден од одговорите беше дека сега засега на таа реалција со општината немаат никакви заеднички проекти, или соработка. Во Скопскиот регион средните стручни училишта редовно комуницираат со Град Скопје во врска со промоциите кои ги остваруваат, а бидејќи остваруваат соработка со одредени компании, до сега немале потреба од барање на поддршка од општините

II. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка

Испитаниците беа замолени да посочат некои идеи и начини на промоција на стручното образование во насока на зголемување на неговата атрактивност за учениците во основните училишта. Според една од директорките: „За идеи дискутираме со професорите по стручни предмети, како би се зголемил интересот на учениците од основните училишта за нашите струки, особено за запишување во машинска и електро струка бидејќи тука имаме послаб интерес за запишување.“ Директорите предлагаат организирање на повеќе отворени денови за промоција, промоции повеќе пати во текот на годината, саеми за образование и кариера во повеќе градови со организирани посети од училиштата. Да има промотивни емисии и поголема медиумска застапеност на средното стручно образование во етерот со кампањи и реклами како би се едуцирала јавноста во поголем број. Треба да постојат кариерни центри во основните и средните стручни училишта и нивна взаемна комуникација и соработка. Според еден од директорите, промоциите треба да се во присуство на представници од бизнис заедницата, со што на учениците ќе им се доближи стручното образование со можностите за вработување.

На прашањето за видот на информации кои би требало да бидат понудени и на кој начин, еден од одговорите беше „Нормално вработување, каде со нивното образование би можеле да се вработат доколку не го продолжат своето образование. Колку е атрактивно средното стручно образование во денешно време знаеме сите.“

Според нив, при реализацијата на промоциите исто така потребна е и институционална поддршка со цел да се зголеми интересот и на самите родители кои имаат големо влијание во изборот на средното образование на своите деца. Информации за опременоста на училиштата, реализацијата на теоретската и практичната настава,

нивното оспособување, можности за вработување или продолжување на образованието и сл.

На прашањето дали ги имаат сите неопходни ресурси за остварување на овој тип на промоција? Ако не, што е она што сметаат дека треба да го имаат како неопходни ресурси од корист за промоцијата?

Еден од одговорите беше дека имаат планови и идеи да побараат помош од различни институции или установи, на пример ако ја промовираат економската струка, да побараат помош од некое стручно лице, од банките, па да одвои време да дојде и да ја промовира оваа струка, да одговара на стручни прашања и да им го приближи предметот на интерес на учениците. Или некој инженер од Осломеј, некој рудар или некој друг да им го одговори на учениците за машинска или електро струка. Директорката додаде „Ама тоа е пак би кажала неизводливо да трошиме туѓо време. Сепак тоа се прави во време на настава во работно време на тие лица што ние сакаме да ги ангажираме и да побараме од нив помош. Ние ги разбираме дека кога ќе побараме од нив помош, дека немаат време и не смеат да излезат. Имаме на располагање стручни соработници од тие струки, само кога би биле слободни да го сработат она што ние го бараме за промовирање на струките.“

Постоењето на обучен кадар во кариерните центри во рамки на самите училишта е неопходен ресурс за нив за остварување на поголема ефикасност на промоциите.

Повеќето директори се сложија дека во делот на промоција им е потребна поголема поддршка од бизнис заедницата, од сите образовни институции и од општината. Ако за промоцијата се обезбеди добра финансиска и институционална поддршка, таа може да биде многу поинтензивна, и добро осмислена, конкретна. Да се бара можност за добра медиумска покриеност не само на одредени училишта во општината, туку на регионално и на државно ниво. Да се зборува за можностите за завршување средно стручно образование во друга општина.

Еден од директорите истакна дека во овој контекст мора да се размислува за регионализација на струките. Нас ни се случува да имаме медицинска, економска и електротехничка струка и во Охрид и во Струга и нормално имаме регионална заситеност со тој кадар. Од тука треба да произлезе институционалната поддршка, да се планира покриеноста со средно стручно образование на државно ниво според потребите на пазарот на трудот во државата. Така ќе се обезбеди и подобра опременост на училиштата по одредени струки.

Од испитаниците беше побарана нивна проценка за тоа, какви промотивни настани и активности за учениците во основните училишта треба да се реализираат континуирано во текот на наставната година и каков би бил ефектот. Една од директорките одговори дека не смета дека доколку се прави почесто или преку целата година дека би имало подобри резултати. Тоа обично се прави во второто полугодие во месеците Април/Мај/Јуни. „Некогаш може да бидеме и досадни ако бараме време и ученици, а и колеги, а е специфична нашата работа. Сепак ние треба да побараме дозвола од

директорите на основните училишта, да ги ослободиме нашите професори, да одземат некој час на некој наставник и почесто тоа не би требало да го правиме“. Генерално заклучокот беше дека е сепак подобро промоциите да бидат повеќекратни (да се организираат и на почетокот на учебната година) за да им се даде доволно време на учениците да размислуваат за идното средно образование. Други директори пак сметаат дека континуирани промотивни настани би имале поголем ефект. Но тоа да не биде само во форма на презентации, туку заеднички работилници, реализација на конкретни заеднички активности кои би биле финансирани и поддржани од локални бизнис компании, од општината или од некои проекти. „Само, таквите настани треба да бидат добро осмислени, и да се мери и промовира ефектот кој е постигнат со нив. Тука секако може да биде проблем преоптовареноста на наставниците, па ќе бара секако и многу добра организација ”

На прашањето за досегашната вработливост на учениците на пазарот на трудот, и на кој начин сметаат дека би можела истата да се зголемува во иднина, поголемиот број на испитаници немаат конкретни податоци со кои би се поткрепиле заклучоците во врска со вработливоста. Директорката на средното училиште од Кичево, тоа го илустрираше на следниот начин: „Како што покажуваат истражувањата и анкетите, некаде околу 80% од учениците го продолжуваат своето образование на факултет. Многу малку има што остануваат и бараат работа со средно образование, Или заминуваат во странство или се запишуваат на факултет. Многу малку остануваат средношколци кои бараат работа“

„Имаме еден локален хендикеп, многу малку деца од регионот запишуваат угостителско - туристичко струка, а на лето сите работат како келнери по кафиќи и ресторани. Постојано има недостиг од готвачи, ама за учениците не е атрактивно како професија, изгледа .”

Според сознанијата на медицинското училиште, поголем дел од учениците кои не продолжиле со факултетско образование се вработуваат во здравствените институции.

Учениците од другите стручни паралелки во голем дел се запишуваат на факултет од причина што постои популарно убедување помеѓу учениците дека е подобро да продолжат со факултетско образование отколку да се вработат.

Истакнаа дека е потребно да се обрне поголемо внимание и на децата од социјално ранливите семејства, односно да се овозможи нивна поголема вработливост на пазарот на трудот.

Еден од директорите напомена: “Она што загрижува е тешката мотивација кај учениците за работа по завршување на средното стручно образование. Тоа како проблем го јавуваат самите компании кои се соочуваат со недостиг на стручен кадар. Дел од учениците продолжуваат со факултетско образование, а дел се

„Од бизнис секторот бараат од нас да им обезбедиме термин и ученици за да можат тие себеси да се промовираат. Еве минатата недела побараа од мене да одвојам време и простор од ПСС да се промквираат самите тие, односно да им се даде можност на учениците кои нема да продолжат со своето образование, да им се даде можност за вработување. Тоа им го овозможуваме на сите кои од нас бараат таква услуга. Тие имаат можност кај нас да се промовираат. Треба нешто и за возврат.“

незадоволни од малите плати и заминуваат за странство.”

Вработливоста на учениците после завршување на средното образование, според испитаниците на југозападниот регион, е многу мала. Размислуваа за неколку причини: условите со вработувањето во државата, презаситеност на кадри од одредена професија на локално ниво, желбата сите да студираат затоа што средното образование кај нас ја губи својата вредност, непостоењето на профили кои нудат мајсторски работи кои ќе им обезбедат на одредена група ученици одма да почнат да работат. Голема е веројатноста, според некои директори, дека учениците и родителите и не знаат со кои струки можат полесно да најдат работа кај нас во регионот. Еден од директорите рече: “Вработливоста би се зголемила ако се отворат нови работни места.”

Во врска со соработката со бизнис секторот, т.е. посета на компании или реализација на практична настава на работно место, може да се сумира дека соработка постои, но има потреба од нејзино интензивирање. Ретко кога ваквата соработка се промовира.

Според најголемиот број на директори, соработката со бизнис секторот влијае на секојдневниот образовен процес во училиштето и на градењето на вештини за вработливост кај учениците, но состојбите во стопанството се неповолни и поради тоа има се помал интерес за запишување на поодделни струки. Во Кичево, имаат договор со РЕК Осломеј и со медицинскиот сектор за таа струка и ова влијае многу во однос на вработливоста.

Заклучокот на сите директори е дека соработката со бизнис секторот е неопходна. Со практичната настава се развиваат професионалните карактеристики на учениците, и на тој начин ќе бидат подготвени да се соочат со секојдневните предизвици кои ги нуди бизнис секторот при нивното идно работење.

2.1.3. Наоди од реализираните фокус групи на наставници од средните стручни училишта

I. Начини на промоција на средните стручни училишта – досегашна состојба

Наставниците од ССУ од двата региони се изјаснија дека нивните училишта планираат и реализираат промоции на ССО пред учениците од основните училишта, конкретно за струките застапени во нивните училишта. Промоцијата пред пошироката јавност, според нив, не е конкретно насочена кон промовирање на струките, туку се промовира училиштето преку сите реализирани активности (воннаставни, проектни, различни акции и сл.). Со тоа кон пошироката јавност се испраќа информација дека на учениците им се овозможува градење и на меки вештини како дополнување на стручните вештини кои ги стекнуваат нивните ученици.

Наставниците од двата региони зборуваа за активностите за промоција кои се реализираат во нивните училишта. Промоциите поврзани со уписот на ученици се организираат најчесто еднаш годишно пред крајот на учебната година (април - мај), кога тимови од наставници организирано ги посетуваат основните училишта во

општината/градот. “Ги посетуваме и основните училишта во регионот, Струга, Охрид, Дебар, Кичево...”- рекоа наставниците од СОУ „Нико Нестор“. Се доставуваат флаери и материјали со информации за струките, како и преку презентации и видео клипови.

Настан, насловен како Отворен ден на училиштето, исто така се организира во сите училишта кои беа дел од истражувањето. Според нив, на тој настан се отворени сите кабинети за посета од страна на учениците и во секој од нив тимови од ученици и наставници презентираат карактеристики за струката и реализирани активности во текот на годината.

Активностите за промоција ги организираат, реализираат и финансираат самите училишта, односно наставниците се организираат во тимови, и планираат активности и подготвуваат материјали за промоција.

Наставниците се вклучени кога се подготвуваат, организираат и реализираат активностите за промоција со посета на основните училишта. Тие се секогаш тука и за поддршка и мотивација на учениците кои се заинтересирани за подетални информации. Учениците од ССУ изработуваат проектни задачи кои се презентираат на промоциите со цел на интересен и практичен начин да се привлече интересот на учениците од ОУ, а вклучени се и во подготовка на промотивни материјали и реализација и активности за промоција.

Наставниците и учениците имаат директно учество и во манифестацијата Отворен ден на училиштето, преку презентација на штандови, со изработка на постери, флаери. Се презентираат струките, реализираните проекти, можностите за запишување и сл.

На прашањето за видот на промоциите кои ги нудат училиштата и во кој период од наставната година, наставниците образложија дека, ако се зема предвид дека како промоција на училиштето и струките се сметаат и сите реализирани активности во текот на годината, тогаш периодот зависи од времето на реализација на активностите. Ваквите активности се промовираат преку локалните ТВ медиуми, преку интернет портали и сл.

Училиштата се вклучени во натпреварувања како “Лидер на струка”, “Виртуелни компании” па позитивните резултати се користат за промоција. Реализацијата на проектите од програмата ЕРАЗМУС + , исто така е дел од промоцијата. Се користи web - страната на училиштето како постојан информативен портал за се што се случува во училиштето.

Од страна на наставниците, споменати се и активности кои се спроведуваат во текот на наставната година, а придонесуваат кон промовирање на ССО и на самите училишта:

- Посета на учениците од ОУ во ССУ; При посета на учениците од ОУ се организираат заеднички активности помеѓу учениците од ОУ и ССУ со што и практично се запознаваат со она што го нуди училиштето;
- Учество во емисии на националните телевизии;

- Учество на МАССУМ – април; Преку презентација на образовните профили и нивни компетенции на МАССУМ, натпревари за најдобар бизнис план, интервју за работа, дизајн на штанд и сл.
- Учество на натпревар за најдобар бизнис концепт – ноември; “Лидер на струка”, “Виртуелни компании”.
- Натпревари во рамките на училиштата (пример: поддржано до компанијата KNAUF).
- Организирање на посета на детската клиника и детското СОС село, за да на дечињата им поделиме новогодишни подароци. Се реализираат и презентации на крајот од наставната година со цел да им се помогне во изборот за средно училиште каде што би можеле да го продолжат своето образование.
- Реализацијата на активности од МИО, Градиме мостови и сл.
- Организирање активности со хуманитарни цели.

Наставниците во дел од училиштата, интересот на учениците од основните училишта го оценија како задоволителен и солиден, но тоа го поврзуваат и со атрактивноста на понудените образовни профили во нивните училишта (медицина, економија, информатика, ...).

Во дел од училиштата, наставниците сметаат дека на презентациите во ОУ има посетеност, но дека тоа не можат да го поврзат со интересот на учениците, затоа што промоциите се случуваат за време на настава и учениците доаѓаат организирано, а не по сопствена одлука или избор. Посетеноста и интересот за отворениот ден е различен. Некои години има доста ученици, други помалку, зависно. Но, воглавно секогаш има добра позитивна атмосфера и позитивен ефект.

Наставниците сметаат дека големо влијание за интересот на учениците има интересот на родителите при избор на ССО. Кај голем број родители, според нив, преовладува мислењето дека подобар избор за нивните деца е гимназиското образование, затоа што владее мислење дека ССО учениците ги подготвува за физички тешки работни позиции и дека таму се школуваат воглавно ученици со послаб успех кои немаат друга можност или поголема перспектива за понатаму. Образованите профили во ССО, во голема мерка не уживаат примат меѓу родителите. Постои поделба во општеството кога станува збор за перцепцијата на стручните профили.

Наставниците сметаат дека во нашата држава голем недостаток е тоа што нема заедничка стратегија, или планирани активности на ниво на држава, кои преку заедничка соработка и поддршка на повеќе организации, образовни институции ќе го промовираат стручното образование како успешна приказна. Наставници од Охрид, нагласија дека промоцијата на дуалниот систем на образование во електротехничкото училиште, обезбеди максимален број на ученици уште првата година. Во Охрид, наставниците сметаат дека кон атрактивноста придонесува и општината, некои јавни и приватни претпријатија, Дом на културата (затоа што секогаш излегува во пресрет кога се организираат активности од страна на училиштата), Библиотеката (организира средби за ученици од различни училишта), Црвен крст (затоа вклучува голем број на ученици од

различни училишта кои заедно реализираат одредени активности и се запознаваат. Така учениците споделуваат информации за училиштата).

Нагласени се други институции, како на пример: Државната клиника, приватни клиники, ординации, аптеки, медиуми (TV, YOUTUBE), Министерство за образование и наука, работни организации од бизнис секторот, Агенцијата за вработување, невладините организации, медиуми, социјални мрежи, организации од занаетчишкиот сектор, кои наставниците ги споменуваат како сегашни и можни идни соработници, но со многу продлабочена соработка.

Соработката со бизнис секторот во доменот на стручните области застапени во училиштата беше различно образложена од страна наставниците. Економската и здравствената струка соработуваат со државни институции, но според наставниците тоа не е соработка за која многу се зборува или се промовира пред пошироката јавност. Едноставно е практична настава која се реализира како обрска за учениците.

Според најголем дел од наставниците постои соработка со бизнис секторот. Соработката е најчесто во домен на остварување училишна и работна пракса. Некои од струките имаат соработка со приватни фирми, приватни забни ординации, приватни аптеки, домови за стари лица, но тоа не се работилници, туку реализација на феријална пракса или практична настава. И овој тип на соработка не се промовира, но сметаат и дека таа соработка е повеќе формална отколку што има конкретен ефект кој може да се промовира. Немаат сознанија дека некогаш се организирале заеднички настани или работилници со бизнис секторот.

Иако сите зборуваат за соработка која постои, сепак според нив, таа е многу мала. Недоволна за да има голем ефект кој ќе биде забележителен за пошироката јавност. Понекогаш се организираат работилници од сите струки кои постојат во училиштето (најчесто градежништво, ентериер). Но, за да се промовираат овие активности пред пошироката јавност, наставниците имаат потреба од медиумска застапеност (со институционална поддршка).

II. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка

Училиштето да биде постојано отворено за учениците од основните училишта. Заеднички работилници во текот на годината, Отворен ден итн. Организирање на саеми на ниво на град. Да се реализираат презентации, квизови, натпревари, културно уметнички приредби секако со објавување и истакнување на постигнатите успеси. Ако има поддршка од бизнис заедницата може заеднички да се осмислат активностите. Да се изнаоѓаат различни начини основците да бидат што повеќе присутни во средните стручни училишта, можеби заеднички часови и некои активности кои ќе ги организираат заеднички учениците од основно и средно.

Еден од главните проблеми е што не постојат кариерни центри во рамки на ОУ. Сметаме дека доколку истите постојат навреме ќе може да се препознае интересот на учениците, да се поттикнуваат активно да размислуваат за идното образование, и за она што навистина сакаат да учат. Потребно е да постојат кариерни центри во основните училишта каде ќе се следи талентот и интересот на учениците почнувајќи од најмалата возраст.

Активирање и вмрежување на кариерни центри (од основно, од средно стручно образование и од Агенцијата за вработување);

Родителите да бидат исто така опфатени со промоциите како и нивните деца за да се информираат соодветно. Родителите имаат големо влијание, понекогаш и клучно за изборот на средното образование на нивните деца. Според нашите сознанија, во моментот премногу актуелизирано и атрактивно е гимназиското образование и факултетите, и најчестата сугестија на родителите на децата е продолжување на образованието во таа насока.

Организирање на работилници во бизнис секторот;

Успешни личности од одредени струки за зборуваат за својата професија и можностите кои ги нуди пред учениците;

Ученици од основните училишта да имаат пристап до база со информации за средното стручно образование и со можностите што ги нудат оддлени квалификации;

Различни активности - од забавен карактер (каде учениците би ги покажувале своите таленти); од образовен карактер (каде би покажувале тоа што научиле и би подучувале); од хуманитарен карактер и др.

Да има денови на средно-стручно образование или саем за средно-стручни училишта;

Викенди кога би се организирале настани во насока на подигнување на свеста кај граѓаните за важноста на грижата за сопственото здравје, како на пример: мерење притисок и шеќер во крвта.

Вклученост и поддршка во овие промоции, наставниците очекуваат од :

- Медиумите (националните телевизии), социјалните мрежи;
- Општините;
- Градот;
- Бизнес секторот;
- МОН; ЦСОО;
- Министерство за труд и социјала;
- АВРМ;
- Сите организации и институции кои се засегнати од стручните професии.

Наставниците сметаат дека им е потребен секаков вид на поддршка, почнувајќи од техничка, финансиска и медиумска поддршка, при што да се обезбеди:

- Пристап до информации;
- Законска регулатива која ќе овозможи присуство и работа (која може и смее да се изведува) на ученици во бизнис секторот;
- Материјална и логистичка од страна на МОН и ЦСОО.

2.1.4. Наоди од реализираните фокус групи на родители од основните училишта

I. Начини на промоција на средните стручни училишта – досегашна состојба

На прашањето дали родителите се запознаени со реализирани промоции на средните стручни училишта во основните училишта на нивните деца, дел од родителите се изјаснија дека не се запознаени, дел дека имаат делумни информации за таквите промоции, а дел се изјаснија дека се запознаени со типот на промоциите и времето кога се одржуваат во училиштата.

Дел од родителите кои се делумно или целосно запознаени со промоциите, знаат дека истите се одвиваат еднаш годишно во пролетниот период непосредно пред започнувањето на уписите за средно образование.

Генерално родителите не се повикуваат од страна на основните училишта на нивните деца да земат учество на промоциите за средните стручни училишта. Родителите кои се запознаени со промоциите нагласија дека и да сакаат да присуствуваат никогаш не би биле во можност од причина што се одвиваат за време на наставата кога тие се на работа. Вообичаено по промоциите наставниците ги споделуваат информациите со нив одделно по пројавен интерес на некој од учениците за одредено средно стручно училиште. Родителите кои не се запознаени сметаат дека со самото тоа што не се информирани за тие промоции, истите немаат големо значење врз одлуката на нивните деца да се запишат во тие средни училишта. Аналогно на тоа, истакнаа дека значењето на средното стручно образование не им се доловува на начин како што треба на нивните деца, туку сметаат дека промоциите се повеќе презентација на самите училишта. Во Скопскиот регион децата имаат избор помеѓу средните стручни училишта со оглед на тоа што се во поголем број, но сепак сметаат дека не се доволно

атрактивни бидејќи во општеството акцентот се става на факултетското образование па децата полесно се одлучуваат да се запишат во гимназиски паралелки отколку во стручни. Исто така, децата си влијаат едни на други при одлуката со оглед на медиумската атрактивност за факултетско образование. Од друга страна, родителите во Југо-западниот регион истакнаа дека децата немаат доволно информации за средните стручни училишта пошироко низ државата и акцентот се става првенствено на средните стручни училишта од општината. Општата констатација беше: “ Можеби и не дека струките кои ги има во Охрид не се толку атрактивни колку што ги знаеме какви се училишта и ги бие глас дека таму учат само слаби ученици, има доста проблематични деца, па многу често ги избегнуваат, и одат во гимназија, затоа што таму самите услови за упис бараат посолидни ученици.”

Родителите се заинтересирани за ваков тип на промоции бидејќи сметаат дека би добиле корисни информации за средните стручни училишта кои можат да ги искомунуцираат со своите деца. Тие како родители имаат големо влијание врз одлуките на нивните деца и признаваат дека во недостиг на потребните информации понекогаш може ненамерно да ги насочат децата да направат лош избор. А како родители секогаш го сакаат најдоброто за своите деца. Сите се согласуваат дека децата треба посамостојно да ги донесуваат одлуките за запишување во средните училишта согласно нивниот интерес.

Дел од родителите немаат информации за улогата на наставниците од основните училишта во овие промоции. Знаат дека истите се трудат да им помогнат на децата за откривање на талентот и интересите, но сепак бројот на таквите наставници е мал. Повеќето наставници ги остваруваат предавањата во рамките на предвидената наставна програма и сметаат дека многу малку ги комуницираат информациите добиени од промоциите со своите ученици за да ги дознаат нивните размислувања за средните стручни училишта кои биле испрововирани.

Сите се согласија дека моментално информациите кои се нудат во државата за можностите и бенефитите на средното стручно образование се многу мали. На тој начин, овој тип на образование според нив се повеќе се депопуларизира и го губи значењето во општеството. Ја нагласија потребата од вклученост на институциите за негова поголема промоција.

ССО го окарактеризираа како неатрактивно од следните причини:

- гимназиските паралелки се поперспективни
- учениците од основните училишта не се подготвени да го продолжат образованието со запишување во стручните паралелки, па општата гимназија е секогаш подобар избор
- пренагласеност на факултетското образование
- учениците мораат многу брзо да ја стекнат навиката за работа со самото завршување на средното стручно образование (а децата сакаат да го уживаат комодитетот на ученици со запишување на факултет)
- етикетирање на средните стручни училишта како училишта каде се запишуваат ученици со послаб успех
- огласите за вработување се со задолжително факултетско образование

- медиумите, социјалните мрежи кои во голема мерка придонесуваат за поголема атрактивност за гимназиско образование или за приватни средни училишта

- И покрај многубројните причини за неатрактивност на ССО, сепак според нив, средните стручни училишта се одлични училишта со можности за нивните деца.

Повеќето од родителите не беа задоволни со фактот што во основните училишта не се посветува време на професионална ориентација и кариерно советување за нивните деца, а сметаат дека е од исклучителна важност за да можат децата самостојно да ги носат одлуките за струката за која навистина ќе пројават интерес. Немаат ни доволно информации дали наставниците работат со децата на ваков тип на едукација. Поголем дел родителите немале директна комуникација со лица кои го работат кариерното советување иако знаат дека постои како такво. Рекоа дека е потребно да постои во основните и средните училишта. Потребни им се повеќе информации за користа која може да ја имаат нивните деца од процесот на професионална ориентација. И секако ја нагласија потребата да биде вклучена во самата образовна програма на училиштата.

Не се задоволни што во основните училишта не се посветува внимание на следење на поттикнување на интересите и развивање на вештините на нивните деца. Единствено наставниците кои се ентузијастички работат со учениците во таа насока. Премногу се оптоварени децата со тековната настава, а малку им се посветува внимание за да се препознаат нивните вистински таленти и интереси. Еден од предлозите на родителите беше дека кариерното советување треба да биде вклучено како редовен час како и другите редовни предмети во образовната програма.

II. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка

Сега за сега имаат делумни информации за промоциите, а потребни им се повеќе информации за самите средни стручни училишта во однос на нивната наставна програма и можностите кои ги нудат за нивните деца, колку се опремени за одвивање на практична настава, какви се перспективите за вработување со таков тип на образование, колку се атрактивни овие професии на пазарот на трудот.

Во процесот на промоции сметаат дека треба бидат вклучени наставниците од основните и средните стручни училишта, кариерни советници, бизнис секторот, агенцијата за вработување, министерството за образование, министерството за труд и социјала, медиуми, невладини организации. Промоциите според нив би можеле да се одвиваат во општините, училиштата, со емисии на медиуми.

Потребна им е и системска поддршка за да се донесе најдобрата одлука за понатамошното средно образование на нивните деца. Системска поддршка во смисла на поголема информированост и вклученост во самиот процес на промоции и комуникација со лица кои работат на професионална ориентација и кариерно советување.

Повеќекратните промоции низ целата година според нив би имале поголем бенефит. Треба да се поттикне поголема заедничка активност на учениците од основните

и средните стручни училишта, ССУ да организираат натпревари, базари, саеми, отворени денови на кои ќе учествуваат учениците од основните училишта. Сметаат дека наставниците треба да бидат повеќе вклучени бидејќи имаат голем авторитет кај децата, и потребно е да ги поттикнуваат децата повеќе на размислување, интеракција, креативност, да им ги доближат стручните струки преку организирање на практични часови, презентации од родителите на самите часови кои се занимаваат со таков тип на професии.

Можноста за подигнување на интересот на децата за средните стручни училишта ја гледаат најмногу во институциите преку зголемување на колективната свест за значењето на ваквиот тип на образование за учениците и општеството. МОН, Министерството за труд и соција, медиумите преку организирање на кампањи, емисии и трибини значително би придонеле да се врати вистинското значење на овој тип на образование. На децата им е потребна институционална сигурност дека имаат перспективи за вработување по завршување на средното стручно образование. На тој начин, и самите тие како би биле повеќе вклучени во колективниот процес на подигнување на свеста. Најважно за нив е децата на крајот да ги донесат вистинските одлуки за нивната идна професија.

2.2. Заклучоци од истражувањето

2.2.1. Заклучоци од интервјуата со директорите на основните училишта

- ССУ се **промовираат** во основните училишта, најчесто во второто полугодие (месеците април и мај) и најчесто само за учениците, а не и за родителите.
- Промоциите не се иницирани од основните училишта и се реализираат во основното училиште или како посета на средното стручно училиште. Тие се најчесто насочени кон промовирање на училиштето, а во помал обем кон конкретните придобивки или карактеристики на ССО.
- Кај основните училишта постои желба за **континуирана соработка** со средните стручни училишта, но поради тековните активности во рамките на постојната наставна програма не се во временска можност да ја остварат посакуваната соработка со нив. Потребно е институционално да се направи поврзување на основните и стручните средни училишта.
- Поголема иницијатива за промоција во основните училишта е забележана од страна на приватните средни училишта отколку од државните. Малата иницијативност за промоција на ССО според директорите се должи на самоувереноста на општинските училишта дека тие се единствена опција во градот за упис на ученици и заради згаснувањето на локалното бизнис опкружување.
- Некои училишта организираат **Отворени денови**, на кои се поканети ученици од завршните години од сите основни училишта во градот. Ваквиот пристап е повпечатлив и поефективен, но, од друга страна, посетеноста од страна на учениците на овие Отворени денови не е баш голема во сите училишта.

- **Интересот** на учениците е различно оценет. Според некои директори, учениците се делумно заинтересирани и присуствуваат на промоциите, затоа што се реализираат за време на наставата. Но, голем број од учениците на тие презентации делуваат незаинтересирано, дури и со омаловажување кон некои од струките за кои се зборува, заради мислењата за одредени струки или училишта кои „ги бие лош глас во градот“.
- Промоциите се одвиваат за време на наставната програма, па оттаму и **родителите** не се во можност да присуствуваат и не се вклучени. Сепак, директорите сметаат дека треба да се размислува за вклучување и на родителите за нивно поголемо информирање.
- Основните училишта не планираат и не организираат **активности кои ги доближуваат струките** и стручното образование до учениците. Некои иницијативи постојат кога се зборува за определени професии и струки, но не од аспект на промоција на средното стручно образование.
- Училиштата имаат **педагог и психолог**, но многу малку се работи со учениците на избор на занимање согласно нивните постигања и интереси. Во некои училишта, педагогот и психологот работат со децата, и спроведуваат тестови за кариерен развој на учениците од 9то одделение, но еднократните тестови во завршното одделение не се доволни за да се открие навремено интересот и да се работи со детето на негово понатамошно развивање. Ниту едно од училиштата нема кариерен советник или лице остручено да работи на тоа поле.
- Работата со **талентирани ученици**, во училиштата беше опишана како нешто на што се работи само по одредени предмети, односно во предметите каде ќе се појави ученик со специфичен интерес. Талантот треба да се следи во училиштата уште од најмалата возраст на учениците, и потребен е обучен тим кој ќе работи со децата.

2.2.2. Заклучоци од интервјуата со директорите на средните стручни училишта

- Сите средни стручни училишта организираат **промоции на стручното образование** за ученици од основните училишта. Тие се најчесто во форма на посета на основните училишта и како Отворен ден на училиштето, а за таа цел се изработуваат брошури, постери, флаери и сличен промотивен материјал кој ги претставува струките и опременоста на училиштето за реализација на наставата. Во промоциите најчесто се вклучени наставниците кои предаваат стручни предмети во одредените струки, а понекогаш и ученици од струките.
- **Интересот** кај учениците е оценет различно: според некои, интерес покажуваат само учениците кои сеуште не се определиле што ќе запишат. Од друга страна, интересот е голем за медицинска, економско - правна и трговска струка, или некои други во моментот поатрактивни струки.
- Послаб е интересот за стручните паралелки со 3 годишно образование отколку со 4 годишно од причина што огласите за вработување се вообичаено креирани со услов за 4 годишно образование.

- Иако на промоција не присуствуваат **родители**, според директорите, определен број на родители доаѓаат во училиштата за да добијат подетални информации околу струките, можностите за запишување, поените кои се потребни, предметите кои се карактеристични за одреден струки и сл.
- Во однос на одлуката за запишување, директорите сметаат дека дел претходно се одлучени каде ќе се запишат, а дел доаѓаат да се запишат затоа што е задолжително, но не им е важно каде.
- Училиштата немаат институционална поддршка за промоција на ССО. Сите активности се планираат, реализираат и финансираат само од страна на училиштата.
- Училиштата немаат соработка со институции или организации кои работат на тематика поврзана со кариерен/професионален развој на учениците, а таквите активности се достапни единствено преку реализација на проекти.
- Соработката со бизнис секторот влијае на секојдневниот образовен процес и на градењето на вештини за вработливост кај учениците, но состојбите во стопанството се неповолни и поради тоа има се помал интерес за запишување на поодделни струки.
- Вработливоста на учениците после завршување на средното образование за некои струки е многу мала. Постојат повеќе причини: условите со вработувањето во државата, презаситеност на кадри од одредена професија на локално ниво, желбата сите да студираат затоа што средното образование кај нас ја губи својата вредност, непостоенето на профили кои нудат мајсторски работи кои ќе им обезбедат сигурно вработување итн. Но во Скопскиот регион, средните стручни училишта имаат склучено договори за соработка со државните и приватните компании, и активно соработуваат со нив.
- Интерес и потреба за подобрување на начините на промоција на средното стручно образование постои во голема мерка кај сите испитаници.

2.2.3. Заклучоци од реализираните фокус групи на наставници од средните стручни училишта

- ССУ, кои беа вклучени во ова истражување, планираат и реализираат промоции за учениците од основните училишта, насочени кон промовирање на училиштето, струките и профилите застапени во конкретните училишта, но не како промоција за потребата и придобивките од ССО воопшто. Во рамки на овие промоции се зборува и за сите реализирани активности (воннаставни, проектни, различни акции и сл.), како придобивка при градење на меки вештини, кај учениците од нивните училишта.
 - Активностите за промоција ги организираат, реализираат и финансираат самите училишта. Промоциите поврзани со привлекување на ученици од основното образование за запишување во ССО, се организираат најчесто еднаш годишно пред крајот на учебната година (април - мај), кога тимови од наставници организирано ги посетуваат основните училишта во општината/градот/регионот. При регионалните промоции, една од целите е

- добрближување на можностите за бесплатно сместување на учениците во средношколските домови. Отворен ден на училиштето, како настан се организира во периодот април – мај, во сите училишта кои беа дел од истражувањето. Ова е настан кој го оценуваат како поголемо приближување на можностите кои ги нуди училиштето во изучување на одредена струка.
- Во подготовките, организацијата и реализацијата на промоциите се вклучуваат наставници и ученици од училиштето. Тие реализираат различен тип на активности од изработка на промотивен материјал до директни презентации во основните училишта и промоција на струките на штандови.
 - Наставните и воннаставните активности, вклученоста во проекти, учеството на натпревари, реализацијата на различни акции од хуманитарен, спортски или образовен карактер, се дел од активностите кои се реализираат во текот на целата наставна година во ССУ и се дел од промоцијата на училиштата кои иницираат атрактивност кај идните ученици. Но прашањето е колку овие активности се промовирани на локално и регионално ниво.
 - Интересот на учениците од основното образование за присуство на промоциите кои ги организираат ССУ, наставниците го поврзуваат со моменталната атрактивност за одредени струки, како што се здравствената, економско – правна и трговска струка, информатичките технологии и сл. Но, интересот на учениците за ССО наставните го поврзуваат и со влијанието на интересот на родителите, кој го оценуваат како многу поголем за гимназиското отколку за ССО.
Како промотивни настани кои будат повеќе интерес кај ученици, обезбедуваат добра позитивна атмосфера и имаат поголем позитивен ефект, од страна на наставниците се Отворените денови на училиштата.
 - Постојат организации, образовни институции кои придонесуваат кон атрактивноста на ССО, но тие се многу малку. Непостоењето на заедничка стратегија или планирани активности на ниво на држава, кои преку заедничка соработка и поддршка на повеќе организации, образовни институции ќе го промовираат стручното образование како успешна приказна, наставниците го оценуваат како голем недостаток.
 - Од страна на наставниците, соработката со бизнис секторот во доменот на стручните области застапени во училиштата беше опишана како соработка која постои во доменот на остварување на практична настава и феријална пракса. Зависно од струките, соработката се реализира со државни институции и приватни фирми. За ваквата соработка малку се зборува и не се промовира пред пошироката јавност, но и за да се обезбедат промоции има потреба од медиумска застапеност и институционална поддршка. Тие сметаат и дека во најголем процент од училиштата, оваа соработка е повеќе формална отколку што има конкретен ефект кој може да се промовира.
 - Наставниците сметаат дека поддршката од општината во делот на промовирање на ССО е на многу ниско ниво.
Тие споменуваат поддршка од општината при реализација на многубројни активности, но дека таа поддршка не е насочена конкретно на поврзување со бизнис заедницата или заедничко промовирање на ССО.

2.2.4. Заклучоци од интервјуата со родителите од основните училишта

- Во недостиг на потребна информираност за промоциите на средните стручни училишта, родителските средби треба да се користат како прилика за размена на информациите со родителите од основните училишта.
- Информациите за промоциите треба да се доставуваат навремено до сите родители за да се поттикне интересот на самите родители за средното стручно образование, а оттука и поттикнување на интересот на нивните деца.
- Од причина што ССУ не уживаат голема популарност кај учениците од основните училишта, треба да се размислува на кој начин би можело да се привлечат родителите да учествуваат во што е можно поголем број на промоции за да се подигнува општата свест за значењето на средното стручно образование.
- Промоциите не треба да бидат организирани само за време на реализацијата на наставата бидејќи не се дава можност за присуство на родителите кои се на работа во тој период од денот.
- Учениците од основните училишта во Скопскиот регион поради постоењето на поголем број на средни стручни училишта, имаат поголема можност за избор за продолжување на своето образование отколку учениците од Југо-Западниот регион. Заклучокот произлегува од стекнатиот впечаток дека поквалитетни училишта има во Скопскиот регион.
- За родителите самите промоции немаат големо значење бидејќи средните стручни училишта не го доловуваат вистинското значење на средното стручно образование, туку промоциите повеќе ги користат само за нивна презентација пред учениците.
- Има поголема заинтересираност на децата за гимназиски паралелки наспроти стручните.
- Медиумското акцентирање на факултетското образование е фактор за губење на значењето на средното стручно образование.
- Наставниците треба повеќе да бидат вклучени во следење и откривање на талентот и интересите на учениците од основните училишта.
- Учениците се преоптоварени со наставна програма за сметка на недостиг на часови на кои треба да се едучираат за важноста на професионалната ориентација и развивањето на вештини за нивните идни кариери.
- Државата не нуди доволно информации за средното стручно образование со што се губи атрактивноста за овој тип на образование помеѓу учениците.
- Институциите треба активно да се вклучат во промоција на ССО.
- Средните стручни училишта се вообичаено етикетирани како училишта каде што се бара послаб успех кај учениците.
- Огласите за вработување со задолжително факултетско образование ги депопуларизираат стручните струки.
- Кариерното советување треба да постои во основните и средните стручни училишта. Родителите сакаат да бидат повеќе информирани за бенефитите кои се нудат за нивните деца од тој процес.

- Кариерното советување да се воспостави во редовната наставна програма со потребен број на часови за да можат наставниците да бидат доволно посветени на децата, и навремено да ги откриваат нивните интереси и вештини.
- Создавањето на институционалната сигурност е суштинска за децата да знаат дека ќе имаат можности и перспективи за вработливост на пазарот на трудот со завршување на нивното средно стручно образование. Потребно е развивање на национална стратегија во таа насока.
- Поддршката од родителите кои децата ја добиваат во процесот на нивното развивање и учење е клучна алка во едукативниот процес во рамките на основното и продолжување на средното образование. Комуникацијата помеѓу институциите, родителите, наставниците и децата и понатаму продолжува да постои како основа на секој квалитетно изграден образовен систем.

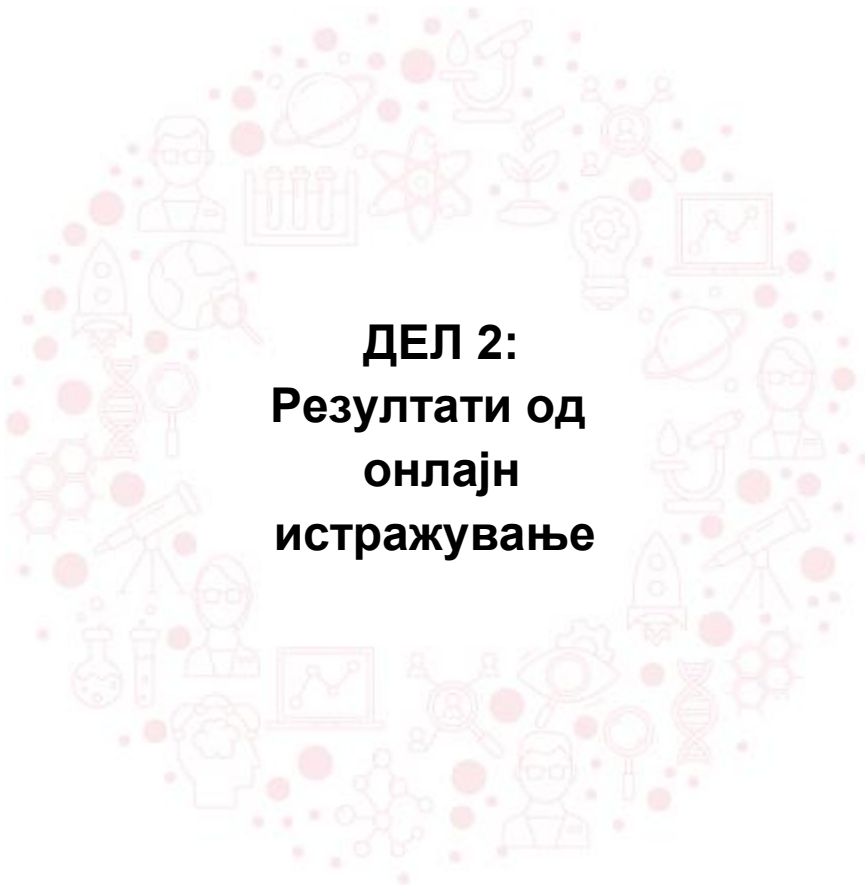
2.3. Препораки

1. За да се обезбеди целосна и успешна промоција на ССО, потребна е поврзаност и континуирана соработка на сите образовни институции и бизнис заедницата, како и медиумска покриеност и организирана промоција на национално ниво, преку телевизиски емисии, дебати, контактни емисии итн.
2. Средните стручни училишта треба да воспостават **континуирана соработка** со основните училишта, со цел постојана размена на информации и подобро запознавање со струките и можностите кои ССО ги нуди.
3. На ССУ им е потребна поддршка, и тоа: техничка, финансиска и медиумска, како и логистичка поддршка од страна на МОН и ЦСОО за организирање и реализирање на промотивни настани и медиумска покриеност, континуирано во текот на годината.
4. Промоциите на ССУ треба да се вклучат во **редовната наставна програма** на основните училишта со цел голема информираност и можност за избор на учениците од основните училишта и истите да се реализираат со поголема вклученост на родителите.
5. Промоциите треба да ги опфатат **учениците** не само од 9то одделение, туку и учениците од 7мо и 8мо одделение. Во последната година од основното образование учениците во најголем број веќе ја имаат донесено одлуката каде ќе го продолжат средното образование.
6. Потребен обучен кадар во рамки на редовната наставна програма за образование, кој ќе биде максимално посветен на работа со децата на нивниот **кариерен развој** и постојана комуникација со родителите во процесот на кариерно ориентирање. Потребна е поголема вклученост на педагошко психолошката служба во основните училишта во конкретни активности насочени кон кариерно информирање, планирање и ориентирање на учениците.
7. Потребно е училиштата да воведат **нови идеи** и начини на промоција како што се:
 - Отворени практични и интерактивни работилници кои ќе понудат современ пристап;

- Отворени денови, каде ќе се презентира сработеното и ќе има можност за наградување;
 - Користење на социјалните мрежи како можност да презентира на ССО;
 - Емисии за одредени струки, училиштата и условите во кои се изучуваат како и претпријатијата кои нудат таква работа;
 - Учество во заеднички проекти на учениците од основните и средните стручни училишта;
 - Посебни работилници за родителите;
 - Организиран превоз за учениците за присуство на промотивни настани, саеми и сл.
8. Потребни се обуки за наставниците и педагошко/психолошката служба во основните училишта за градење компетенции за кариерно информирање, насочување и професионална ориентација.
 9. За да се врати и подигне **угледот на средното стручно образование** во општеството, потребен е систематски и организиран пристап со поддршка на образовните институции.
 10. ССУ треба да иницираат вклученост на институциите од локалната и централната власт за да обезбедат поддршка за промоција на ССО.
 11. Промоциите треба да се во присуство на претставници од бизнис заедницата, со што на учениците ќе им се доближи стручното образование со можностите за вработување.
 12. Промоциите треба да бидат повеќекратни и да се организираат повеќе пати во текот на учебната година, за да им се даде доволно време на учениците да размислуваат за идното средно образование. Тоа не треба да биде само во форма на презентации, туку заеднички работилници, реализација на конкретни заеднички активности кои би биле финансирани и поддржани од локални бизнис компании, од општината, МОН или од проекти насочени кон развој на ССО.
 13. Потребна поголема поддршка од бизнис заедницата, од сите образовни институции и од општината. Ако за промоцијата се обезбеди добра финансиска и институционална поддршка, таа може да биде многу поинтензивна, и добро осмислена, конкретна и треба да има медиумска покриеност не само на одредени училишта во општината, туку на регионално и на државно ниво.
 14. Бидејќи наставните и воннаставните активности, вклученоста во проекти и учеството на натпревари имаат големо влијание во промоцијата на ССО и поттикнуваат атрактивност кај идните ученици, потребна е да се изнајдат начини на зголемување на мотивираноста на наставниците и учениците за иницирање и реализација на ваков тип на активности.
 15. Отворените денови како промотивни настани кои будат повеќе интерес кај ученици, треба да продолжат да се организираат бидејќи обезбедуваат добра позитивна атмосфера и имаат голем позитивен ефект.
 16. Поголем придонес кон развојот и атрактивноста на ССО ќе се постигне со воведување на дуален систем на образование, кој се реализира преку директна

соработка на училиштата и бизнис заедницата, а со тоа нуди и поголеми можности за вработување.

17. Резултатите од успешните соработки со бизнис секторот и државните институции треба да бидат промовирани со поголема медиумска застапеност и институционална поддршка. Успешните приказни можат да ги илустрираат тие резултати и да бидат презентирани пред широката јавност.
18. ССУ треба да бидат иницијатори и да понудат идеи за заедничка промоција со општините за да се обезбеди поголема поддршка од страна на општините.
19. Родителските средби треба да се користат како прилика за размена на информациите со родителите од основните училишта, преку кои ќе се доставуваат навремени и соодветни информации за да се поттикне интересот на самите родители за ССО, а оттука и поттикнување на интересот на нивните деца.
20. Промоциите на ССУ да обезбедат повеќе информации кои се важни за родителите и за учениците, како на пример:
 - Наставните програми кои се изучуваат во одредени струки;
 - Степенот на опременост на училиштата како поддршка за успешна реализација на наставните програми, вклучително и практична настава;
 - Кои се перспективите на учениците со завршено ССО;
 - Колку ќе биде подготвеноста на учениците за влез на пазарот на трудот со завршено ССО;
 - Колку пазарот на трудот ги вреднува стручните професии, преку средби со претставници од бизнис секторот.
21. МОН, Министерството за труд и социјала, Агенцијата за вработување, медиумите, бизнис секторот, невладините организации треба бидат вклучени во промотивните активности и активно да придонесуваат за подигнување на свеста во општеството за значењето на ССО.
22. Да се организираат повеќекратни промоции во текот на целата година преку заедничко учество на основните и средните стручни училишта на разни настани, проекти, дебати, емисии на медиумите за информирање на пошироката јавност.
23. Промоциите треба да бидат организирани и после реализацијата на наставата бидејќи за да се даде можност за присуство на родителите кои се на работа во тој период од денот. Доколку некои родители не се во можност да присуствуваат на промоциите, да се организира мрежна платформа на социјалните мрежи за поврзување на родителите со наставниците со цел да се разменат информациите за одржаните промоции, како и остварување на можност за дискусии на кои ќе се споделуваат размислувањата на родителите и наставниците.



**ДЕЛ 2:
Резултати од
онлајн
истражување**

ДЕЛ 2.

3.1. Анализа на резултатите од онлајн истражувањето

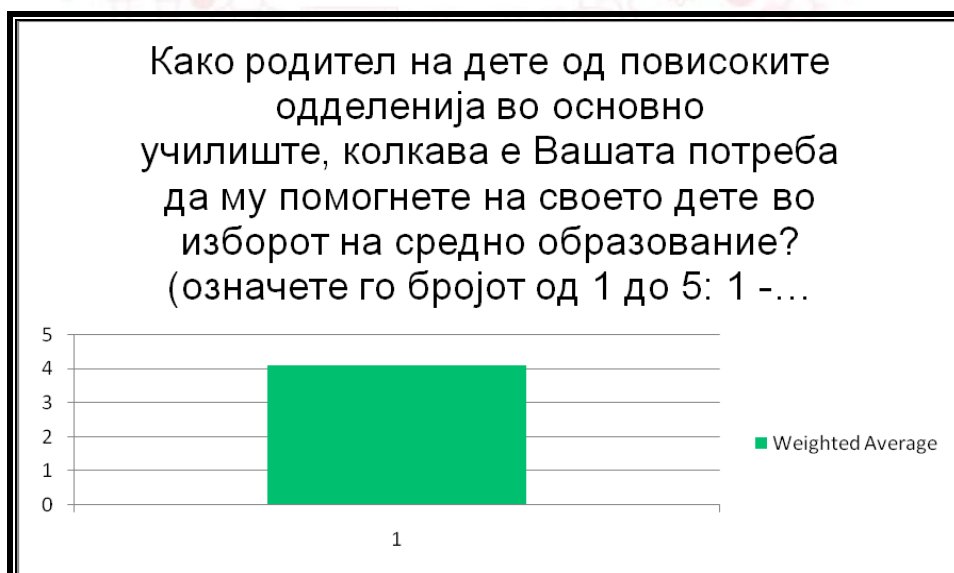
Во анализата од онлајн истражувањето се обработени податоци од реализираната електронска анкета наменета за родители на ученици од VII, VIII и IX одделение од основното образование. Структурата на испитаниците е објаснета во поглавје 1.3. и во прилозите од овој документ.

Делот од анкетата, кој е конкретно насочен кон целите на истражувањето, односно кон одговори на прашањата за промотивни техники во медиумите за поддршка при кариерно ориентирање, имаме одговори од вкупно 41 испитаник. Аналогно на тоа, наодите од онлајн истражувањето, ќе се однесуваат на вкупно 41 испитаник кој целосно го одговориле прашалникот.

Анализата на резултатите од истражувањето во овој документ ќе бидат образложени редоследно според прашањата од анкетата:

Резултатите покажуваат дека родителите чувствуваат голема потреба да бидат поддршка и да им помогнат на своите деца при избор на средно образование. Од понудените оценки од 1-5 (1 - најмала потреба, 5 - најголема потреба), родителите сопствената потреба да му помогнат на своето дете во изборот на средно образование, ја проценија со висока просечна оценка од 4,1.

Графикон бр.3: Просечна оценка за потребата на родителите да им помогнат на своите деца во избор на средно образование.



Околу 54 % од испитаниците сметаат дека нивното дете неможе самостојно да донесе одлука за избор на средно образование. Веројатно ваквото мислење на родителите произлегува од тоа што 88% од нив се изјаснија дека нивното дете бара поддршка од нив при носење на одлуката за избор на средно образование.

Но, од друга страна, не е занемарлив и процентот од околу 46%, на оние родители кои сметаат дека нивното дете може самостојно да донесе одлука за избор на средно образование.

Резултатите од анкетата покажаа дека поголем дел од родителите се ангажирани во пребарување на информации низ медиумскиот простор со цел наоѓање опции за идна професија на сопственото дете. Во делот на проценката за степенот на ангажираност со понудена можност за избор од 1-5 (1 - воопшто не пребарувам, 5 - многу пребарувам), е добиена просечна оценка од 3,8.

Следното прашање во анкетата гласи: Каде сè успеавте да пронајдете информации во врска со средно образование коишто Ви помагаат во донесувањето на одлуката?

Родителите имаа можност да ги означат сите опции, од понудените, кадешто нашле информации кои ги проценуваат како корисни во одлучувањето. Резултатите, сортирани во табела бр.2, покажуваат дека најголем процент на корисни информации во врска со средното образование, родителите добиваат од интернет страниците на училиштата, интернет порталите и социјалните мрежи, каде самостојно пребаруваат.

Впечатлив е податокот дека на радио и телевизија како медиуми кои се постојано присутни во етер, родителите не успеале да пронајдат или пронашле многу малку корисни информации за средното образование.

Не е занемарлив и процентот на родителите (29,27%) кој не успеале да пронајдат конкретни информации кои ќе им помогнат околу одлучувањето за средно образование.

Само 4 родители (9,76%), се изјасниле дека информации добиваат од основното училиште.

Табела бр. 2.: Извори на информации

Извор на информации	Бр. на испитаници	%
На интернет страница на училиште	16	39,02%
На интернет портал	15	36,59%
На социјалните мрежи	14	34,15%
Никаде не пронајдов такви информации	12	29,27%
Од роднини	9	21,95%
На училиште (во основното училиште)	4	9,76%
На ТВ	3	7,32%
Друго	3	7,32%
На радио	0	0,00%

На барањето од анкетата, родителите да ги означат сите информации поврзани со средното образование, кои успеале да ги пронајдат, добиени се следните податоци:

Табела бр.3.: Информации пронајдени на медиумите

Понудени информации	%	Бр. на испитаници
Пронајдов програма од гимназиско образование	36,59%	15
Пронајдов информации за средни стручни училишта	36,59%	15
Пронајдов информации за профили / струки во средни стручни училишта	36,59%	15
Не пронајдов никаква информација	26,83%	11
Пронајдов информации за компании коишто соработуваат со училишта	14,63%	6
Пронајдов информации за занимања и професии	9,76%	4
Друго (наведете):	2,44%	1

Видливо е дека идентични се процентите (36,59%) на пронајдени информации за гимназиското и средното стручно образование како и информациите за профилите и струките, застапени во училиштата.

Нешто помал е процентот на пронајдени информации за компании кои соработуваат со училиштата (14,63%) и за информации за занимања и професии (9,76%). Но, секако е впечатлив големиот процент на родители кои не успеале да пронајдат никаква информација (26,83%) поврзана со средното образование.

Со просечна оценка 2,88 родителите ја вреднуваа корисноста на информациите во медиумскиот простор до кои успеале да стигнат. Имаа можност да дадат оценка од 1-5 (1 - бескорисни или многу малку корисни информации, 5 - многу корисни информации).

При изборот на информации кои им недостигаат односно сакаат да ги обезбедат, родителите го направиле следниот избор, презентираан во табела 4:

Табела бр.4.: Информации кои им се потребни на родителите

Понудени информации	%	Бр. на испитаници
Детално опишан образовен план и програма	34,15%	14
Информации за тоа што ќе се изучува преку програмата	26,83%	11
Информации за можностите за вработување со тој вид на образование	17,07%	7
Информации околу вештините кои се стекнуваат	14,63%	6
Информации за бараноста на работата од одреден вид	4,88%	2
Друго (наведете):	2,44%	1
Информации за платеност на работата од одреден вид	0,00%	0

Родителите најзаинтересирани се за податоци поврзани со образовен план и програма (34,15%), за тоа што ќе се изучува преку програмата(26,83%), но и со нешто помал процент за можностите за вработување со тој вид на образование (17,07%).

Тие сметаат дека немаат голема потреба од информации поврзани со вештините кои се стекнуваат во одреден вид на образование, но уште помалку за бараноста и платеност на работата од одреден вид струка.

Преку анкетата на родителите им беше дадена можност да проценат, што би му помогнало на нивното дете за донесување на информирана одлука околу својот избор на средно образование, од аспект на медиумски информации. Со изразување на согласност околу понудените опции на скала од 1-5 (1 - воопшто не се согласувам, 5 - сосем се согласувам), добиени се податоци, презентирани во табела бр.5.:

Табела бр. 5: Избор на најпосакувани извори на информации за родителите

Понуден тип на извор на информации	Просечна оцена
Програми за помош во кариерна ориентација и донесување на одлука	4,37
Контактни емисии на тема избор на средно образование	3,98
Програми за запознавање со помалку познати професии	3,95
Емисии кои обработуваат теми поврзани со вработувањето	3,95
Специјализирани емисии за развој на вештини	3,95
Информации за отворени денови за работодавачи во струките	3,9
Мобилни апликации за информирање на децата	3,85
Кратки објави или реклами за програмите во средно образование	3,54

Според родителите, како најсоодветна помош за донесување на информирана одлука за избор на средно образование е имплементацијата на програми за помош во кариерна ориентација и донесување на одлука. Сите останати понудени извори на информации се оценети со приближно исти и доста високи оценки, како што се гледа од табелата 5.

Во последното прашање родителите имаат можност да направат проценка на истите извори на информации, како во предходното прашање, но гледано низ призмата и очите на нивното дете и да посочат што сметаат дека нему би му било најкорисно за донесување на информирана одлука околу својот избор на средно образование, од аспект на медиумски информации.

Табела бр. 6: Избор на најпосакувани извори на информации за учениците

Понуден тип на извор на информации	Просечна оцена
Мобилни апликации за информирање на децата	4,43
Кратки објави или реклами за програмите во средно образование	3,93

Програми за помош во кариерна ориентација и донесување на одлука	3,9
Програми за запознавање со помалку познати професии	3,9
Информации за отворени денови за работодавачи во струките	3,63
Контактни емисии на тема избор на средно образование	3,43
Емисии кои обработуваат теми поврзани со вработувањето	3,33
Специјализирани емисии за развој на вештини	3,28

Очигледно е дека резултатите од проценката се разликуваат. Според нив, најкорисни за децата би биле Мобилни апликации за информирање и тоа е оценето со просечна оценка 4,43. Родителите сметаат дека најмал ефект во информирање на децата за донесување на информирана одлука поврзана со средното образование, гледано низ очите на децата, би имале специјализирани емисии за развој на вештини. Но сепак и таа просечна оценка не е мала 3,28 за да биде занемарена.

3.2. Предлози и препораки

Тргувајќи од мислењето на родителите дека нивните деца не можат самостојно да донесат одлука поврзана со избор на средно образование и дека најголем процент од децата бараат нивна помош при одлучувањето, јасно е дека и на родителите треба да им се овозможи достапност до што повеќе информации кои го олеснуваат одлучувањето при избор на средно образование за учениците од основно.

Но, поддршката која родителите треба да ја добијат во овој процес, не треба да се разгледува само од аспект на понудени информации, туку и од аспект на градење на вештини и совладување на техники кои ќе ги користат за да им помогнат на децата во самостојно донесување на одлука согласно на нивните интереси. Ова може да се имплементира во училиштата или општините, преку реализирање на работилници за родителите на кои ќе имаат можност меѓусебно да разменуваат информации, дискутираат за можностите и да ги запознаат начините со кои можат да им бидат поддршка на децата во самостојно донесување на одлука за средно образование.

Резултатите од анкетата покажуваат дека голем број родители пребаруваат информации, низ медиумскиот простор, насочени кон наоѓање опции за идна професија на сопственото дете. Според нив, најсоодветен извор од кој добиле информации кои ќе им помогнат во донесување на одлуката се интернет страните на училиштата. Но од друга страна, просечната оценка за корисноста од пронајдените информации е 2,88, што повлекува на заклучок дека информации постојат но не во доволна количина или не се соодветно пласирани за да одговорат на потребите на оние кои одлучуваат.

Ваквите заклучоци водат кон размислување дека треба да се обрне внимание на неколку прашања:

1. Дали сите училишта имаат сопствени интернет страници и каква е достапноста до нив?
2. Кои би можеле да бидат пречките што некои училишта немаат своја интернет страница?
3. Колку често се обновуваат информациите и дали се соодветни на моменталната состојба во училиштето?
4. Дали пребарувањето овозможува лесно пронаоѓање на информации?
5. Дали информациите се прилагодени и насочени кон повеќе таргет групи?
6. Дали формата на презентирање е атрактивна и впечатлива?

Потребно е да се обезбедат услови секое училиште да има достапна интернет страница со поддршка на МОН или проект за развој на стручното образование. Тимови од училиштата да се обучат за одржување на интернет страните и начинот на кој ќе обезбедат атрактивност на информациите. Тие да бидат презентирани на начин кој обезбедува лесно споделување низ социјалните мрежи, кои од страна на родителите се високо оценети како добар извор на информации.

Може да се размислува и за соработка со општините и бизнис заедницата за заедничко медиумско промовирање, така што на интернет страните на општини би се обезбедил простор каде училиштата ќе дадат опис на струките и профилите, а бизнис заедницата ќе даде информации за можностите за вработување.

При креирањето на информациите кои ќе се пласираат на медиумите, да се води сметка за типот на информации кои родителите ги посочиле како потребни во донесувањето на одлуката и тоа: детален опис за образовен план и програма, проширени информации за она што се изучува и во какви услови на опременост на училиштата, вештините кои се стекнуваат, можностите за вработување и сл.

Во тој контекст, на родителите треба да им се доближи како информација, постоењето на интернет страната на ЦСОО, како можност детално да се запознаат со стандардите и квалификациите на занимања, со наставните планови и наставните програми за секоја струка/профил.

Во соработка со МОН и ЦСОО, може да се разгледа можноста за проширување на информациите кои ги нудат нивните интернет страници, со списоци на училишта по градови, застапеност на струки во истите, условите за упис, можностите и условите за сместување на учениците од други населени места и сл. .

При креирање и пласирање на информациите во медиумскиот простор, да се има во предвид таргет групата на која се неменети, а притоа да се земат во предвид резултатите од истражувањето кои ги покажуваат најпосакуваните опции за извор на информации од страна на родителите (табела бр. 5) и за учениците (табела бр. 6).

Тргувајќи од фактот дека родителите не успеале да дојдат до информации за средното образование од телевизијата и радиото, наведува на размислување дека тие како медиуми не нудат информации од тој вид или ги нудат во многу мал процент и веројатно во период кога родителите не се во можност да ги следат (над 90% од анкетираниите се вработени).

Ако тука се анализира и фактот дека висок процент на анкетирани се изјасниле дека не успеале да пронајдат никакви информации и во електронските медиуми, упатува на размислување дека можеби не ги владеат вештините за пребарување или барале информации кои не се застапени. Од таа причина, треба да се разгледаат опции, кои овозможуваат лесна достапност до информации преку емисии на телевизија, кратки објави или реклами за линкови со информации за средните училишта и др.

Потребно е да се иницираат телевизијата и радиото за проширување на просторот во етер со емисии кои нудат информации поврзани со можностите за избор на професија и можностите за школување во Р. Македонија, како и запознавање со нови професии кои се во подем или се очекува да бидат атрактивни во иднина.

Како идеја која би имала позитивен ефект во промовирањето на средното стручно образование, би бил серијал од емисии за струките застапени во нашиот образовен систем. Емисиите би содржеле информации за конкретната струка и тоа:

- опис на компетенции кои ќе ги изградат во текот на образованието, за кои би зборувале советниците од ЦСОО и наставниците, согласно на стандардите и квалификациите на занимања;
- моменталната потреба на пазарот на труд во Р.Македонија, за што информации би се црпеле од АВРМ и бизнис заедницата;
- кратки снимени реклами за училишта низ Македонија каде е застапена таа струка, нивната опременост начинот на изведување на практична настава, поврзаноста со пазарот на труд, реализација на проекти во земјата и во странство насочени кон развој на вештините на учениците;
- снимени интерјуа со наставници и ученици кои зборуваат за сопствените искуства, успешни приказни на ученици кои завршиле во тоа училиште;
- гости претприемачи и работодавачи кои би зборувале за она што го бараат од своите идни вработени како меки вештини и потребниот степен на образование.

Табеларен приказ на училиштата вклучени во теренското истражување:

Табела 1. Реализирани интервјуа со директори

Училиште	Општина	Директор
ОУ Григор Прличев	Охрид	Офелија Петреска
ОУ Јосип Броз - Тито	Струга	Наташа Пинтоска
ОУ Кузман Јосифовски - Питу	Кичево	Анета Божиноска
ОУ 11 Октомври, Скопје	Скопје	Даница Блажеска
ОУ Невена Георгиева Дуња	Скопје	Хари Стојановски
ОУ Вера Циривири Трена	Скопје	Снежана Карас
СОУ Мирко Милески, Кичево	Кичево	Милка Спасевска
СМУГС ДР Панче Караџов	Скопје	Маја Салиу
СГГУГС Здравко Цветковски	Скопје	Атина Томовска
СУГС Георги Димитров	Скопје	Саша Стоименов
СОУ Нико Нестор	Струга	Миле Попоски
СОСУ Св. Кирил и Методиј	Охрид	Славица Божиноска

Табела 2. Училишта вклучени во фокус група на родители

ОУ Св. Климент Охридски	Охрид
ОУ Браќа Миладиновци	Струга
ОУ Григор Прличев	Охрид
ОУ Христо Узунов	Охрид
ОУ Вера Циривири Трен	Скопје
ОУ 11 Октомври	Скопје
ОУ Невена Георгиева Дуња	Скопје

ПРАШАЛНИК ЗА ПРОЦЕНКА
НА НАЧИНОТ НА ПРОМОЦИЈА НА СРЕДНОТО СТРУЧНО ОБРАЗОВАНИЕ
ПРЕКУ АКТИВНОСТИ ВО УЧИЛИШТАТА
наменет за директори на основните училишта

Датум	_____
Директор	_____
Училиште	_____
Фасилитатор	_____

Овој прашалник е наменет за согледување на начинот на промоција на средното стручно образование во основните училишта и е наменет за директори на основни училишта. Првиот дел од прашалникот се однесува на досегашните начини и практики на промовирање, а вториот дел од прашалникот е насочен кон прибирање на нови идеи и начини на промоција, како и поддршката која им е потребна во овој процес.

Дел 1. Начини на промоција на средните стручни училишта – досегашна состојба

1. Дали Вашето училиште иницира промоции на средното стручно образование за учениците од Вашето училиште? Доколку да, опишете ги овие активности (начин на промоција, вид на информации кои се нудат, колку често се случува тоа, кој ги реализира овие промоции).
2. Кога и каде се реализираат овие промоции и за кои ученици се наменети? Зошто?
3. Каков е интересот на учениците за овие промоции и за кој тип на информации се најчесто заинтересирани?
4. Дали на промоциите присуствуваат и родители? Доколку да, каков е интересот на родителите за овие промоции и за каков тип на информации најчесто се заинтересирани?
5. Доколку нема промоции, зошто е тоа така?
6. Организираат ли активности кои овозможуваат запознавање на учениците со карактеристики на одредени струки?
7. Дали во училиштето имате вработен (психолог, педагог, кариерен советник) кој им помага на учениците при избор на занимање согласно нивните постигања и интереси?
8. Дали во училиштето се практикува да се работи на професионална ориентација на учениците? Ако да, на кој начин се одвива таквата настава?
9. Доколку не, зошто според вас е тоа така?
10. Дали во вашето училиште се следи талентот на учениците?
11. Колку родителите се заинтересирани да дознаат од вас за интересите кои ги пројавуваат децата во текот на наставата?
12. Дали вашите ученици учествувале на некои промоции за средното стручно образование кои се организираат од страна на средните стручни училишта, општината или бизнис заедницата во градот? Ако да, кога и каде се реализирале тие промоции?

Дел 2. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка

1. Ве молам објаснете ги некои од Вашите идеи за подобрување на промоцијата на средното стручно образование за учениците во основните училишта.
2. Каков вид на информации би требало да бидат понудени и на кој начин?
3. Колку е според Вас важна вклученоста на родителите во овој процес и на кој начин би требало промоцијата да ги вклучи и нив?
4. Која е поддршката која му е потребна на вашето училиште во овој процес?
5. Како гледате на професионалната ориентација и кариерно информирање, како помош за вашите ученици при одлучување за понатамошно школување?
6. На кои начини според Вас би можела да се организира соработка помеѓу вашето училиште и средните стручни училишта во насока на промовирање на средното стручно образование?



ПРАШАЛНИК ЗА ПРОЦЕНКА
НА НАЧИНОТ НА ПРОМОЦИЈА НА СРЕДНОТО СТРУЧНО ОБРАЗОВАНИЕ ПРЕКУ
АКТИВНОСТИ ВО УЧИЛИШТАТА

наменет за директори на средните стручни училишта

Датум	
Директор	
Училиште	
Фасилитатор	

Овој прашалник е наменет за согледување на начинот на промоција на средното стручно образование од страна на средните стручни училишта и е наменет за директори на средните стручни училишта. Првиот дел од прашалникот се однесува на досегашните начини и практики на промовирање, а вториот дел од прашалникот е насочен кон прибирање на нови идеи и начини на промоција, како и поддршката која им е потребна во овој процес.

Дел 1. Начини на промоција на средните стручни училишта – досегашна состојба

1. Дали Вашето училиште организира промоции на стручното образование за ученици од основните училишта? Доколку да, опишете ги овие активности. (на кој начин беа реализирани, каков вид на информации беа понудени, кој е вклучен во реализација на промоциите)
2. Која е целта на овие промоции? (доближување на струките и стручното образование или прибирање на поголем број ученици?)
3. Кога, каде и за кои ученици се организираат овие промоции? Каков е интересот на учениците за овие промоции?
4. Колку основни училишта се опфатени во промоциите и како го вршите изборот?
5. Дали на овие промотивни настани се присутни и родителите? Доколу да, каков е интересот на родителите за овие промоции и за кој тип на информации се најчесто заинтересирани?
6. Доколку нема промоции, зошто е тоа така?
7. Можете ли да дадете свое видување за тоа колку децата кои се запишуваат во Вашето училиште, имаат познавања за струката во која се запишуваат?
8. Дали реализирате некакви активности кои овозможуваат запознавање на учениците со карактеристиките на струките кои ги имате во училиштето и можностите кои тие ги нудат на пазарот на труд?
9. Дали имате институционална поддршка при промоцијата на можностите и активностите кои ги нудите како училиште, и на кој начин се остварува поддршката?
10. Дали имате соработувано со институции кои ја обработуваат тематиката на кариерна/професионална ориентација?
11. Дали имате соработувано со конкретни субјекти од бизнис и индустрискиот сектор во областа во која делувате како средно стручно училиште? Ако да, дали таа соработка се промовира на заеднички или одвоени настани?

12. Каква е поддршката која ја добивате од општината во поврзувањето со бизнис секторот и во промовирањето на стручното образование пред пошироката јавност?

Дел 2. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка

1. Ве молам објаснете некои идеи и начини на промоција на стручното образование во насока на зголемување на неговата атрактивност за учениците во основните училишта.
2. Каков вид на информации би требало да бидат понудени и на кој начин?
3. Дали ги имате сите неопходни ресурси за остварување на овој тип на промоција? Ако не, што е она што сметате дека треба да го имате како неопходни ресурси од корист за промоцијата?
4. Каква е Вашата проценка за тоа, вакви промотивни настани и активности за учениците во основните училишта да се реализираат континуирано во текот на наставната година? Каков би бил ефектот според Вас?
5. Какво е Вашето видување за досегашната вработливост на учениците од вашето училиште на пазарот на трудот, и на кој начин сметате дека би можела истата да се зголеми во иднина?
6. Дали вашите ученици реализираат посета на компании или реализација на практична настава на работно место. Доколку да, дали ги промовирате придобивките од ваквиот вид на соработка со бизнис заедницата?
7. Во колкава мерка според вас, каквата соработка влијае на секојдневниот образовен процес во училиштето и на градењето на вештини за вработливост кај учениците?

Фокус група со наставници од средни стручни училишта

Овој водич за фокус група е наменет за согледување на начинот на промоција на средното стручно образование преку активности во училиштата и е наменет за наставниците од средните стручни училишта. Првиот дел од прашалникот се однесува на досегашните начини и практики на промовирање, а вториот дел од прашалникот е насочен кон прибирање на нови идеи и начини на промоција, како и поддршката која е потребна во овој процес.

Број на учесници:	
Вклучени училишта:	
Општина:	
Место на одржување на фокус групата:	
Датум на одржување на фокус групата:	
Фасилитатор:	

1. Начини на промоција на средното стручно образование – досегашна состојба
Дали училиштето реализира активности кои го промовираат средното стручно образование пред пошироката јавност, како можност за стекнување на конкретни вештини за одредена струка? Дали училиштето реализира промоции за можностите за средното стручно образование пред ученици од основните училишта?
Како, кога и колку често се случуваат овие промоции?
Дали Вие и Вашите ученици сте вклучени во овие промоции? На кој начин?
Каков вид на промоции нуди училиштето и во кој период од наставната година?
Каков е интересот на учениците од основните училишта за овие промоции?
Можете ли да наведете други организации, образовни институции или поединци кои сметате дека придонесуваат кон атрактивност на средното стручно образование? Наведете примери.
Дали соработувате со бизнис секторот во доменот на вашата стручна област како училиште? Дали со вашите ученици сте учествувале на работилници во бизнис секторот? Ако да, наведете од каков тип. Дали ваквиот тип на активности го промовирате пред пошироката јавност?
Каква е поддршката на општината во делот на поврзување меѓу стручните училишта и бизнис заедницата во градот? Имате ли позитивни примери? Дали и каде биле промовирани?

2. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка
Какви активности за промоција на средното стручно образование би можеле да се организираат во текот на учебната година?
Кој би можел да биде вклучен во овие промоции за да се обезбеди најдобро информирање?
Каков вид на промоција сметате дека ќе има најдобар ефект?
Каде и како би можеле да се одржуваат промоциите за да се обезбеди поголема атрактивност?
Каков вид на поддршка ви е потребен за организирање и реализирање на овие промоции?
Што според Вас ќе има подобар ефект, еднократна промоција или реализација на активности во текот на целата учебна година? Зошто?
Каква би можела да биде улогата на наставниците од основните училишта во овој процес?
Како би можел да се побуди интересот на учениците за овие промоции и за стручното образование во глобала?
Наведете организации, образовни институции или поединци кои сметате дека може да придонесат кон поголема афирмација на средното стручно образование пред пошироката јавност.

Дополнителни коментари и цитати:

--

Фокус група со родители од основните училишта

Овој водич за фокус група е наменет за согледување на начинот на промоција на средното стручно образование преку активности во училиштата и е наменет за родители на ученици од основните училишта. Првиот дел од прашалникот се однесува на досегашните начини и практики на промовирање, а вториот дел од прашалникот е насочен кон прибирање на нови идеи и начини на промоција, како и поддршката која е потребна во овој процес.

Број на учесници:	
Вклучени училишта:	
Општина:	
Место на одржување на фокус групата:	
Датум на одржување на фокус групата:	
Фасилитатор:	

1. Начини на промоција на средните стручни училишта
Дали во училиштето се врши промоција на средното стручно образование како една од можностите за продолжување на образованието на Вашето дете?
Како, кога и колку често се случуваат овие промоции?
Дали вие сте информирани и вклучени во овие промоции? Каков вид на информации се понудени?
Каков е Вашиот и интересот на Вашите деца и за овие промоции?
Каква е улогата на наставниците во основното училиште во овој процес?
Сметате ли дека Вие и Вашето дете имате доволно информации за можностите кои ги нуди средното стручно образование?
Дали средното стручно образование кај нас ќе го оцените како доволно атрактивно за Вашите деца? Зошто?

Какви можности нуди училиштето за професионална ориентација и кариерно информирање на учениците при изборот на понатамошно школување?
Дали како родител досега сте имале можност да се информирате, како кариерното советување може да му помогне на Вашето дете при избор на занимање?
Дали сметате дека се посветува доволно внимание на поттикнување на интересите, како и на развивање на вештините на Вашето дете во рамките на образовниот процес?

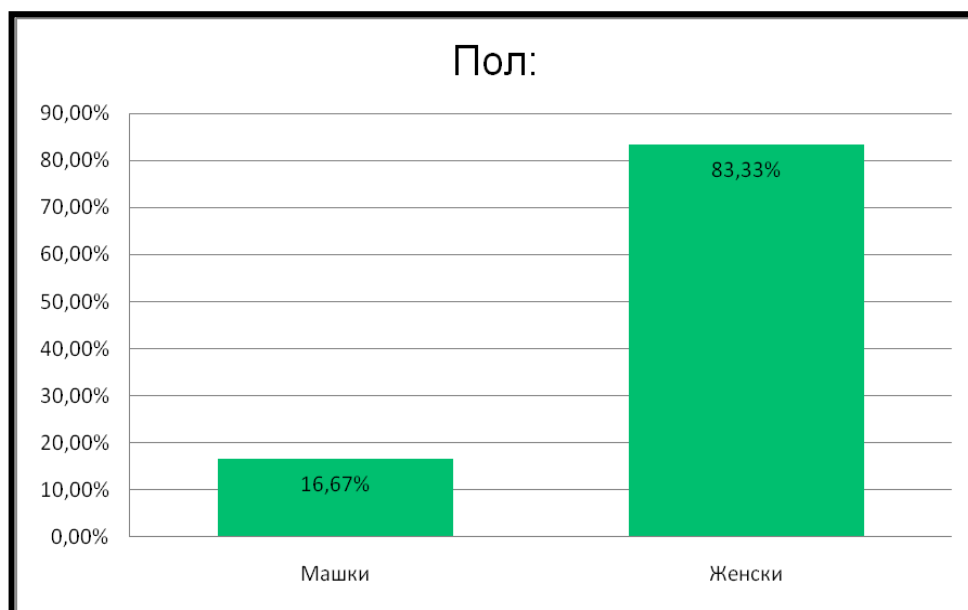
2. Идеи за начинот на промоција на средните стручни училишта и потребната поддршка
Каков тип на информации ви се потребни на Вас и на Вашето дете за можностите кои ги нуди стручно образование како алтернатива за продолжување на образованието?
Кој би можел да биде вклучен во овие промоции за да се обезбеди најдобро информирање за средното стручно образование?
Каде би можеле да се одржуваат промоциите за се обезбеди најдобро информирање?
Каков вид на поддршка ви е потребен на Вас и Вашите деца за донесување на најдобрата одлука за продолжување на образованието?
Што според Вас би имало подобар ефект: еднократна промоција на средни стручни училишта и струки или активности за промоција на стручното образование во текот на целата учебна година?
Каква би можела да биде улогата на наставниците во основните училишта во овој процес?

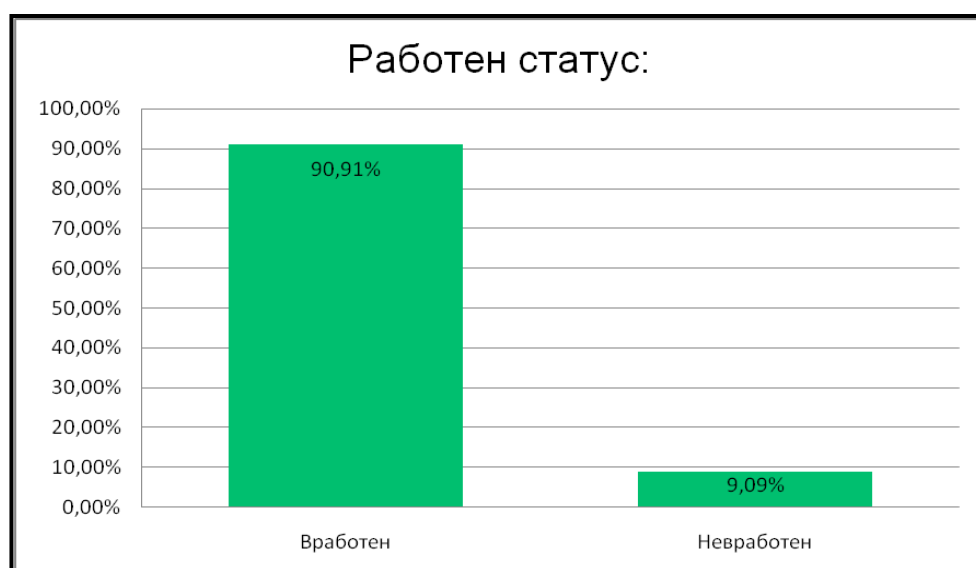
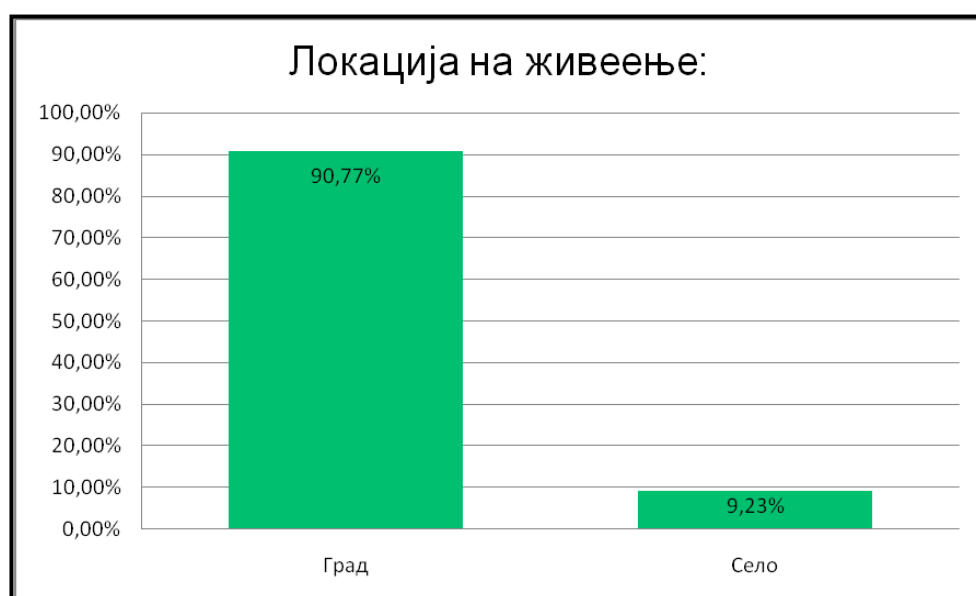
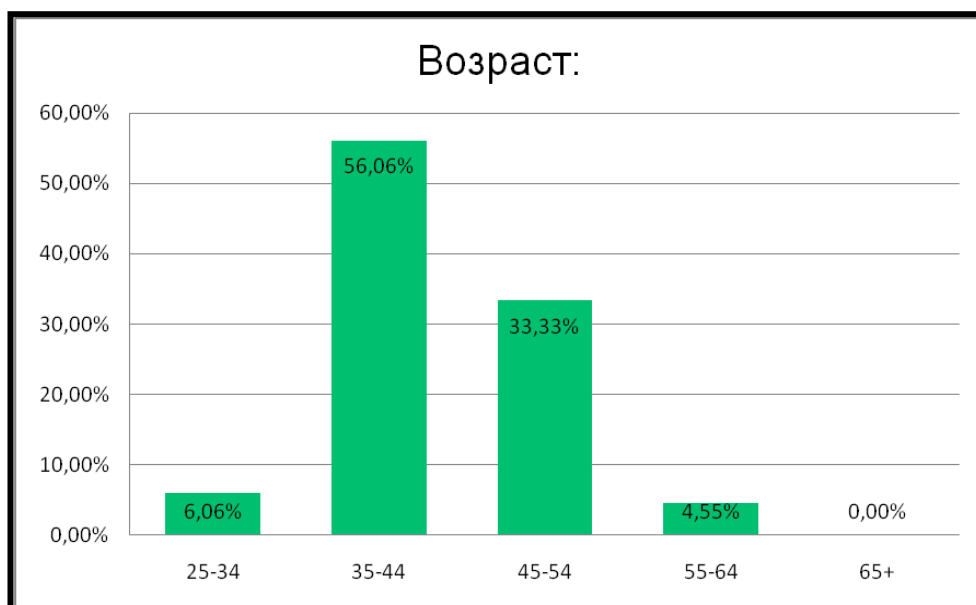
Како би можел да се побуди интересот на Вашите деца и Вашиот за овие промоции?
Кои организации, образовни институции или индивидуи би требало да бидат вклучени во промоција на средното стручно образование?
Кои активности како родител би ги превземале за развивање на пројавените интереси на Вашето дете за одредено стручно занимање? Во таа насока, како според Вас би требало да се одвива комуникацијата помеѓу Вас и наставниците од постојното училиште на Вашето дете?
Дополнителни коментари и цитати:

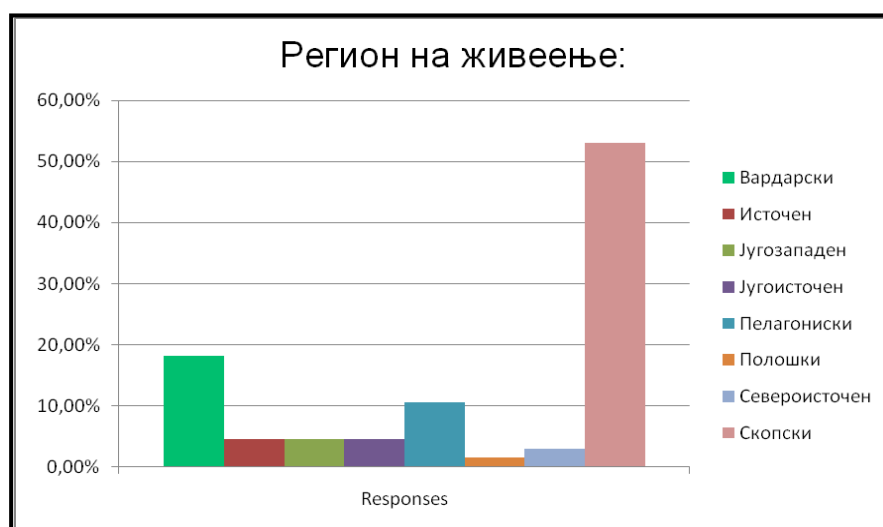
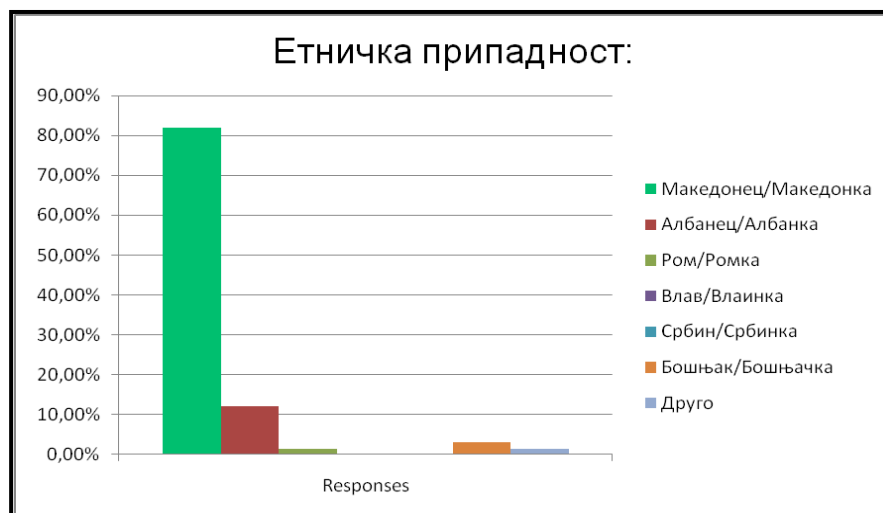
Графички приказ на резултатите од онлајн истражувањето:

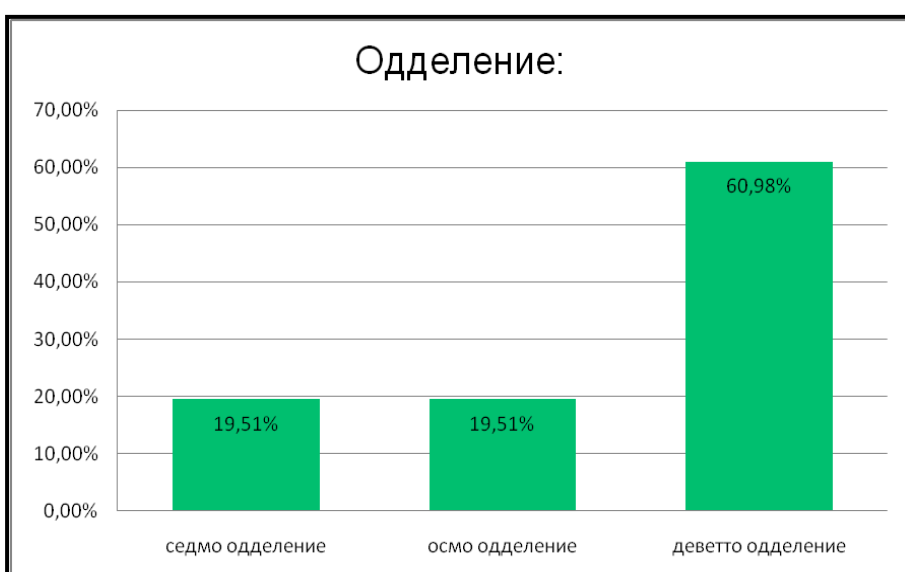
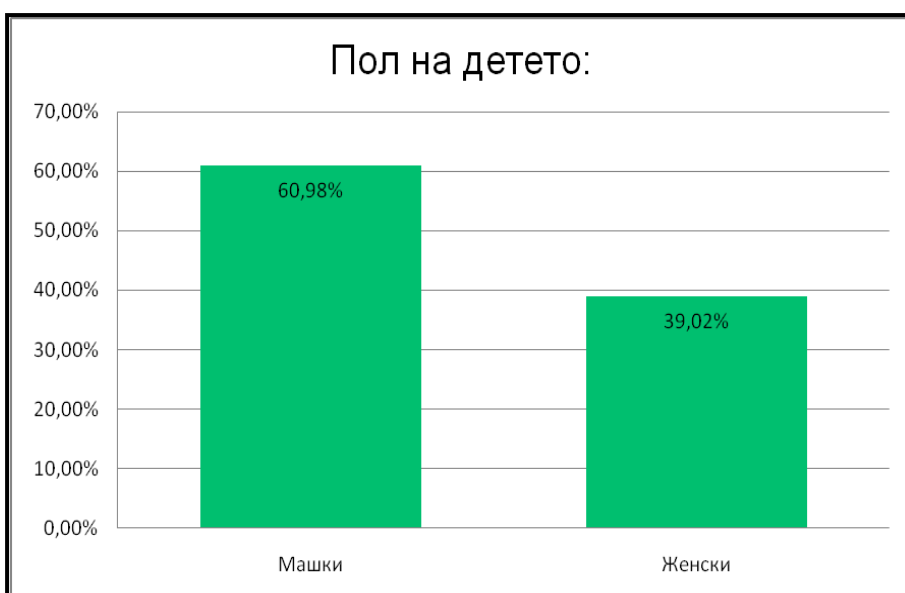
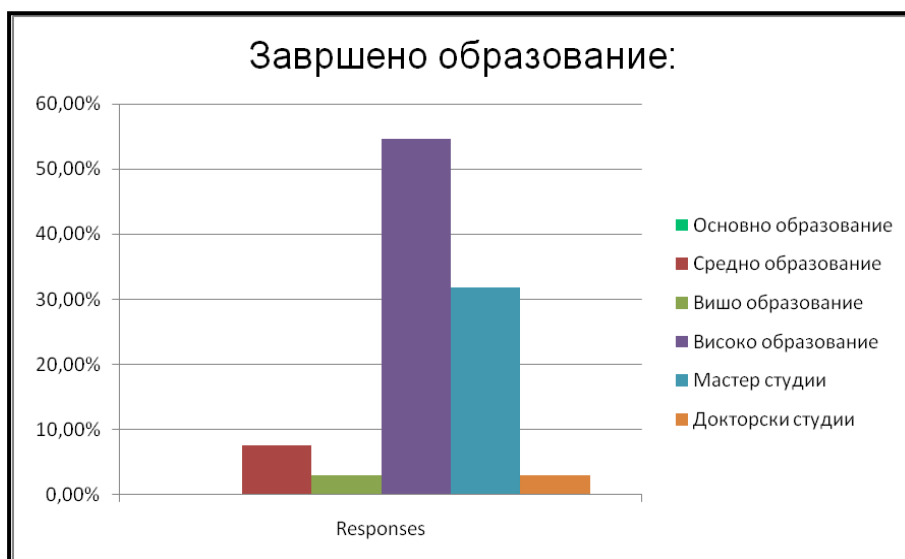
Промотивни техники во медиумите за поддршка при кариерно ориентирање

1. Графички опис за групата испитаници:

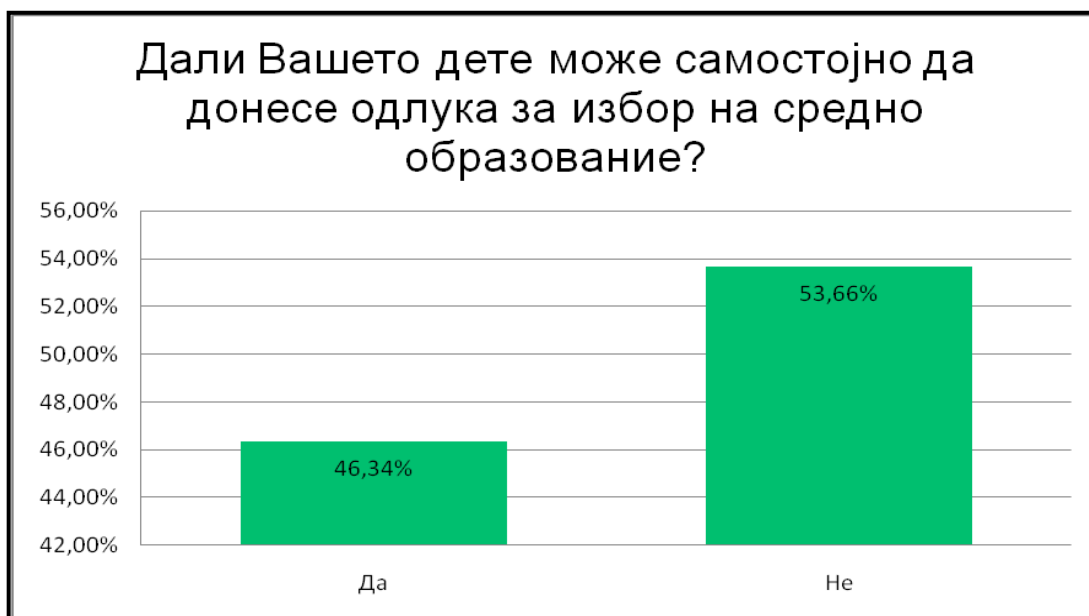
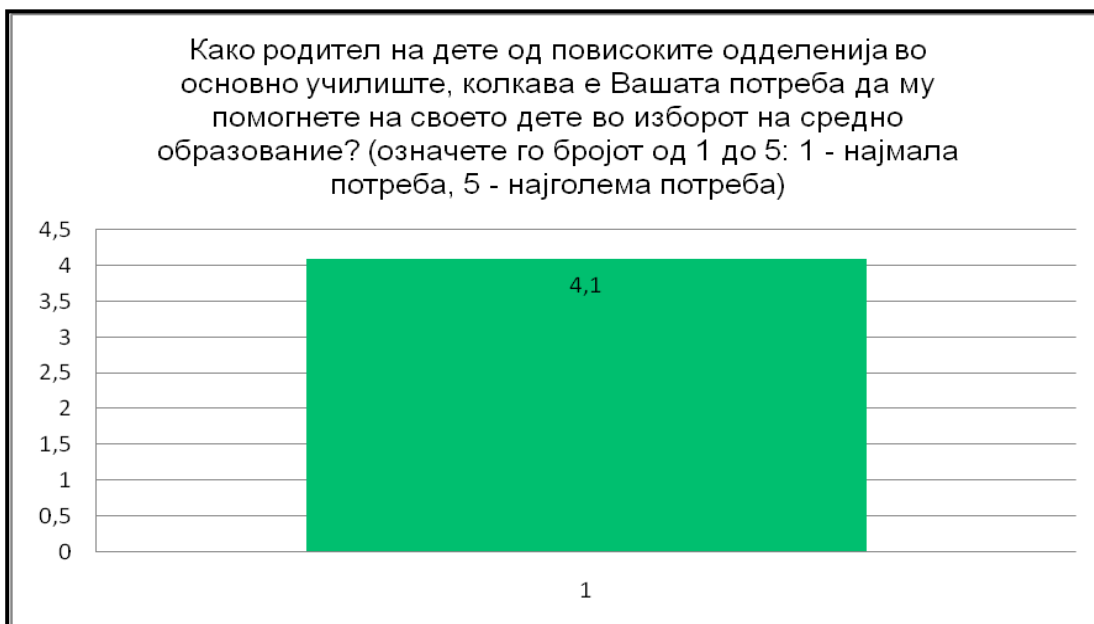


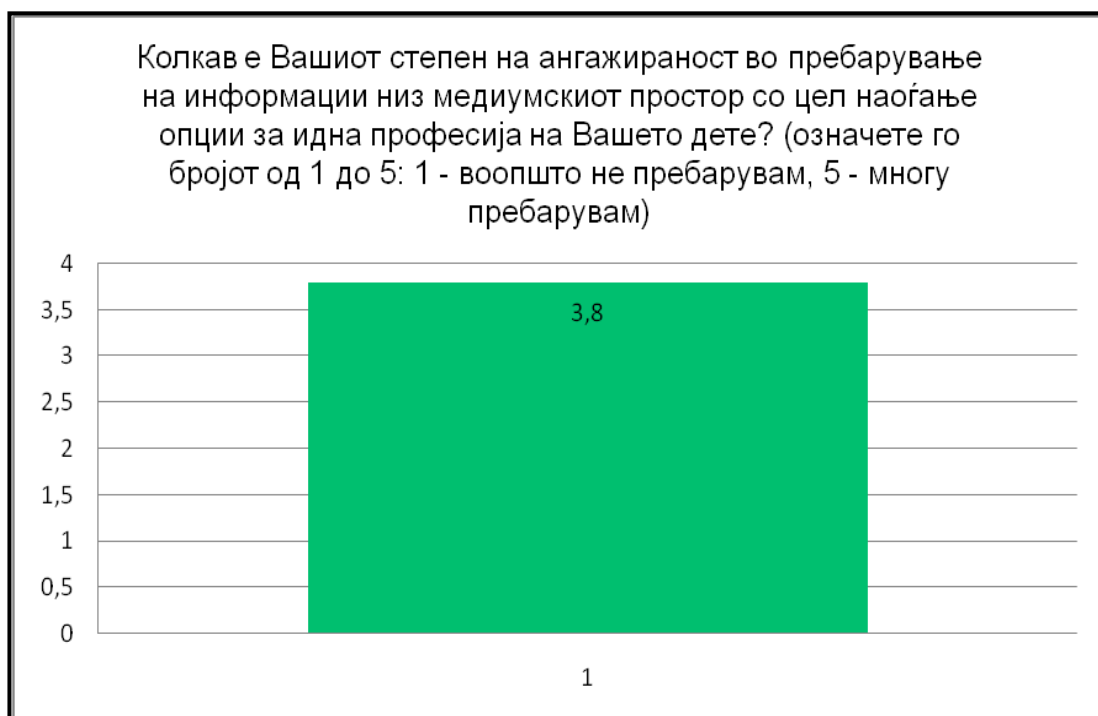
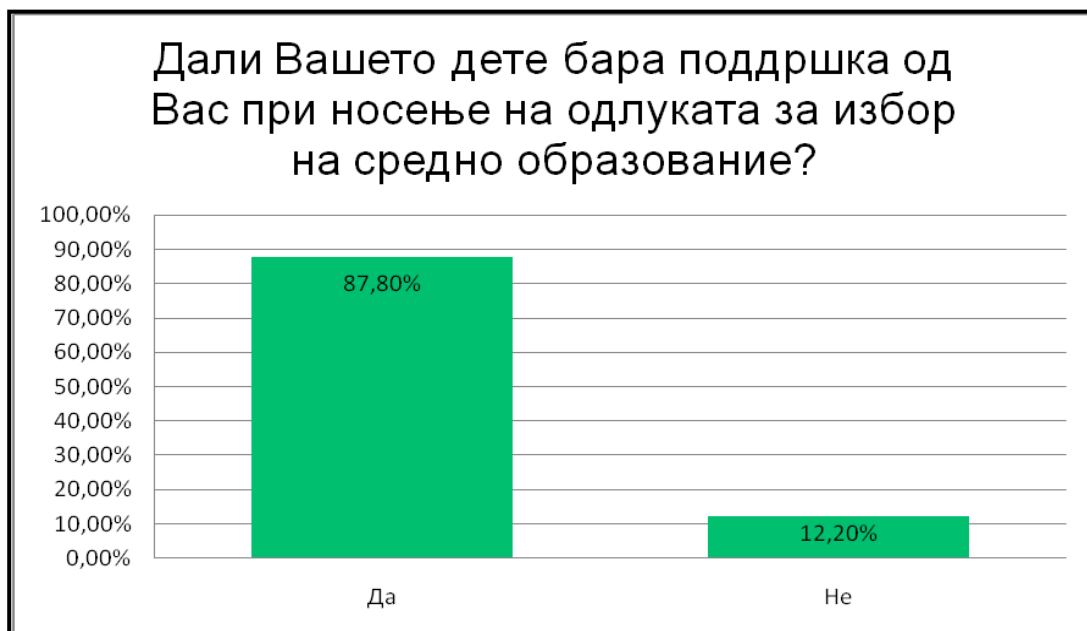


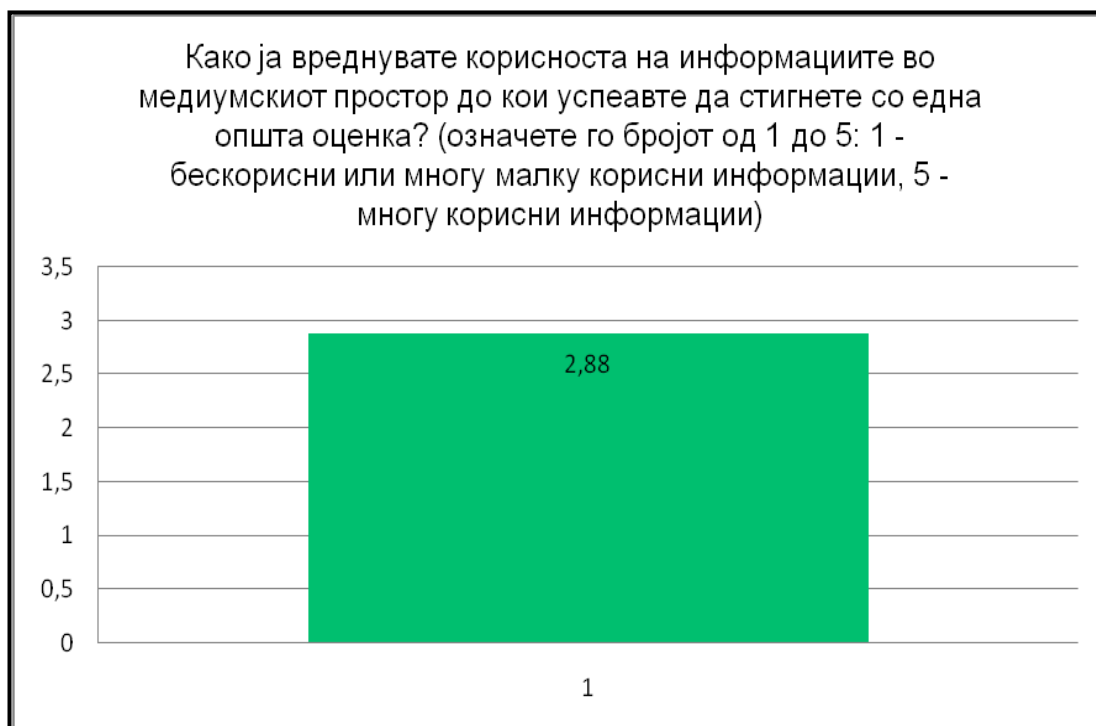
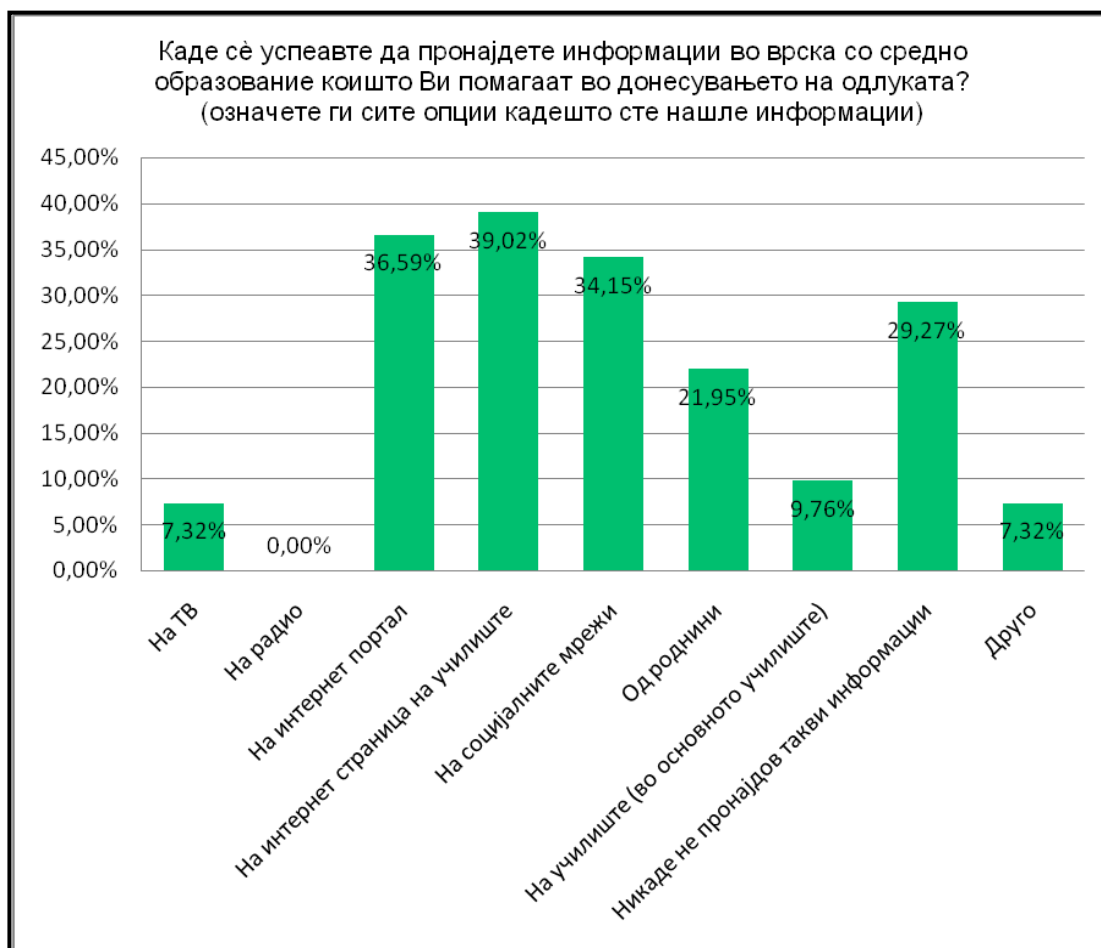




2. Графички приказ за обработените одговори од испитаниците









Прашалник за родители на ученици во вишите одделенија (7-9) на основно образование: информации за донесување на кариерна одлука – упис во средно училиште

1.Пол

- а) Машки
- б) Женски

2.Возраст

- а) 25 – 34
- б) 35 – 44
- в) 45 – 54
- г) 55 – 64
- д) 65+

3.Локација на живеење

- а) Град
- б) Село

4.Работен статус

- а) Вработен
- б) Невработен

5.Етничка припадност

- а) Македонец / Македонка
- б) Албанец / Албанка
- в) Ром / Ромка
- г) Влав / Влаинка
- д) Србин / Србинка
- ѓ) Бошњак / Бошњачка
- е) Друго

6.Завршено образование

- а) Основно образование
- б) Средно образование
- в) Вишо образование
- г) Високо образование
- д) Мастер студии
- ѓ) Докторски студии

7.Регион на живеење

- а) Вардарски
- б) Источен
- в) Југозападен
- г) Југоисточен
- д) Пелагониски

- ѓ) Полошки
- е) Североисточен
- ж) Скопски

8. Пол на детето

- а) Машки
- б) Женски

9. Одделение

- а) Седмо одделение
- б) Осмо одделение
- в) Деветто одделение

10. Како родител на дете од повисоките одделенија во основно училиште, колкава е Вашата потреба да му помогне на своето дете во избор на средно образование? (Означете го бројот од 1 до 5: 1 – најмала потреба, 5 – најголема потреба)

11. Дали Вашето дете може самостојно да донесе одлука за избор на средно образование?

- а) Да
- б) Не

12. Дали Вашето дете бара поддршка од Вас при носење на одлуката за избор на средно образование?

- а) Да
- б) Не

13. Колкав е Вашиот степен на ангажираност во пребарување на информации на низ медиумскиот простор со цел наоѓање опции за идна професија на Вашето дете? (Означете го бројот од 1 до 5: 1 – најмала потреба, 5 – најголема потреба)

14. Каде се успеавте да најдете информации во врска со средно образование коишто Ви помагаат во донесување на одлуката? (означете ги сите опции кадешто сте нашле информации)

- а) На ТВ
- б) На радио
- в) На интернет портал
- г) На интернет страница на училиште
- д) На социјални мрежи
- ѓ) Од роднини
- е) На училиште (во основно училиште)
- ж) Никаде не пронајдов такви информации
- з) Друго

15. Означете ги сите информации поврзани со средно образование кои успеавте да ги најдете:

- а) Пронајдов програма од гимназиско образование
- б) Пронајдов информации за средни стручни училишта
- в) Пронајдов информации за профили/струки во средни стручни училишта
- г) Пронајдов информации за компании коишто соработуваат со училишта
- д) Пронајдов информации за занимање и професии
- ѓ) Не пронајдов никакви информации
- е) Друго (наведете)

16. Како ја вреднувате корисноста на информациите во медиумскиот простор до кои успеавте да стигнете со една општа оценка? (Означете го бројот од 1 до 5: 1 – најмала потреба, 5 – најголема потреба)

17 Што друго Ви е потребно да најдете и обезбедите како информација?

- а) Детално опишан образовен план и програма
- б) Информации за тоа што ќе се изучува преку програмата
- в) Информации околу вештините кои се стекнуваат
- г) Информации за можностите за вработување со тој вид на образование
- д) Информации за бараноста за работата од одреден вид

- ѓ) Информации за платеност на работата од одреден вид
- е) Друго (наведете)

18. Според вашето мислење, што би му помогнало на Вашето дете за донесување на информирана одлука околу својот избор на средно образование, од аспект на медиумски информации? (Ве молиме означете степен до кој се согласувате со понудениот одговор од 1 до 5: 1 – воопшто не се согласувам; 5 – сосем се согласувам)

- а) Кратки објави или реклами за програмите во средно образование
- б) Контактни емисии на тема избор на средно образование
- в) Програми за помош во кариерна ориентација и донесување одлука
- г) Програми за запознавање со помалку познати професии
- д) Емисии кои обработуваат теми поврзани со вработувањето
- ѓ) Специјализирани емисии за развој на вештини
- е) Информации за отворени денови за работодавачи во струки

19. Ве молиме да ја направите истата проценка како во предходното прашање низ призмата и очите на Вашето дете и да ни посочите што сметате дека нему би му било најкорисно за донесување на информативна одлука околу својот избор на средно образование од аспект на медиумски информации? (Ве молиме означете степен до кој се согласувате со понудениот одговор од 1 до 5: 1 – воопшто не се согласувам; 5 – сосем се согласувам)

- а) Кратки објави или реклами за програмите во средно образование
- б) Контактни емисии на тема избор на средно образование
- в) Програми за помош во кариерна ориентација и донесување на одлука
- г) Програми за запознавање со помалку познати професии
- д) Емисии кои обработуваат теми поврзани со вработување
- ѓ) Специјализирани емисии за развој на вештини
- е) Информации за отворени денови за работодавачи во струките
- ж) Мобилни апликации за информирање на децата