

Извештај за анализа на потребите

Грција и Северна Македонија



CRAFTS+

Информации за проектот	
Име на проектот	Нови образовни перспективи за возрасни ученици во занаетчискиот сектор
Акроним на проектот	ЗАНАЕТИ+
Број на проектот	2022-1-EL01-KA210-ADU-000084425
Активност 2-Водечки партнер	Идеја ОК, Република Северна Македонија
Идентификација на документ	
Ниво на дисеминација	Јавно
Верзија	2.0
Датум на објавување	15/3/2023
Соработници/Писатели	Постскрипtum, Грција МЕСО, Грција Идеја ОК, Република Северна Македонија





Содржина

1. Вовед	4
2. Методологија – Дизајн на истражување	5
3. Преглед на керамичките сектори	6
3.1 Преглед на керамичкиот сектор во Грција	6
3.2 Преглед на керамичкиот сектор во Северна Македонија	8
4. Истражувачки елементи, анализа и резултати	9
4.1 Добри практики и иницијативи	10
4.1.1 Презентирање на добри практики	10
4.1.2 Презентација на иницијативи во занаетчискиот керамички сектор - Грција	17
4.1.3 Презентација на иницијативи во занаетчискиот керамички сектор – друго	20
4.2 Анкета за занаети +	22
4.3 Интервјуа	37
4.3.1 Грција	37
4.3.2 Северна Македонија	41
5. Дискусија за резултатите од истражувањето	43
6. Заклучок	46
Референци	48
АНЕКСИ	49
АНЕКС I - Резултати од истражувањето Грција	50
АНЕКС II – Резултати од истражувањето Северна Македонија	55
АНЕКС III - Прашања за интервју	68



1. Вовед

Традиционалното занаетчиство и поврзаните вештини и знаења претставуваат незаменливо културно наследство. Занаетчиството не е статично; тој еволуира и ги поврзува луѓето, формирајќи културни врски и идентитети. Служи како складиште на знаење ширум светот, здружувајќи ги заедниците во создавањето и влијаејќи врз креативноста на глобалниот пазар. Зачувувањето на традиционалното занаетчиство значи заштита на богатото наследство на вештини и уметност, од суштинско значење за одржување на културната разновидност. Сепак, императивот за модернизација на занаетчиските практики е од огромно значење за да се обезбеди нивната релевантност и одржливост во современите контексти. Како што напредува технологијата и се менуваат барањата на потрошувачите, прифаќањето на современите техники и иновации може да ги ревитализира традиционалните занаети, правејќи ги подостапни, ефикасни и привлечни за новите генерации. Оваа еволуција не само што го зачувува наследството, туку и ги позиционира занаетчиството како живописни придонесувачи за денешните креативни и економски пејзажи.

Главната цел на проектот CRAFTS+ е да развие приспособени материјали за обука и градење капацитети со цел да се одговори на потребата за унапредување на вештините во дизајнот и развојот на занаетчиството (керамика), за да се овозможи споделување знаења и информации за подобрување на практиката во занаетчиството. - керамика и поддршка на индивидуалните практичари да развијат одржлив приход/деловен модел.

Проектот е адресиран до:

- Занаети Практичари кои сакаат да ги подобрат своите занаетчиски вештини или да истражуваат во деловните и маркетинг аспектите.
- Занаетчиски хобисти кои бараат да истражат различни техники и аспекти на керамика.
- Едукатори за занаети со цел да го прошират своето знаење и да го пренесат на своите ученици.
- Претприемачи заинтересирани да го истражуваат секторот за занаети и грнчарство за можности за развој на бизнисот.

Целта на извештајот ги вклучува следните елементи:

- да се анализираат и шират интересни и репрезентативни практики и иницијативи поврзани со занаетчиството и обуката, со внимание на керамиката, од локално до ниво на ЕУ/глобално ниво
- да препознае кои компетенции се важни за практичарите во секторот за керамика и едукаторите за возрасни



Овој извештај е суштинска алатка која обезбедува рамка за сите активности на проектот Crafts+, а особено за елаборација на алатникот за обука Crafts+. Овие резултати ја сочинуваат основата за развивање на курсот за обука Crafts+, за да се одговори на потребите на целната група и да се понудат можности за учење прилагодени што ќе придонесат за развој на основните претприемачки/деловни компетенции за практичари и едукатори за занаети.

2. Методологија – Дизајн на истражување

Истражувачкиот дизајн за изработка на овој извештај вклучува спој на квалитативни и квантитативни податоци. Информациите вклучуваат увид од експерти на локалниот пазар (претставници на главните целни групи), собрани со полуструктурирани интервјуа.

Во контекст на квалитативната истражувачка активност, проектните партнери:

- Спроведено десктоп истражување, користејќи специфични шаблони, за да се идентификуваат: а) добри практики за образование на возрасни во областа на занаетчиството и конкретно керамиката, б) постоечките иницијативи на теми од занаетчиството со специфичен фокус на керамиката, како подсектор на креативните индустрии; и претприемништво со фокус на транзиција од неформален во формален микро бизнис поврзан со потребите за компетенциите на целните групи.
- Создадени 3 различни прашалници, за да се спроведат полуструктурирани интервјуа со 3 различни профили: а) занаетчиски претприемачи б) академски професори/обучувачи за возрасни в) членови на здруженија на керамички занаети. Прашалниците (достапни во Анекс) комбинираат однапред определен сет на отворени прашања (прашања кои поттикнуваат дискусија) со можност интервјуерот дополнително да истражува одредени теми или одговори, диверзифицирани според секој профил на интервјуируаниот.
- Развиена алатка за истражување, која содржи отворени и затворени прашања и ставки поврзани со специфични критериуми во контекст на истражувачката активност за потребите на обуката, оценети со помош на Ликертова скала од 1-ниско до 5/10-високо, според ниво на испитаници. договор со соодветната изјава.

Следната табела ги илустрира информациите собрани за формулирање на овој извештај, заедно со алатките осмислени за спроведување на истражувањето и анализа на податоците, според договорот склучен од партнерството. Истражувањето користи и квалитативни и квантитативни методологии.



ИНФОРМАЦИИ ЗА СОБИРАЊЕ	МЕТОД	ПРИМЕНЕТИ АЛАТКИ
Преглед на литература, добри практики и иницијативи	Десктоп истражување	- Шаблон за добри практики - Шаблон за иницијативи
Податоци/увиди за потребите за надградба и методите за обука	- Полуструктурирани интервјуа - Собирање податоци преку онлајн анкета	Шаблони за интервјуа (по еден по профил)
Препознавање на потребите за надградба и методите за обука	Анализа на: - Интервјуа - Податоци од анкета - Добри практики/иницијативи	- Тематска анализа - Дескриптивна статистика

Дизајнот и инструментите на истражувањето беа осмислени за да се олесни анализата на целните групи за иницијативата за обука Crafts+. Нејзините примарни цели вклучуваат идентификување на карактеристиките на потенцијалните учесници за програмата, разбирање на нивните потреби за ефективно приспособување на содржината на обуката и истражување на потенцијални дополнителни групи корисници кои исто така би можеле да профитираат од слични модули за обука. Ова истражување служи како структуриран пристап за собирање сознанија за карактеристиките, потребите и преференциите на наменетите специјализанти, а со тоа помага во дизајнирањето и прилагодувањето на програмата за обука за да се максимизира нејзината ефикасност и релевантност.

3. Преглед на керамичките сектори

3.1 Преглед на керамичкиот сектор во Грција

Терминот „керамика“ потекнува од старогрчкиот збор „керамос“, што значи „грнчарска глина“. Глинени контејнери и други артефакти се распространети во грчките археолошки музеи, што го одразува нивното изобилство во ископувањата, со околу 80.000 украсени вазни откриени само во Атика. Со текот на вековите, керамиката еволуирала, при што многу грчки региони сè уште се домаќини на керамички работилници кои произведуваат естетски вредни предмети. Особено за островите,





CRAFTS+

керамиката останува составен дел на нивниот идентитет, керамиката на секој регион се разликува по бои, дезени и регионална терминологија.

Иако значењето на оваа традиција беше донекаде занемарено во минатото, сега постои зголемен интерес за традиционалната керамика, што поттикнува напори за документирање и зачувување на локалните техники. Грчкото Министерство за култура ги препозна керамичките традиции на Сифнос и семејството Курци од Лезбос како дел од нематеријалното културно наследство на Грција. Истовремено, современите керамисти се залагаат за керамика како независна форма на уметност, истражувајќи ги нејзините историски и современи корени и разновидни изразни можности. Тие ја „откриваат“ глината за концептуална уметност, придонесувајќи за керамичката ренесанса прикажана на сè поголем број изложби и места.

Иако постои зголемен интерес за традиционалните техники од страна на грчката држава, исто така е од клучно значење да се признаат тековните трендови, технолошкиот напредок и одржливите материјали и практики во керамиката. Огромното мнозинство на компании во секторот во Грција користат традиционални техники, со големо заостанување во модернизацијата. Поради оваа причина, производите што ги произведуваат се главно украсни. Нивниот производствен процес, нивната организација и нивниот менталитет создаваат потешкотии во приспособувањето на новото увезено знаење, особено за производство на утилитарни производи од поголем економски интерес.

Недостигот од знаење и континуирана обука на занаетчиите често доведува до едноставно копирање, што резултира со зголемена конкуренција. Во Грција има исклучително дефицитарен образовен процес во овој сектор: има многу малку државни образовни институции и државни дипломи и целосно отсуство на курсеви по керамика на училиште.

И покрај тоа што е рангирана на 12-то место меѓу европските земји во индустријата за производство на керамички производи за домаќинство и украсни производи, Грција се соочува со предизвикувачки тренд на опаѓање на големината на пазарот. Според IBIS World, вредноста на индустријата изнесува 13,5 милиони евра во 2024 година, со просечно годишно намалување од 8,5% помеѓу 2019 и 2024 година. Овој постојан пад ја нагласува потребата од стратешки интервенции за ревитализација на секторот и искористување на неговото културно и уметничко наследство за поттикнуваат иновации и одржливост. Додека традиционалните техники и наследството остануваат интегрални, прифаќањето на современите трендови, технологијата, обуката и одржливите практики ќе бидат клучни за идната еластичност и раст на индустријата. Напорите да се искористат и традицијата и иновациите можат да го позиционираат грчкиот керамички сектор како динамичен придонесувач за националната економија и културниот пејзаж во годините што следат, по примерот на другите јужноевропски земји, како што се Италија и Шпанија.



3.2 Преглед на керамичкиот сектор во Северна Македонија

Северна Македонија е земја богата со културно наследство, особено со традиционална керамика. Занаетот бил под влијание на различни култури низ вековите, придонесувајќи за разновидна низа форми и техники. Грнчарството е една од најстарите вештини кои се практикуваат во Северна Македонија, со докази кои датираат од неолитската ера. Раната керамика била рачна форма без употреба на грнчарско тркало. Со текот на времето, влијанијата од класичните култури, античките балкански и словенски традиции, византиските и ориенталните стилови ја обликуваа еволуцијата на македонската керамика.

Градовите Скопје и Прилеп имаат долги традиции во грнчарството, со археолошки записи кои покажуваат континуирано производство од праисторијата до антиката и средниот век. Прилеп, особено, бил забележлив центар за керамика во средновековниот период, особено познат по производство на водени садови.

Словените кои се населиле на Балканот инкорпорирале многу културни елементи од народите со кои се сретнале, вклучително и напредни техники на керамика под влијание на римските и византиските практики. За време на османлискиот период, занаетот останал претежно во рацете на христијанското население, иако бил преименуван во „чумлекчи“ на турски јазик. Керамиката од Чанаккале од Турција, исто така, влијаела на формите и стиловите на керамиката произведена во тоа време.

Во Македонија се развиле различни регионални стилови, при што секоја област придонесува со уникатни форми и техники за керамичкото наследство на земјата. На пример, дебарските садови се познати по својата тежина и монументален квалитет, додека Велес е познат по сатовите во форма на барок, слични на оние од Чанаккале. Овие регионални варијации ја одразуваат адаптацијата на надворешните влијанија на локалните производствени способности и уметнички интерпретации, формирајќи карактеристичен грнчарски стил.

Производството на керамика во Македонија традиционално е концентрирано во области со висококвалитетни наоѓалишта на глина, кои често се среќаваат покрај речните долини и старите езерски сливови. Историски значајни грнчарски центри вклучуваат Скопје (со село Драчево), Велес, Ресен, Струга, Дебар, Тетово (с. Блаце), Прилеп, Кичево (с. Вранештица), Радовиш (с. Габровци), Струмица и Берово.

Денес, бројот на активни грнчари во Македонија е намален на околу триесетина. Специфичните локации вклучуваат два грнчари во село Злетово (општина Пробиштип), две во Куманово, една во Велес, две во Неготино, една во Кавадарци, една во Струмица



и една во Ресен. Западниот дел на Македонија има околу дванаесет грнчари, пред се во селото Вранештица, кое е последното значајно упориште на грнчарството во земјата.

Во моментот, има само една керамичка колонија во Северна Македонија, годишен настан што се одржува во градот Ресен. Оваа колонија собира керамички занаетчи од регионот и обезбедува вредни можности за вмрежување на занаетчиите. Повеќето од овие занаетчи работат не само со керамика, туку и со други материјали, покажувајќи ја нивната разновидност. Оние кои се заинтересирани да учат керамички занаети често посетуваат практични курсеви од мајстори во селата. Традиционалните керамички производи, кои првенствено се користат за храна и пијалоци, се особено популарни за време на верските празници.

Дополнително, керамиката игра централна улога во фокусот на музеите во Северна Македонија, каде приоритет е реставрацијата и зачувувањето на археолошките предмети. Музеите редовно нудат обуки и едукативни курсеви за студенти и професионалци, а повремено организираат работилници за мали деца како дел од посетите на училиштата, поттикнувајќи рана благодарност за занаетот.

Оваа богата, но сепак загрозувана традиција ја нагласува важноста од развивање насочени курсеви за обука. Тие треба да се однесуваат на различните нивоа на вештини на практичарите, од почетници до мајстори, и да ги нагласат и традиционалните техники и модерните деловни практики. Со поттикнување на сеопфатно разбирање на историското и културното значење на грнчарството, заедно со практичните и претприемачките вештини, овие програми можат да обезбедат одржливост и ревитализација на керамичкото наследство на Македонија.

Јавното средно училиште за ликовна уметност и дизајн „Лазар Личеноски“ е единственото средно училиште во кое можете да студирате уметност и дизајн од областа на керамиката. Програмата нуди само курсеви за уметност и еден курс за бизнис и претприемништво.

4. Истражувачки елементи, анализа и резултати

Ова поглавје ги прикажува резултатите од истражувањето Crafts+, насочено кон разграничување на ефективни стратегии за подобрување на обуката на уметниците и керамичарите во керамичкиот сектор. Преку повеќеслоен пристап кој опфаќа презентација на добри практики, испитување на претприемачки иницијативи, анализа на полуструктурирани интервјуа со клучните засегнати страни и сеопфатно статистичка анкета, оваа студија има за цел да ги разбере деталите на занаетчиите кои работат со керамика и да дознае која специфична обука тие треба. Со комбинирање на



информации од различни методи на истражување, тоа им дозволува на партнерите да добијат увид и да креираат сопствени курсеви кои одговараат на променливите потреби на луѓето од областа на керамиката. Ова ќе им помогне да растат професионално и да ја одржат силната индустријата за керамика со текот на времето.

4.1 Добри практики и иницијативи

Партнерите идентификуваа 10 добри практики во областа на образованието/обука за занаети со посебен фокус на керамиката и мапираа 9 претприемнички иницијативи, од локално до глобално ниво. Подолу ќе најдете краток опис и линкови за идентификуваните добри практики и иницијативи.

4.1.1 Презентација на добри практики

- **Керамика во Европа – онлајн, со седиште во ЕУ:** <https://www.ceramicsineurope.eu/>

Керамика во Европа е онлајн едукативна платформа родена од проектот CERDEE, финансиран од ЕУ. Овој проект имаше за цел да го подобри претприемништвото меѓу керамичарите во Централна Европа. Тоа вклучуваше мрежа на институти за знаење, мали и средни претпријатија, региони и музеи. Партнерите на проектот соработуваа за да создадат заеднички базен на знаење, оценувајќи го постојното знаење и економскиот потенцијал. Испораките вклучуваа обуки ширум ЕУ и активности за информирање на образованието, поддржани од ИТ-алатки за пристапност и маркетинг. Платформата делува како центар за знаење, маркетинг и соработка, со едукативен материјал, база на податоци за керамичари во Европа и алатки за е-учење. Се надоврзува на претходен проект „Керамиката и нејзините димензии“ и вклучува 8 официјални партнери и 14 придружни партнери во 6 земји. Со буџет од 2,2 милиони евра, CerDee формираше центар за вмрежување и организираше работилници, настани и изложби. Платформата нуди ажурирани информации и техники, фокусирајќи се на развојот на бизнисот на керамичарите во Централна Европа.

Платформата Керамика во Европа се состои од заедничка иницијатива за добра практика во однос на образовните алатки во секторот за керамика, создадена од партнери со знаење низ централна Европа. Проектот CERDEE и неговата едукативна платформа имаат многу сличности со опсегот на CRAFTS+ и затоа е од особена важност како иницијатива за добра практика, на тема керамичари, обука и претприемништво.

- **TeachinArt – Онлајн, со седиште во САД:** <https://www.teachinart.com/>



CRAFTS+

TeachinArt нуди сеопфатни е-курсеви во различни уметнички дисциплини, вклучително и керамика, предводени од професионални уметници со полно работно време. Нивните видео демонстрации се детални и привлечни, обезбедувајќи практични совети и техники засновани на искуства од реалниот живот. Инструкторите, кои имаат меѓународно искуство и признание, се посветени на промовирање на уметноста и поддршка на колеги уметници. Платформата ги вреднува повратните информации од учениците и ги вклучува во нивната наставна програма. За разлика од традиционалните работилници, онлајн часовите ги минимизираат одвлекувањата, овозможувајќи фокусирано учење. TeachinArt го слави своето разновидно студентско тело и има за цел да поттикне глобално наставно општество каде студентите можат активно да учествуваат во споделувањето на знаењето. Со своите професионални инструктори, детални видеа, практична настава и енергична заедница, TeachinArt се издвојува како врвна платформа за уметничко образование.

TeachinArt се издвојува како добри практики во образованието за керамика за неговиот пристап насочен кон уметникот и моделот на онлајн учење. Основана од уметници, таа ги задоволува потребите на колегите уметници, поттикнувајќи средина за поддршка за раст. Нејзината онлајн платформа овозможува глобален пристап до квалитетно образование, демократизирајќи го уметничкото учење. Со курсеви предводени од професионални, TeachinArt се истакнува и во образованието и во бизнисот, станувајќи водечка платформа во образованието за керамика.

○ **Керамичко училиште – онлајн, со седиште во Австрија:** <https://ceramic.school/>

Училиштето за керамика е на мисија да ја шири љубовта кон керамиката, да инспирира, да се поврзе и да ги подучи колегите ентузијастички широм светот. Бидејќи традиционалните курсеви за керамика се соочуваат со затворање, Керамичкото училиште има за цел да донесе сеопфатни онлајн курсеви до масите. Реномирани керамички уметници ќе ги водат студентите од удобноста на нивните домови, нудејќи разновидно искуство за учење. Со просперитетна заедница од над 200 илјади фанови и поддржувачка група на Фејсбук, Училиштето за керамика ја прифаќа технологијата, дизајнот, инспирацијата и социјалните мрежи за да создаде можности и да ја сподели страста за керамиката.

Училиштето за керамика е пример за добра практика со комбинирање на исклучителни образовни понуди со претприемачки дух. Со донесување на висококвалитетни курсеви за керамика преку Интернет, тоа ги прави достапни за глобалната публика, предводена од реномирани керамички уметници кои инспирираат и обезбедуваат сеопфатна инструкција. Платформата поттикнува заедница на ученици кои поддржуваат и ја промовира љубовта кон керамиката преку иновативни карактеристики како што е Директориум за керамика, кој служи како централизиран центар за заедницата за керамика низ целиот свет. Нејзината интеграција на технологијата, како што е Facebook Live, го олеснува интерактивното учење и ангажманот во заедницата. Понатаму,





вклученоста на The Ceramic School во дизајнот, продажбата на керамика и споделувањето инспиративна содржина ја покажува нејзината посветеност да ги негува и уметничките и деловните аспекти на керамиката. Свкупно, посветеноста на The Ceramic School на образованието, претприемништвото и поттикнувањето на глобалната керамичка заедница ја прави иницијатива за пофалба која ги едуцира, инспирира и поврзува ентузијастите ширум светот.

- **КОРКОДИЛОС, керамичко студио во Атина, ГР:** <https://korkodilosathens.gr/>

Коркодилос, работилница за керамика основана од визуелниот уметник Александрос Дурас во Атина, Грција, нуди уникатен и холистички пристап кон керамичкото образование. За разлика од традиционалните работилници, Коркодилос има за цел да создаде топла, привлечна атмосфера која ги стимулира сетилата и промовира современ дизајн и уметност. Часовите се фокусираат на практична примена наместо теорија, овозможувајќи им на студентите да учат преку практично искуство и игра. Основната структура вклучува месечни часови за сите нивоа на вештини, со акцент на индивидуална организација на проекти и самостојна работа. Опциите за членство обезбедуваат пристап до работилницата и опремата за искусни поединци, додека приватните настани, корпоративните сесии за поврзување и часовите за деца нудат прилагодени искуства за различни групи. Коркодилос нуди и онлајн часови, доставувајќи материјали и инструкции директно до домовите на учениците. Со тим од искусни едукатори и специјалисти, Коркодилос се издвојува по својот сеопфатен пристап кон керамичкото образование, поттикнување на креативноста, самоизразувањето и личниот раст преку глина.

Коркодилос се одликува со својата посветеност на флексибилност, прилагодување и приспособливост во угостителството за различни потреби и преференци. Нудејќи низа опции како што се приватни часови, настани за корпоративно поврзување, часови за деца и онлајн учење, Коркодилос ги приспособува искуствата на индивидуалните, групните или компаниските барања. Оваа приспособливост му донесе репутација на едно од најценетите керамички студија во Атина, што го прави привлечна студија на случај. Со сеопфатни понуди за обука и претприемништво за поединци од сите нивоа на вештини, и лично и онлајн, Коркодилос се истакнува во задоволувањето на различните потреби. Нивната експертиза во организирање на прилагодени работилници и настани дополнително ги издвојува, служејќи како модел за други грнчарски студија во образовниот сектор.

- **Центар за проучување на модерната керамика – музеј, едукативен центар во Атина, ГР:** <http://potterymuseum.gr/>





CRAFTS+

Центарот за проучување на модерната керамика – Фондација Г. Псаропулос, основан во 1987 година од Бети Псаропулу, а подоцна стана Фондација во 1993 година, е музеј, истражувачка и едукативна организација посветена на грчката керамика од 16 до 20 век. Под надзор на министерствата за култура, спорт и финансии, таа работи како непрофитна фондација со цел откривање, собирање, зачувување, проучување и презентирање на сите аспекти на грнчарската уметност. Центарот нуди различни едукативни активности, вклучувајќи програми за училишта и лица со попреченост, грнчарски работилници за возрасни, летни кампови и музејски едукативни комплекти. Нивната сеопфатна програма за керамика се состои од три годишни циклуси, покривајќи ги основните техники во керамиката и унапредување на специјализирани курсеви за изградба на керамика, декорација и печење. Предводена од археологот и керамичар Никос Лиарос, програмата вклучува гости грнчари и соработки со научни институции и универзитети, збогатувајќи ја наставната програма со специјализирани семинари и тематски екскурзии.

Центарот спроведува истраги на лице место низ Грција, фаќајќи традиционални работилници и печки, снимајќи го процесот на производство на керамика и учествувајќи на научни конференции и работилници. Нивната колекција од над 3.000 керамички предмети ги претставува речиси сите региони на Грција кои развиле грнчарско производство во модерното време. Архивата-библиотека опфаќа широк спектар на теми поврзани со керамиката, археологијата, историјата, фолклорот и етнологијата. Постојаната изложба ги прикажува традиционалните работилници и садови од почетокот на 19-тиот до средината на 20-тиот век, обезбедувајќи им на посетителите сеопфатно разбирање на грчката традиционална керамика преку визуелен материјал, реконструкции и изложби. Сезонските изложби вклучуваат традиционална и модерна керамика, како и други уметнички изложби, за да привлечат разновидна публика и да го промовираат богатото наследство на грчката керамика.

Центарот за проучување на модерната керамика се издвојува како добра практика поради неговиот сеопфатен пристап кон едукација и зачувување на керамичката уметност. Нудејќи различни работилници, пристап до ресурси, семинари предводени од експерти и ангажирани изложби, центарот обезбедува извонредно искуство за учење. Под надзор на Министерството за култура, активно придонесува за зачувување и промовирање на културното наследство на керамиката преку едукативни програми и соработки со институции. Нејзините проактивни иницијативи ја ангажираат јавноста и поттикнуваат подлабока благодарност за керамиката, што ја прави модел за успешна интеграција на образованието, зачувувањето и промоцијата на теренот.

- **Аскардамикти, Училиште за технички професии и грчки традиционални занаетиво Атина, ГР:** <https://www.askardamykti.com/>





CRAFTS+

Askardamykti е центар за доживотно учење и креативен простор кој ги спојува уметноста, учењето и претприемништвото. Водени од нивниот манифест, тие веруваат во трансформативната моќ на уметноста и важноста од стекнување знаење. Нивната филозофија го нагласува соживотот на различни уметности, поттикнувајќи креативна размена и личен раст. Askardamykti негува технички вештини заедно со уметничкото изразување, охрабрувајќи ги поединците да тргнат на нивните професионални патувања како „модерни занаетчи“. Со полиња на студии кои се движат од чевли и облека до керамика и внатрешен дизајн, тие нудат мини работилници и независни онлајн курсеви. Учесниците ги добиваат потребните материјали и алатки, се занимаваат со наставни видеа и имаат можност за состаноци во живо со инструктори. Дополнително, нивните семинари за младинско претприемништво обезбедуваат насоки и поддршка за поединци кои започнуваат свои сопствени потфати. Askardamykti создава уникатна средина каде што се спојуваат креативноста, знаењето и претприемништвото, поттикнувајќи го доживотното учење и личниот развој.

Askardamykti се издвојува како иницијатива за најдобра практика во образованието за уметност и занаетчиство. Со интегрирање на уметноста, учењето и претприемништвото, тој нуди холистички пристап кон образованието кој ги подготвува поединците за успех во реалниот свет. Акцентот на центарот на развојот на техничките вештини, уметничкото изразување и коегзистирањето на различни уметности поттикнува енергична и извонредна средина за учење. Понатаму, нивната посветеност на обезбедување онлајн курсеви го проширува пристапот до образование, дозволувајќи им на поединците да ги подобрат своите вештини од каде било, допирајќи до поширока публика.

- **Грнчарски музеј Сифнос, музеј - едукативен центар на островот Сифнос,**
ГР:<https://sifnospottery.gr/>

Музејот на керамика Сифнос е посветен на промовирање и зачувување на богатото грнчарско наследство на Сифнос преку низа културни, едукативни и рекреативни активности. Со прикажување на изложби, нудење курсеви за керамика и домаќин на семинари, музејот активно го промовира културниот идентитет на островот на меѓународно ниво. Служи како центар за славење на грнчарската уметност, придонесувајќи за зачувување на уникатното културно наследство на Сифнос за генерациите што доаѓаат. Активностите на музејот вклучуваат: Курсеви за керамика со цел да се генерираат идеи, семинари кои ја покриваат еволуцијата на уметноста и периодични изложби со учество на посетители и керамичари од Грција и странство.

Музејот на керамика Сифнос е посебна институција која ги промовира и зачувува грнчарските традиции на Сифнос преку културни, едукативни и рекреативни активности. Со својот акцент на културното наследство и образовните иницијативи, Музејот на





CRAFTS+

керамика Сифнос е истакната институција, збогатувајќи ја заедницата преку поттикнување на подлабоко разбирање и вреднување на грнчарската уметност.

Грнчарскиот музеј во Сифнос претставува примерен модел на најдобри практики во секторот грнчарство, кој беспрекорно го комбинира зачувувањето на културата со едукативните активности. Имено, соработката на музејот со локалната општина и Министерството за култура доведе до планирано формирање на грнчарско училиште во неговите простории, што дополнително ќе ја зголеми неговата вредност и влијание. Ова ја покажува способноста на музејот да се прилагоди и да се развива, користејќи го своето богато наследство и вековната традиција на грнчарството за да придонесе и да го трансформира секторот.

- **Занаетчиски совет ОК - Курсеви за вештини за керамика, ОК:** <https://www.craftscouncil.org.uk/>

Советот за занаети ОК нуди сеопфатен опсег на курсеви за вештини за керамика дизајнирани да се грижат и за почетници и за искусни практичари. Овие курсеви опфаќаат различни техники, вклучувајќи фрлање керамички тркала, рачно градење, застаклување и декорација на површината. Подучени од квалификувани инструктори, курсевите обезбедуваат практично искуство и детално водство, обезбедувајќи учесниците да стекнат длабоко разбирање за занаетот. Наставната програма е структурирана да приспособува различни темпо и стилови на учење, поттикнувајќи поддржувачка средина каде што учениците можат да ја истражуваат својата креативност и да ги подобрат своите технички вештини. Курсевите ги одржуваат искусни керамички уметници и едукатори кои обезбедуваат практична обука во поставките на студиото. Учесниците имаат можност да научат традиционални и современи керамички вештини и техники.

Овие курсеви значително придонесуваат за развојот на изработката на керамика во ОК и ЕУ нудејќи пристапни, висококвалитетни можности за обука. Со опремување на поединците со основни вештини и знаења, Crafts Council UK помага да се одржи и расте заедницата за керамика. Курсевите не само што ги зачувуваат традиционалните техники, туку и поттикнуваат иновации и уметничко изразување, поттикнувајќи жива и динамична керамичка култура. Дополнително, правејќи ги овие курсеви широко достапни, Советот за занаетчиство ОК поддржува развој на кариера и претприемачки потфати во керамичката индустрија, зајакнувајќи ја економската исплатливост на овој важен занаетчиски сектор.

- **Ecole Nationale Supérieure d'Art de Limoges (Ensad Limoges), CP:** <https://www.ensad-limoges.fr/en/>

Ecole Nationale Supérieure d'Art de Limoges (Ensad Limoges) е престижно уметничко училиште во Франција, прославно по својата специјализирана обука за керамика





CRAFTS+

заедно со другите уметнички дисциплини. Училиштето нуди ригорозна и сеопфатна наставна програма која опфаќа различни аспекти на керамичката уметност, вклучувајќи дизајн, скулптура и функционална керамика. Студентите имаат корист од најсовремените капацитети и експертизата на истакнати членови на факултетот, поттикнувајќи средина на креативност и техничка извонредност. Енсад Лимож е посветен да им обезбеди на своите студенти длабоко разбирање и на традиционалните и на современите керамички практики.

Програмата за керамика во Енсад Лимож обезбедува сеопфатно образование за керамички техники, дизајн и теорија. Студентите имаат пристап до добро опремени студија и работилници. Енсад Лимож значително влијае на полето на керамика во Франција преку негување таленти и поттикнување иновации. Неговата ригорозна наставна програма и акцентот на уметничкото изразување го поттикнуваат унапредувањето на керамичката изработка. Дипломирани студенти на училиштето се добро опремени со вештини и креативна визија неопходни за да се истакнат во керамичката индустрија, придонесувајќи за нејзината еволуција и одржливост. Со промовирање и на традиционалните техники и на современите пристапи, Енсад Лимож обезбедува постојана виталност и релевантност на керамичките уметности. Посветеноста на институцијата за извонредност и креативност помага да се одржи ценетиот углед на Франција во глобалната заедница на керамика.

- **Керамика Ирска:** <https://www.ceramicsireland.ie/>

Ceramics Ireland е енергична организација за членство посветена на унапредување на уметноста на керамиката низ целата земја. Нуди различни работилници, мастеркласи и настани во текот на целата година, прилагодени на љубителите на керамика во сите фази од нивното уметничко патување. Овие програми, спроведени од искусни професионалци, истражуваат различни техники како што се фрлање тркала, рачна изработка, застаклување и декорација на површината. Ceramics Ireland, исто така, е домаќин на изложби и собири во заедницата, создавајќи динамична платформа за учење, споделување и славење на занаетот на керамиката.

Организацијата поканува реномирани уметници од керамика од Ирска и од странство да спроведат работилници и мастеркласи на различни теми како што се фрлање, градење со рака, декорација на површини и техники на печење во печка. Ceramics Ireland игра клучна улога во растот и развојот на керамичката заедница во Ирска нудејќи вредни можности за учење преку своите работилници и мастеркласи. Овие практични искуства им овозможуваат на учесниците да ги подберат своите технички вештини и да го продлабочат своето знаење за керамиката. Иницијативите на организацијата поттикнуваат чувство на заедница и соработка меѓу керамичките уметници, охрабрувајќи ја размената на идеи и техники. Негувајќи ги и новите и етаблираните уметници, Ceramics Ireland помага да се одржи и да се заживее богатата традиција на





CRAFTS+

керамичка уметност во земјата, обезбедувајќи нејзина континуирана еволуција и релевантност.

- **Keramik-Handwerk eV (KHW),**
DE: https://www.etsy.com/uk/market/keramik_handwerk

Keramik-Handwerk eV (KHW) е истакнато професионално здружение посветено на унапредување на изработката на керамиката во Германија. Таа служи како клучен ресурс за керамичките занаетчи преку обезбедување на различни курсеви за обука, семинари и работилници. Овие понуди се грижат и за аспиранти занаетчи и за етаблирани професионалци, покривајќи ги основните техники и поттикнувајќи подлабоко разбирање на керамичката уметност. Посветеноста на KHW за образование и развој на вештини значително придонесува за зачувување на традиционалните практики на керамика, истовремено промовирајќи ги иновациите и современите пристапи во областа.

KHW организира програми за обука предводени од искусни керамички уметници и експерти во различни области на производство на керамика, вклучувајќи традиционални техники, дизајн и маркетинг. Иницијативите за обука предводени од Keramik-Handwerk eV (KHW) играат клучна улога во зачувувањето и промовирањето на традиционалната керамичка изработка во Германија. Нудејќи можности за обука за практични вештини и професионален развој, здружението ги опремува учесниците со знаења и техники неопходни за да се истакнат во керамичката индустрија. Понатаму, KHW го олеснува вмрежувањето во заедницата за керамика, поттикнувајќи соработка и размена на идеи меѓу занаетчиите. Овој колективен напор не само што ги зајакнува вештините и способностите на индивидуалните занаетчи, туку исто така обезбедува континуитет и живост на керамичкото наследство на Германија во модерен контекст.

4.1.2 Презентација на иницијативи во занаетчискиот керамички сектор - Грција

- **ТРОЈКА КЕРАМИКА, студио и продавница за керамичка уметност во Атина,**
ГР: <https://threesomeceramics.com/>

The Threesome Ceramics е исклучителен простор за работилница кој работи првенствено како отворено студио, овозможувајќи им на студентите да работат со свое темпо додека добиваат насоки и учат различни техники. Слободата на креативното изразување е непроценлива во оваа средина. Основана од Вики Топалиду и Кристина Пападопулу,





CRAFTS+

„Тројка керамика“ се состои од два простора - галерија каде што се одржуваат уметнички изложби и целосно опремено студио каде се одвива целата креативна работа. Со јасна насока на функционирање како отворено студио, просторот поттикнува хармоничен соживот, соработка и кокреација меѓу учесниците. Студиото, исто така, нуди часови и работилници, обезбедувајќи можности за поединците да учат, експериментираат и напредуваат заедно во нивните керамички патувања, при што секоја личност следи свој естетски и вештина базиран пат. Трансформативната природа на студиото Threesome Ceramics им овозможува на поединците да го откријат својот уникатен стил и да ги истражат нивните уметнички визији, прилагодени на нивните лични мотивации и интереси. Нуди услуги за хобисти, ентузијастички за уметност и занаети, жители и посетители на Атина.

Threesome Ceramics се издвојува како посебна иницијатива поради комбинацијата на уметничко претприемништво и иницијатива дизајнирана од самите уметници, отелотворувајќи уникатен спој на уметничка визија и деловна острината. Threesome Ceramics не е познат само по своите едукативни понуди, туку она што навистина го издвојува е неговиот деловен модел. Основано од двајца уметници, студиото беспрекорно ги комбинира нивните уметнички вештини со хибриден пристап, служејќи како уметничка продавница, изложбен простор и центар за обука. Овој иновативен спој им овозможува да ја искористат својата експертиза, нудејќи простор каде што уметничките ентузијастички можат и да купуваат уметнички дела и да се вклучат во креативни искуства за учење. Threesome Ceramics стои како доказ за тоа како уметниците можат успешно да ги спојат своите таленти со претприемачките потфати, создавајќи динамична и повеќеслојна студиска средина.

- **Elektra Ceramics- Рачно изработена продавница за керамика (физичка и онлајн) во Атина, ГР:** <https://elektraceramics.com/>

Elektra Ceramics е почитувано грнчарско студио и онлајн платформа која нуди уникатни и висококвалитетни рачно изработени керамички креации. Од функционални садови до сложени скулптури, колекцијата на Електра прикажува хармоничен спој на традиционални техники и современ дизајн. Elektra Ceramics Studio исто така нуди ангажирани работилници и работилници за градење тим за мали и големи групи центрирани околу глина. Овие практични искуства им даваат на учесниците можност да ја истражат својата креативност и да научат техники за грнчарство под водство на креаторот. Тоа е место кое ги поздравува ентузијастите на керамика, оние кои бараат рачно изработени производи, Атињаните и посетителите, а исто така има и онлајн корисници преку својата дигитална платформа за е-трговија.

Elektra Ceramics е пример за тоа како личната страст за керамика може да еволуира во успешен микро-бизнис. Она што започна како љубов за создавање уникатни керамички парчиња, процвета во просперитетно претпријатие кое го комбинира уметничкиот израз со претприемништвото. Elektra Ceramics служи како одличен пример за просперитетен микро-бизнис во занаетчиството и креативниот сектор. Преку нивната





CRAFTS+

исклучителна изработка и уметничка визија, тие постигнаа извонреден успех во создавањето и понудата на уникатни керамички креации. Нивните достигнувања го покажуваат потенцијалот за малите претпријатија да напредуваат во креативната индустрија и да постигнат влијателни резултати.

- **Висало керамика, продавница и кафуле за рачна изработка на керамика во Ханија, ГР:** <https://www.instagram.com/visaloceramics/>

Visalo ceramics е мала работилница за керамика, комбинирана со кафуле, лоцирана во Аскифоу, Ханија, место за состаноци за ентузијастите на керамика, љубителите на рачно изработени производи и локалното население. Она што го прави навистина посебен е нивната стратешка употреба на платформите за социјални медиуми како што се Instagram, TikTok и Facebook. Преку ефективен онлајн маркетинг и ангажман, Visalo Ceramics успешно направи значајно влијание во дигиталната област, поддржувајќи ја долгорочната одржливост на нивниот бизнис во мало селско опкружување.

Visalo ceramics служи како привлечна студија на случај поради неговата единствена интеграција на работилница и кафуле за керамика, во комбинација со успешното користење на платформите за социјални медиуми. Овој иновативен пристап покажува како мал бизнис на оддалечена локација може да ги искористи стратегиите за дигитален маркетинг за да создаде силно онлајн присуство и да привлече клиенти. Комбинацијата на традиционална изработка, пријатна атмосфера во кафулето и ефективен онлајн маркетинг ја прави Visalo Ceramics значајна студија на случај во креативното претприемништво и одржливите деловни практики.

- **Serene Home, креативно студио и онлајн продавница со седиште во Солун, ГР:** <https://www.serenehome.eu/>

Serene Home е онлајн продавница која е специјализирана за нудење исклучителен избор на производи за уредување на домот со глина. Со силен акцент на креативноста, еколошката свест и одржливите практики, Serene Home курира уникатен опсег на смислено дизајнирани предмети кои внесуваат спокојство и елеганција во просторите за живеење. Посветеноста на Serene Home за изработка и нивната длабоко вкоренета страст блеска во секој производ базиран на глина што го нудат. Тоа е платформа која привлекува поединци заинтересирани за одржливо и еко-пријателско живеење, дизајнери и декоратори на ентериери, купувачи на подароци и ентузијасти за керамика.

Serene Home се издвојува како посебна онлајн продавница поради стратешката употреба на современиот дигитален маркетинг, кој вклучува визуелно привлечна веб-страница, привлечно присуство на социјалните мрежи и силен идентитет на брендот. Со ефикасно промовирање на нивната единствена продажна точка на одржливост и





еколошки живот, Serene Home ја идентификуваше својата ниша на пазарот и нуди препознатливо и незаборавно искуство за купување за клиентите.

Serene Home е одличен пример за најдобри практики во занаетчиството и креативната индустрија. Со нивните производи за уредување на домот базирани на глина и стратешки дигитален маркетинг, тие се истакнуваат во ангажирањето на својата публика и промовирањето на одржливоста. Нивниот успех ја покажува идеалната комбинација на изработка, креативност и модерни маркетинг техники за бизнисите во оваа индустрија.

- **Spiro Ceramics, грнчарско студио во Ираклион, ГР:** <https://spiro.gr/>

Spiro Ceramics е грнчарско студио и онлајн платформа која е специјализирана за создавање рачно изработени керамички парчиња. Нивната колекција вклучува функционални и украсни предмети кои ја истакнуваат убавината на глината. Со фокус на изработка и уникатниот дизајн, Spiro Ceramics нуди палета на висококвалитетни керамички производи. Клиентите се состојат од ентузијастички за уредување на домот, дизајнери на ентериер и ентузијастички за керамика.

Spiro Ceramics се издвојува како извонредна студија на случај во керамичката индустрија. Основано од Спирос Роканас, кој направи транзиција од сребрена кон керамика, студиото гордо ги прикажува неговите извонредни рачно изработени креации. Тековната потрага по знаење на Спирос, инспирирана од стручноста на неговата мајка, ја поттикна неговата страст за керамиката и послужи како движечка сила зад основањето на овој бизнис.

Извонредното патување на Спирос Рокана во областа на керамиката служи како инспиративен пример за моќта на страста и самообразованието. И покрај тоа што нема формално потекло од керамичката уметност, непоколебливата посветеност и посветеност на Спирос за континуирано учење, работилници и опширно читање му овозможува да ја совлада техниката на рачно градење. Неговата приказна го нагласува значењето на програмите за обука и едукација за поттикнување уметнички и претприемачки раст.

4.1.3 Презентација на иницијативи во занаетчискиот керамички сектор – други земји

Во Северна Македонија, керамичката занаетчиска индустрија се соочува со критичен пад. И покрај богатата традиција во керамика и керамика, индустријата полека изумира. Една од примарните причини е недостигот на нови занаетчици кои влегуваат во





трговијата, најмногу поради недоволниот профит што го нуди. Помладите генерации ги одвраќаат ограничените финансиски изгледи, што доведува до намалување на квалификуваните занаетчи и постепено губење на традиционалните техники.

За да се реши ова прашање, клучно е да се црпи инспирација од успешни меѓународни примери. Дискутантите изнесоа некои меѓународни случаи кои би можеле да бидат корисни во процесот на повторен развој на секторот за керамички занаети.

Со интегрирање на иновативни пристапи, Северна Македонија би можела да ја ревитализира својата керамичка индустрија во однос на занаетството. Поттикнувањето на онлајн образованието, нудењето претприемничка поддршка и создавањето можности за вмрежување може да привлече нови таленти. Дополнително, промовирањето на културното и историското значење на керамиката може да поттикне гордост и интерес за зачувување на овој важен занает. Преку овие напори, индустријата не само што може да преживее, туку уште еднаш да напредува.

Еве неколку дополнителни случаи на добри практики кои би можеле да бидат корисни за повторен развој на секторот за керамички занаети во Северна Македонија:

- Грнчарство Бухан, Шкотска: <http://www.studiopottery.com/>

Buchan Pottery, лоциран во Шкотска, е пример за успешна интеграција на керамичката изработка и деловната остринa. Ова грнчарско студио не само што произведува висококвалитетна керамика, туку работи и како просперитетно деловно претпријатие. Buchan Pottery е специјализирана за рачно изработена керамика инспирирана од локалниот пејзаж и традиционалниот шкотски дизајн. Тие успешно ја комбинираа уметничката извонредност со одржливите деловни практики, поттикнувајќи ангажман во заедницата и поддржувајќи ги локалните занаетчи. Преку работилници, продажба на мало и соработки со локални бизниси и уметници, Buchan Pottery придонесува за културната и економската виталност на регионот, истовремено промовирајќи ја уметноста и наследството на шкотската керамика и на национални и на меѓународни сцени.

Buchan Pottery значително влијаеше на локалната економија со комбинирање на керамичката изработка со ефективни деловни стратегии. Преку продажбата на мало и работилниците, тие го поттикнаа ангажманот на заедницата и ги поддржаа локалните занаетчи. Нагласувајќи ги одржливите практики и прикажувајќи ги шкотските дизајни, Грнчарството Bullers of Buchan го зајакна културниот идентитет на регионот притоа придонесувајќи за неговиот економски раст преку туризмот и локалните партнерства.

- Село Фискарс, Финска: <https://fiskarsvillage.fi/>

Селото Фискарс е познато по својата енергична заедница за уметност и занаети, вклучително и силно присуство во керамичката уметност. Селото е домаќин на неколку керамички работилници и ателјеа каде уметниците создаваат и продаваат свои дела.





Селото Фискарс ја нагласува одржливоста и изработката, промовирајќи локални керамички уметници преку изложби, пазари и заеднички проекти. Овој пристап заснован на заедницата не само што ги поддржува уметничките иновации, туку придонесува и за економскиот развој на регионот со привлекување посетители заинтересирани за висококвалитетна, локално изработена керамика.

Селото Фискарс игра клучна улога во економската одржливост на својата заедница преку промовирање на локални керамички занаетчи и нивните бизниси. Акцентот на селото на изработката и одржливоста привлекува туристи и купувачи заинтересирани за уникатна, локално изработена керамика. Преку домаќин на работилници, изложби и пазари, селото Фискарс ги поддржува уметничките иновации и развој на бизнисот, поттикнувајќи просперитетна керамичка индустрија од која имаат корист и занаетчиите и локалната економија.

- **Ателје НЛ, Холандија:** <https://www.ateliernl.com/>

Atelier NL е дизајнерско студио со седиште во Холандија кое е специјализирано за керамичка уметност и дизајн. Познат по нивниот иновативен пристап кон керамиката, Atelier NL комбинира традиционална изработка со современи принципи на дизајн. Тие соработуваат со локални занаетчи и бизниси за да создадат керамички производи по нарачка што ја нагласуваат одржливоста и локални материјали. Посветеноста на Ателје НЛ за изработка и деловни иновации доби меѓународно признание, со нивните дела претставени во галерии и изложби ширум светот. Нивниот пристап не само што го промовира холандското керамичко наследство, туку и поставува репер за одржливи и општествено одговорни практики во керамичката индустрија.

Овој пристап не само што ја подобрува автентичноста на производот, туку и ги зајакнува локалните синџири на снабдување и ги поддржува регионалните економии. Посветеноста на Atelier NL за одржливост привлекува еколошки свесни потрошувачи и ги разликува на глобалниот пазар. Нивните деловни практики не само што го промовираат холандското керамичко наследство, туку и го поттикнуваат економскиот раст преку етички и иновативни пристапи за производство и дистрибуција.

4.2 Анкета за Crafts +

Алатката за анкета се состоеше од 8 прашања во врска со демографијата (пол, возраст, земја на потекло, рурално/урбано, занаетчиство и приход, 3 прашања за оценување на професионални специфични вештини (ниво на занаетчиство, образование/обука добиено и тип) и 2 прашања за пласман на производи и услуги за подобро разбирање на профилот на испитаниците.





Следниве, 5 прашања ги оценуваат ставовите, перцепциите, потребите за подобрување на вештините, корисните теми за обука и ангажираните методи на обука и алатките за учење за целната група, дополнително развиени во вкупно 34 ставки кои беа оценети со помош на оваа Ликертова скала од 1-ниско до 5 или 10 -високо, според нивото на согласност на испитаниците со соодветната изјава и беа вклучени 5 отворени прашања, за да им се овозможи на учесниците да им дадат лично значење на нивните одговори за бариерите и можностите и да ги вклучат сите други аспекти што тие ги сметаат за важни за бидете под стрес. На крајот, беа вклучени 2 прашања со повеќекратен избор за моменталниот статус на обуката и подготвеноста за учење.

Добиени се вкупно 37 одговори од Грција. Од Северна Македонија се добиени 13 испитаници. Целосната листа на ставки и резултати се прикажани подолу, како и забелешките за резултатите од анкетата се дополнително анализирани во делот за дискусија. Графиконите кои ги илустрираат резултатите од истражувањето се достапни во Анекс.

Профил на испитаниците во Грција и резултати

Податоците од истражувањето откриваат разновиден профил меѓу испитаниците во заедницата за керамика. Во однос на родовата дистрибуција, има забележително мнозинство од женските испитаници, кои сочинуваат 56,8%, додека машките испитаници претставуваат 35,1% од примерокот. Дополнително, 8,1% се идентификуваат како небинарни, што укажува на застапеност на родовата разновидност во заедницата.

Што се однесува до старосната демографија, најголемиот дел од испитаниците спаѓаат во возрастната граница од 25-40 години, со најголема концентрација во групата 25-30 години. Сепак, забележително е учество и од постарите возрастни групи, со 6 испитаници на возраст над 50 години.

Што се однесува до примарните извори на приходи, значителен дел, со 56,8%, ги остваруваат од други економски активности. Само 1 од 5 од испитаниците изјавиле дека примарен извор на приход доаѓа од практиката во занаетчиството.

Понатаму, истражувањето одразува различни нивоа на занаетчиство меѓу испитаниците, при што 35,1% се идентификуваат како почетници, 43,2% како средни и 21,6% како мајстори. Дополнително, најголемиот дел од испитаниците живеат и практикуваат во урбани средини. Овој спектар на нивоа на вештини ја нагласува важноста на приспособените програми за обука кои се грижат за различните потреби и нивоа на експертиза во заедницата за керамика. Што се однесува до образованието, околу 62% од испитаниците се стекнале со формално образование и најголемиот дел од нив имаат завршено средно образование.





CRAFTS+

Последно, но не и најмалку важно, Одговорите за целниот пазар и пласманот на производите откриваат дека 54,1% од примероците работат на функционална керамика наменета за секојдневна употреба, така што има акцент на практичноста и корисноста во преференциите на потрошувачите. Ова е надолнето со сегментот од 21,6% посветен на сувенири наменети за туристите, што сугерира ниша пазар кој ги угности посетителите кои бараат културни.

Дополнително, 24,3% од примерокот работи со уметничка керамика, што ја нагласува побарувачката за парчиња наменети за изложување во галерии и музеи, што укажува на благодарност за изработката и естетската вредност. Тие одговори одразуваат разновидна база на потрошувачи со различни преференции, нагласувајќи ја важноста да се понуди низа керамички производи за да се задоволат различните сегменти на пазарот и да се зголеми пенетрацијата на пазарот.

Проценка на потребите и компетенциите за обука

Табелата подолу ги илустрира наодите за ставовите, перцепциите, потребите за надградба, преферираните теми за обука и ефективни методи и алатки за учење приспособени на целната група и релевантните коментари по категорија. Се бараше сеопфатно разбирање на гледиштата и барањата на целната публика. Резултатите обезбедуваат детално испитување на нивните потреби и преференции, служејќи како патоказ за развој на прилагодено, насочено кон подобрување на професионалниот развој и поттикнување на иновациите во занаетчискиот сектор.





бр	Точка- Прашање	Просечни резултати	Коментари
1	Вашиот производ/услуга ќе се подобри со подобрување на вашите вештини и знаења за (1=мало влијание, 5=големо влијание)		
1.1	Композитни материјали	3,88 / 5	Генерално, испитаниците гледаат најголем потенцијал за подобрување во аспектите поврзани со новиот дизајн, новата опрема/алатки и технологијата, со малку помал акцент на композитните материјали.
1.2	Нови дизајни	4,22 / 5	
	Нова опрема и алатки	4,22 / 5	
1.3	Технологија (3D печатачи/скенер, CNC, итн.)	4.06 / 5	
1.4	Друго	3,52 / 5	
2	Кој е најдобриот начин да се вклучите во учење на нови вештини или преквалификација, (1=најмалку посакуван, 10=најпосакуван)		
2.1	Е-учење/ Онлајн учење	6,4 /10	Работилниците, вмрежувањето и индивидуалното тренирање/менторство се највисоко оценети, што укажува на предност за интерактивни и искуствени методи на учење.
2.2	Индивидуален коучинг, менторство	7.02/10	
2.3	Студии на случај	6,46/10	
2.4	Вмрежување (семинари, конференции)	7,42/10	
2.5	Мешани програми за обука	7.1/10	
2.6	Работилници	7,72/10	
2.7	Формални курсеви	6,62/10	
2.8	Учебници во печатена форма и печатен материјал	6.1/10	
2.9	Мултимедијална содржина	6,68/10	
3	Најважните потребни вештини и компетенции потребни за развој на бизнисот (1=најмалку потребни, 10=најпотребни)		
3.1	Лидерски способности	7.22/10	Комуникациските вештини, разбирањето на потребите на клиентите и стратешкото планирање се сметаат за најкритични, нагласувајќи ја важноста на пристапите насочени кон клиентите и стратешкото предвидување.
3.2	Финансиски вештини	7,58/10	
3.3	Вештини за донесување одлуки	7,34/10	
3.4	Преземање одговорност и преземање ризик	7,4/10	
3.5	Комуникациски вештини	7,81/10	





CRAFTS+

3.6	Компетенции за тимска работа	7.2/10	
3.7	Одлично познавање на сегашниот бизнис	7,92/10	
3.8	Разбирање на потребите на клиентите	7,94/10	
3.9	Стратешко планирање	7,94/10	
3.10	Преговарачки вештини	7,86/10	
4	Што треба да научите за да станете одржлив бизнис (скала по важност 1=најмал, 10=највисок)		
4.1	Бизнис планови	7,94/10	Маркетингот и промоцијата се појавуваат како највисок приоритет, нагласувајќи го значењето на видливоста на пазарот и ангажманот на клиентите за одржливост.
4.2	Сметководство	7.18/10	
4.3	Правни прашања	7.18/10	
4.4	Маркетинг и промоција	8.04/10	
4.5	Е-продажба	7,9/10	
4.6	Вмрежување	7,62/10	
4.7	Историја и традиција	6,74/10	
4.8	Друго	6,46/10	
5	Главните бариери кои го попречуваат развојот на бизнисот во керамичкиот сектор? (стапка по влијание: 1 = најмало влијание, 10 = најголемо влијание)		
5.1	Правни и административни	7.1/10	Финансиските ограничувања и правните/административните пречки се сметаат за најзначајни пречки, што ја нагласува потребата за поддршка на политиките и соработка во индустријата за справување со овие предизвици.
5.2	Финансиски (недостаток на владини субвенции и достапни банкарски заеми)	7,64/10	
5.3	Недостаток на професионални синдикати и здруженија	6,76/10	
5.4	Недостаток на можности за доживотно учење во керамиката	6,92/10	

Конечно, само 8 од 37 испитаници добиле обука и мнозинството од нив изјавиле дека се/би биле заинтересирани да добијат поддршка за деловни прашања.

Отворени прашања (OQ)





CRAFTS+

OQ1. Ве молиме разгледајте кои се финансиските бариери кои го спречуваат успешен бизнис во керамичкиот сектор. Слободно предлагајте решенија.

- „Поедноставување на регулативата, одржливи практики, фер закони за работни односи, заштита на ИС, трговски договори, достапно финансирање поддршка успех.
- „Правните и административните бариери во керамичкиот сектор вклучуваат сложени регулативи, трошоци за усогласеност со животната средина, ограничувања на работната сила, предизвици за заштита на ИС и трговски бариери. Решенијата вклучуваат поедноставување на регулативите, промовирање на одржливост, правични работни практики, зајакнување на законите за ИС и преговарање за трговски договори“.
- „Регулаторна сложеност, трошоци за усогласеност, еколошки правила, трудови регулативи и трговски бариери.
- „Законската сложеност, трошоците за усогласеност, бирократските пречки и трговските ограничувања го попречуваат успехот. Поедноставете ги регулативите, насочете ги процесите и промовирајте меѓународна соработка за решенија“.
- „Поедноставувањето на регулативите, рационализацијата на административните процеси и промовирањето на меѓународната соработка може да помогне да се надминат овие пречки и да се олесни деловниот успех во керамичкиот сектор.

OQ2. Ве молиме разгледајте кои се финансиските бариери кои го спречуваат успешен бизнис во керамичкиот сектор. Слободно предлагајте решенија.

- „Финансиските бариери во керамичкиот сектор вклучуваат ограничен пристап до капитал за опрема, истражување и проширување, високи оперативни трошоци и недоволно инвестирање во иновации и развој на пазарот“.
- „Финансиските бариери во керамиката вклучуваат ограничен капитал за опрема, истражување, високи оперативни трошоци. Решенија: програми за финансирање, инвестициски стимулации“.
- „Ограничен капитал, високи трошоци, недоволна инвестиција. Решенија: финансиска поддршка, мерки за заштеда на трошоци, инвестициски стимулации“.





CRAFTS+

- „Ограничен пристап до капитал, високи оперативни трошоци и недоволно инвестирање во иновации“
- „Ограничен пристап до капитал за инвестиции во опрема и технологија, високи оперативни трошоци и предизвици во обезбедувањето финансирање за истражување и развој“.

OQ3. Дали зајакнувањето на капацитетите на професионалните синдикати и здруженија на керамика може да го подобри деловното опкружување за керамичарите?

Да, преку застапување за поволни политики и реформи, обезбедување можности за вмрежување и нудење ресурси и поддршка за раст и развој на индустријата.

OQ4. На кој начин можностите за доживотно учење во керамиката може да ви помогнат со вашиот бизнис во керамиката?

- „Ги подобрува вештините, иновативноста, приспособливоста“.
- „Подобре ги вештините, иновациите, приспособливоста, конкурентноста на пазарот и развојот на производите“.
- „Да, преку застапување и поддршка“.
- „Ја поттикнува иновативноста и ги одржува практичарите конкурентни и прилагодливи на промените во индустријата, подобрувајќи ги севкупните деловни перформанси“.
- „Можностите за доживотно учење во керамиката може да им помогнат на бизнисите преку континуирано подобрување на вештините, поттикнување иновации, следење на трендовите во индустријата и подобрување на квалитетот и конкурентноста на производите.“

Профил на испитаниците во Северна Македонија и резултати

Возрасната распределба на испитаниците во истражувањето одразува разновиден опсег во заедницата на керамика. Поголемиот дел од испитаниците спаѓаат во опсегот на возраст од 40 до 50 години, што сочинува 42,86% од учесниците во истражувањето. Оваа демографска веројатност претставува искусни практичари кои се етаблирале во нивните кариери и бараат понатамошен развој и можности во секторот керамика.





CRAFTS+

Возрасната група 25-30 и возрасната група 35-40 сочинуваат по 15,38% од испитаниците, што укажува на значително присуство на помлади до средовечни лица кои активно се занимаваат со керамика. Овие возрасни групи претставуваат спој на новите таленти и професионалци од средината на кариерата кои внесуваат свежи перспективи и енергија во занаетот. За разлика од горенаведената група, која во најголем број случаи се занимава само со керамички занаети, оваа група, веруваме, користи керамички занаети за дополнителна вредност на нивните занаети.

Помал, но забележлив дел, 14,29%, се состои од испитаници на возраст над 50 години, што покажува континуирана посветеност и вклученост во керамиката меѓу поискусните практичари кои придонесуваат со својата експертиза и знаење во заедницата.

Возрасната распределба меѓу испитаниците покажува доминантно присуство во опсегот на возраст од 40-50 години (42,86%), што укажува на значајна застапеност на искусни практичари во керамиката. Корелацијата помеѓу возраста и нивото на вештина може да укаже дека постарите практичари на возраст од 40 до 50 години имале повеќе време да ја усовершат својата изработка и да се етаблираат во индустријата. Спротивно на тоа, помладите практичари можеби се во порана фаза од нивните кариери, истражувајќи ги и унапредувајќи ги своите вештини со ентузијазам и иновации. Оваа меѓугенерациска динамика ја збогатува заедницата на керамика со мешање на традиционалната експертиза со свежи перспективи, обезбедувајќи динамичен и еволутивен пејзаж за занаетот.

Наодите од истражувањето укажуваат на различни средини за живеење и вежбање меѓу керамичарите. Забележителен број, 50% од испитаниците, живеат и практикуваат во урбани средини, како одраз на пристапот до различни пазари, ресурси и културни влијанија кои придонесуваат за керамичката уметност. Спротивно на тоа, 42,86% живеат во урбани средини, но практикуваат во рурални средини, што укажува на предност за потивки, попространи средини погодни за производство на керамика.

Помал дел, 7,14%, живее во рурални средини додека вежба во урбани средини, веројатно искористувајќи ги урбаните пазари за продажба и можности за вмрежување додека уживаат во мирот на руралниот живот за нивниот креативен процес. Овие наоди ја нагласуваат флексибилноста и приспособливоста на практичарите од керамика при изборот на средини кои најдобро ги поддржуваат нивните уметнички процеси и деловни стратегии, нагласувајќи ја важноста на географскиот контекст во обликувањето на нивните занаетчиски и кариерни траектории.





Анкетата ја земаат главно занаетчи и кои се или уметници или се занимаваат со занаетчиско претприемништво. Резултатите покажуваат дека практичарите и живеат во рурални и урбани средини и нивната пракса се заснова на расположливоста на просторот. Сепак, важно е да се напомене дека живеењето и вежбањето во урбаните средини е доминантно.

Она што е очигледно е дека нема многу редовни (професионални) практичари кои се уште се активни. Иако возраста на практичарите се движи од 30-50 години.

Во однос на приходите што ги добиваат од керамичките занаети, резултатите од истражувањето укажуваат дека значително мнозинство, 92,31% од испитаниците, приходот првенствено го остваруваат од други економски активности освен керамиката. Ова откритие нагласува дека за повеќето практичари во керамичкиот сектор, нивниот занает служи како дополнителен извор на приход наместо примарна егзистенција. Ова може да ги одрази предизвиците за постигнување одржлив приход исклучиво од керамички практики, нагласувајќи ја потребата од иницијативи кои ја поддржуваат економската стабилност и раст во оваа област.

Спротивно на тоа, 7,69% од испитаниците се потпираат на нивната керамичка практика како примарен извор на приход. Иако е помал дел, оваа група претставува поединци кои успешно ги воспоставиле своите керамички потфати како остварлива професија. Нивните искуства можат да понудат вредни сознанија за стратегиите за диверзификација и одржливост на приходите во керамичката индустрија, што би можело да им користи на другите кои сакаат да ги зајакнат своите економски основи преку нивниот занает.

За оние чиј примарен приход не доаѓа од керамика, значителен дел, 35,71%, заработуваат меѓу 5% и 10% од својот приход од керамика, што укажува на дополнителна улога во нивното целокупно финансиско портфолио. Слично на тоа, други 35,71% генерираат помеѓу 15% и 25% од нивниот приход од керамика, што укажува на позначаен придонес во нивната заработка. Дополнително, 21,43% од испитаниците остваруваат само 10% до 15% од своите приходи од керамика, додека помала група, 7,14%, заработува нешто повеќе, 25% до 35% од своите керамички активности.

Овие наоди го илустрираат различното потпирање на керамиката како извор на приход кај практичарите, истакнувајќи ја нејзината флексибилност во надополнувањето на другите економски активности. Оваа диверзификација може да ги одразува предизвиците и можностите во керамичкиот сектор, каде што балансирањето на



CRAFTS+

уметничката страст со финансиската стабилност останува приоритет за многу практичари.

Помеѓу практичарите од керамика чиј примарен приход е изведен од керамика, истражувањето открива доминантно потпирање на директната продажба на клиентите, што претставува 61,54% од продажните канали. Оваа директна интеракција со клиентите го нагласува персонализираниот пристап кон маркетинг и продажба на керамика, често вклучува саеми за занаетчиство, посети во студиа или изложби.

Продажбата преку Интернет, исто така, игра значајна улога, при што 15,38% од практичарите користат дигитални платформи за да стигнат до поширок пазар. Овој метод нуди приспособливост и пристапност, овозможувајќи им на занаетчиите да ја покажат и продаваат својата работа на глобално ниво. Галериите служат како уште еден важен продажен канал, подеднакво претставувајќи 15,38% од испитаниците. Соработката со галериите обезбедува изложеност во курирани простори, привлечни за колекционерите и љубителите на уметноста. Само помал дел, 7,69%, се занимава со продажба од бизнис до бизнис, што укажува на партнерства со трговци на мало или големо за комерцијално дистрибуирање на нивната керамика. Ова го покажува недостатокот на разбирање на корпоративната култура и како функционираат бизнисите.

Сепак, овие разновидни продажни канали ги демонстрираат адаптивните стратегии што ги користат лекарите од керамика за да го одржат својот приход, користејќи ги традиционалните и дигиталните патишта за ефективно да стигнат до различни сегменти на клиенти.

Поврзани со нивното ниво на совладување на вештини, резултатите од истражувањето укажуваат на разновиден опсег на експертиза меѓу практичарите од керамика, што одразува динамична заедница во различни фази на развој на вештини. Почетниците сочинуваат 25% од испитаниците, нагласувајќи значајна група на поединци кои се во раните фази на развојот на нивните вештини и веројатно се занимаваат со различни видови занаети наместо керамика.

Испитаниците со средно ниво на вештини, кои сочинуваат 42% од испитаниците, претставуваат најголем сегмент. Оваа група активно се надоврзува на нивните постоечки вештини, барајќи да ги усоврши техниките и да ја прошири својата експертиза. Мајсторите, кои сочинуваат 33% од испитаниците, покажуваат значително присуство на висококвалификувани и искусни практичари во заедницата.





Оваа дистрибуција ја нагласува важноста на приспособените програми за обука и развој кои се однесуваат на специфичните потреби на секое ниво на вештина. Обезбедувањето насочена поддршка за почетници, напредна обука за посредници и можности за мајсторите дополнително да го подобрат својот занает и да ги менторираат другите, ќе поттикне силна, вешти и соработувачка заедница за керамика.

Овој пристап осигурува дека сите практичари, без оглед на нивното сегашно ниво, имаат пристап до ресурсите и можностите неопходни за раст и успех.

Образованието на анкетираниите практичари од керамика открива доминантно потпирање на неформалното образование, при што 77% од испитаниците посочиле дека ги стекнале своите вештини преку неформални средства како што се стажирање, работилници или самоучење. Ова ја нагласува значајната улога на искуственото и практичното учење во керамичкиот сектор, што укажува на потреба од попристапни и структурирани образовни можности за формализирање и подобрување на овие вештини. Настрана од вештините поврзани со керамиката, веруваме дека им треба образование поврзано со бизнисот бидејќи сите тие се поединци наместо да се обидуваат да основаат ентитети.

Меѓу 23% од практичарите кои добиле формално образование, мнозинството, 64%, имаат средно образование, додека 36% имаат завршено високо образование. Оваа дистрибуција покажува дека додека некои практичари се занимаваат со напредни академски квалификации, значителен број сè уште се потпираат на средното образование како највисоко ниво на формална обука.

Разликата помеѓу неформалното и формалното образование ја нагласува важноста од развивање сеопфатни програми за обука кои се грижат за различни образовни средини. Подобрувањето на формалните образовни патеки и нивно интегрирање со практични, неформални искуства за учење би можело да го премости јазот, обезбедувајќи добро заокружена основа и за аспиранти и за постоечки практичари од керамика, истовремено фокусирајќи се на развој на деловни субјекти.

Целниот пазар во секторот керамика е првенствено фокусиран на функционална керамика, која сочинува 54% од пазарот. Функционалната керамика вклучува предмети како што се садови, садови за готвење и други утилитарни предмети кои се и естетски пријатни и практични. Овој значаен дел ја одразува големата побарувачка за секојдневни керамички производи кои комбинираат функционалност со уметнички





CRAFTS+

дизајн, привлечни за широката публика која бара квалитет и корисност во своите предмети за домаќинството.

Уметничката керамика сочинува 31% од пазарот, што претставува значителен интерес за уникатни, рачно изработени парчиња кои служат како декоративна уметност. Овие предмети често вклучуваат скулптури, вазни и нарачани парчиња кои ја прикажуваат изработката и креативноста на уметникот, привлекувајќи колекционери и уметнички ентузијастички кои ја ценат оригиналноста и уметничкото изразување.

И на крај, сувенирите што им се продаваат на туристи сочинуваат 15% од пазарот.

Овие производи обично вклучуваат мали, достапни предмети кои ја доловуваат суштината на локалната култура и наследство, привлечни за посетителите кои сакаат да понесат дома опиплив спомен од нивните патувања. Овој сегмент, иако помал, игра клучна улога во промовирањето на локалната култура и поддршката на економијата преку туризмот.

Проценка на потребите и компетенциите за обука

Поврзани со вештините потребни за да го подобрат својот производ, испитаниците покажале интерес за материјалот, опремата и дизајнот.

Композитните материјали беа истакнати поради нивниот потенцијал да иновираат традиционална керамичка изработка, нудејќи издржливост и нови естетски можности. Акцентот на новите дизајни ја нагласува желбата да се освежат производните линии и ефективно да се задоволат преференциите на потрошувачите кои се развиваат. Слично на тоа, инвестирањето во нова опрема и алатки се појавија како критични за подобрување на ефикасноста и прецизноста на производството.

Технологијата, вклучително и напредните производствени алатки како 3D печатачи и CNC машините, беше идентификувана како клучна за рационализација на процесите на дизајнирање и подобрување на целокупниот работен тек. Овие технолошки достигнувања се сметаат за суштински за одржување на конкурентноста и задоволување на современите барања на пазарот.

Со фокусирање на овие области идентификувани во истражувањето, практичарите на керамички занаети можат стратешки да ги подобрат своите вештини и способности, осигурувајќи дека ќе останат во првите редови на иновациите во индустријата додека ги исполнуваат очекувањата на современите потрошувачи.

Поврзани со подобрувањето на моделот за тоа како го водат својот бизнис, тие изразија подготвеност ефикасно да се вклучат во учењето нови вештини или повторното





усовршување во керамичкиот сектор, работилниците се највисоки оценети со 8,9, што укажува на силна предност за практично, интерактивно учење. Вмрежувањето преку семинари и конференции следи внимателно на 8.7, нагласувајќи ја вредноста на поврзувањето со врсниците и индустриските експерти за споделување на знаење и соработка. И индивидуалните програми за обука или менторство и комбинираните програми за обука се подеднакво фаворизирани, секоја оценета со 8, што ја нагласува важноста на персонализираното водство и мешавината на модалитети на учење. Формалните курсеви, со рејтинг од 6,7, обезбедуваат структурирано образование, но се помалку претпочитани во споредба со повеќе интерактивни методи. Мултимедијалните содржини (6.1) и печатените учебници и печатениот материјал (6) нудат дополнителни ресурси за учење, иако помалку атрактивни опции. Електронското учење или онлајн учењето е умерено фаворизирано со 5,7, а студиите на случај, оценети со 5,2, се најмалку претпочитани, што укажува на помал интерес за теоретски примери во споредба со практичните, директни искуства за учење.

За да се поттикне развојот на бизнисот во керамичкиот сектор, неопходни се неколку вештини и компетенции. Разбирањето на потребите на клиентите е највисоко рангирано со 8,6, нагласувајќи ја неопходноста од усогласување на производите и услугите со барањата на пазарот. Одличното познавање на тековното деловно опкружување, оценето со 8,4, е критично за да останете конкурентни и информирани. Финансиските вештини, оценети со 8,2, се клучни за ефективно буџетирање и финансиско управување. И комуникациските и преговарачките вештини се високо ценети со 8, што е од витално значење за градење односи и обезбедување поволни услови. Стратешкото планирање, со оценка 7,6, ја нагласува важноста на долгорочната визија и насока. Вештините за донесување одлуки, компетенциите за тимска работа и способноста за преземање одговорност и преземање ризици, сите оценети со 7,5, ја истакнуваат потребата за кохезивна соработка и здраво расудување. И на крај, лидерските вештини, оценети со 6,1, се важни за водење на тимови и поттикнување деловни иницијативи, иако малку помалку критични во споредба со другите компетенции.

Учењето да развигате сеопфатни деловни планови и совладувањето на маркетингот и промоцијата се високо оценети со 8,6, нагласувајќи ја важноста на стратешкото планирање и ефективната комуникација за привлекување и задржување клиенти. Е-продажбата, со рејтинг од 7,8, ја нагласува потребата од можности за онлајн продажба за да се стигне до пошироки пазари. Разбирањето на правните прашања (7.7) обезбедува усогласеност и го штити бизнисот од правни стапици. Вмрежувањето, оценето со 7,5, е од суштинско значење за градење односи и можности во индустријата. Сметководственото знаење, со оцена 6,2, ја обезбедува финансиската писменост потребна за добро фискално управување. Изненадувачки, најголема важност се става на разбирањето на историјата и традицијата, оценети со 10, што ја одразува длабоката





CRAFTS+

вредност што се става на културното наследство и неговата улога во изработката на автентични, значајни керамички производи кои резонираат со клиентите и го почитуваат наследството на занаетот.

Развојот на бизнисите во керамичкиот сектор се соочува со неколку значајни бариери. Правните и административните пречки, оценети со 6, имаат умерено влијание, што покажува дека сложеноста на регулативата и бирократските процеси може да го попречат деловното работење. Финансиските бариери се поитни, со рејтинг од 7,2, што го одразува значителното влијание на ограничените државни субвенции и недостапните банкарски заеми, кои ја ограничуваат финансиската стабилност и потенцијалот за раст на бизнисите со керамика. Отсуството на професионални синдикати и здруженија, оценети со 5,6, исто така го попречува развојот со ограничување на можностите за застапување, вмрежување и колективно договарање за практичарите. Дополнително, недостатокот на можности за доживотно учење во керамиката, оценет со 6, ја нагласува потребата за континуиран развој на вештини и професионално образование за да се остане во чекор со техниките што се развиваат и барањата на пазарот.

Испитаниците го коментираат отвореното прашање за бариерите поврзани со претприемништвото:

- сложени закони поврзани со регистрација на бизнис;
- сложен процес за одржување на мал бизнис;
- недостаток на јасни процедури за регистрација на бизнисот и многу администрација за нововработените;
- бавен процес за водење бизнис со јавната администрација
- недостаток на IP заштита;
- комплексни прописи поврзани со производството, еколошки стандарди, безбедносни протоколи и оданочување. Навигацијата по овие барања може да одзема време и скапо.

Во врска со финансиските бариери кои ги спречија да отворат правно лице, испитаниците истакнаа:

- високи даноци; нема стимулации за поединци да започнат бизнис; нема стимулации за нови вработени
- банките не сакаат да даваат заеми;
- даноците се високи за малите бизниси премногу парафискални плаќања.
- недостаток на кредити за нови бизниси





CRAFTS+

- недостаток на пристап до владини грантови
- Усогласеноста со даноците и барањата за известување може да бидат оптоварени за малите бизниси.
- Сложените даночни закони и регулативи може да бараат ангажирање стручна помош, со што се зголемуваат оперативните трошоци.
- Капитални трошоци, трошоци за сировини, флуктуации на пазарот, конкуренција, оперативни општи трошоци.

Испитаниците напоменаа дека им треба здружение или комора која може да им пружи поддршка, а особено да се застапува за овие потреби, да обезбеди правни насоки и помош со владината администрација во врска со водење бизнис. Исто така, тие напоменаа дека поддршката може да се обезбеди и преку работилници и споделување на знаење како дел од процесот на доживотно учење. Занаетчиската комора во моментот нема капацитет да помогне во горенаведените потреби. Во врска со државните заеми, беше споменато дека нема грантови или заеми кои се однесуваат на потребите на лекарите од керамички занаети. Дури и малите/микро заемите кои треба да помогнат во започнување бизнис не се постојано проценливи.

Како заклучок, иднината на курсевите за обука за занаетчи на керамика треба да биде прилагодена за да се приспособат на различните демографија, нивоа на вештини и економски аспирации забележани меѓу испитаниците. Курсевите треба да имаат приоритет за развој на практични вештини усогласени со побарувачката на пазарот, да поттикнуваат размена на знаење меѓу генерациите за да ја искористат експертизата на искусни практичари и да интегрираат иновативни пристапи за да им се допаднат на помладите генерации. Акцентот треба да се стави на претприемништвото, маркетингот и деловната острина заедно со уметничката и техничката обука, обезбедувајќи дека керамичките занаетчи се опремени не само да создаваат исклучителна уметност, туку и да напредуваат како одржливи претприемачи во динамичен глобален пејзаж. Со решавање на овие клучни сознанија, програмите за обука можат ефективно да го поддржат растот, иновациите и долговечноста на керамичката уметност, зачувувајќи го културното наследство притоа прифаќајќи ги современите трендови и можности.





4.3 Интервјуа

4.3.1 Грција

Во Грција беа спроведени вкупно 3 интервјуа со 2 претприемачи во керамичкиот сектор и едукатор со длабоко познавање на моменталната состојба на релевантната понуда на образование во Грција (формална и неформална обука) и потребите за подобрување на вештините во секторот. Преку интервјуата со тематска анализа со избирање на цитати како анонимни, се појавија следните клучни теми кои ги одразуваат специфичните потреби за обука во секторот занаетчиство и керамика, за уметници и аматери кои сакаат да генерираат приход, но и за возрасни обучувачи кои работат со овие профили.

Комуникација, соработка и вмрежување: Ефективната комуникација вклучува јасно пренесување на идеите и внимателно слушање на другите. Во контекст на занаетчиските бизниси, претприемачите треба да комуницираат со клиентите за да ги разберат нивните потреби и преференци, со добавувачите да преговараат за условите и цените и со вработените или партнерите за да обезбедат непречено работење. Соработката подразбира соработка со другите за да се постигнат заеднички цели. Во занаетчиските бизниси, соработката може да вклучува партнерство со други занаетчии за создавање уникатни производи, здружување со локални продавници или онлајн платформи за дистрибуција или соработка со уметници или дизајнери за нови идеи за производи. Преку соработката, претприемачите можат да користат дополнителни вештини и ресурси, да го прошират својот досег и да пристапат до нови пазари. Вмрежувањето и соработката со бизниси и други уметници е исто така од витално значење за зголемување на видливоста и досегот на уметничките дела до целната публика. Вмрежувањето вклучува градење и одржување на односи со поединци и организации во и надвор од занаетчиската индустрија. Ова вклучува присуство на настани во индустријата, приклучување кон професионални здруженија и ангажирање со врсници и ментори. Вмрежувањето им помага на претприемачите да останат ажурирани за трендовите во индустријата, да добијат вредни сознанија и совети и да ги идентификуваат потенцијалните можности за партнерства, соработки или бизнис раст. Следниве цитати извлечени од сценаријата за интервју, ја прикажуваат потребата да се развие овој сет на вештини:

- „Откако основав сопствена галерија, почнав да соработувам со музејски продавници и уметнички простори кои го прикажуваат мојот занает на различни начини, така што луѓето се вклучуваат во процесот на оваа уметност, што е навистина важно“.
- „Тоа е доста важно, може да ви отвори начини да видите нови работи што не сте ги виделе досега и нови техники. Дефинитивно треба да има круг, личен или професионален, со луѓе со исти интереси. Во мојот случај, во неколку проекти што ми се појавија на патот, многу пати сум работел со пријатели кои имаат „знаење“ во други области и секој можеше да даде свој придонес за да можеме да работиме заедно..... конечно да го направиме тоа совршено.“





- „Младите керамичари можат да најдат можности за соработка така што излегуваат, запознаваат луѓе, одат на вистинските места, одат во студија за керамика, почнуваат да разговараат со луѓе во индустријата, одат да ја видат ликовната уметност, да одат на изложби. Бев во странство многу години, но во последните неколку години откако се вратив во Грција, ми пристапија други луѓе поради мојата вклученост, плус луѓе што ги познавав претходно, кои ме запознаа со други луѓе. Ако некој е сам и сака нешто повеќе насочено, може да оди на курс по керамика, сигурно оттаму полесно може да запознае други луѓе и луѓе со ист интерес“.
- „Многу е важно да се најдат партнери и да се канализира работата и активностите што треба да се направат за нешто да функционира професионално. Инвестирајте во добар и функционален тим“.

Управување со логистика и финансиски аспекти: Како што беше откриено за време на истражувањето „...исто така морам да ги земам предвид работите како логистика, намалување на приходите - трошоците, што треба да имам „толку“ приходи за да го покријам моето студио итн.“ Логистиката вклучува ефикасно управување со протокот на материјали, производи и информации низ синџирот на снабдување. За занаетчиските бизниси, логистиката вклучува набавка на сировини, организирање на производствени процеси и обезбедување навремена испорака до клиентите. и конкурентност. Покрај тоа, финансиските вештини се од суштинско значење за буџетирање, предвидување и управување со финансиските аспекти на бизнисот.. Неопходно е да се биде способен да се разберат основните финансиски извештаи и да се зајакне финансиската свесност. Би било корисно за практичарите и претприемачите да присуствуваат на основен сметководствен семинар за подобро да ги разберат овие поими, со поддршка од професионален сметководител за нивните деловни активности: „Менаџерските и финансиските вештини се доста важни во секторот“, „Секако би го советува да најде добар сметководител кој ќе објасни како треба да се прават работите и добар тим кој професионално ќе го поддржи, па дури и да присуствува на едноставен сметководствен семинар за претприемачи“. Сепак, исто така беше откриено дека уметниците треба да размислуваат за дополнителни приливи на приходи како додаток за нивниот приход: „луѓето не треба да очекуваат дека ќе можат да живеат од керамика, на пример. Ќе треба да бидат претпазливи и да работат многу. На крајот ќе излезе посакуваниот резултат, но треба да размислат за финансиска поддршка од нивните семејства (доколку почнуваат на млада возраст) или друга работа. Потребно е трпение, упорност и... енергија! Трошоците и времето потребно се огромни.“

Дигитален маркетинг и брендирање: Дигиталниот маркетинг и брендирањето се моќна алатка за допирање на потенцијални клиенти и соработници и промовирање на бизнис со керамика: „да бидам искрен, не следам многу од она што го прави некој, освен одредени поединци на кои ми се допаѓа нивната работа и ги следам преку нивните дигитални канали“, „Многу е позитивно да се има идеја за тоа како функционира сè, исто така да се има јасен план во неговиот ум, да се троши време на добри слики од



неговата работа и на социјалните мрежи. Делот од социјалните мрежи е многу важен. И јас не го правам тоа премногу, но речиси сите мои клиенти дојдоа од таму.“, „Вистината е, ако правиш нешто, а никој никогаш не го видел, тоа е како никогаш да не се случило. Важно е луѓето да видат што правите. Мора да бидете активни и да ја промовирате вашата работа на убав начин пред јавноста.“

Додека дигиталниот маркетинг вклучува создавање стратегија што ќе се користи преку дигитални канали, како што се страниците на социјалните медиуми и кампањите за е-пошта, важно е да се поврзе и да се пренесе брендот на привлечен начин за целната публика: „Повеќе е да се размислува за тоа што приказна“ зад она што го правите е. Луѓето навистина сакаат да видат дека има приказна зад ставката и дека некој сака да каже нешто со неа.“, „Тоа игра важна улога. Дури и керамичарите да ја продаваат својата креација преку социјалните мрежи, гледаме дека обично најуспешните го прикажуваат процесот преку дигитални канали за луѓето да го видат и да добијат нешто назад од уметникот“.

Сепак, беше истакнато и дека „Целата стратегија на социјалните мрежи е во ред да го направите тоа сами на почетокот, но подоцна треба да најдете некој кој ќе го направи тоа професионално, што е тешко. Секој човек треба да ја намали својата енергија на она во што е добар. На почетокот има смисла да се направи се, иако во иднина тоа е премногу.

Зелени практики, нови материјали и алатки: Фокусот на одржливоста отсекогаш водел до изнаоѓање нов материјал и алатки за трансформирање на сегашните практики. Се развиваат нови еколошки керамички материјали, како што се оние добиени од обновливи извори или рециклирани материјали, или направени со дигитално печатење инкџет, кое може да репродуцира многу широк опсег на површини. Слично на тоа, неодамнешните технолошки достигнувања внесуваат новини во уметничките практики ширум светот и централен предизвик за едукаторите и практичарите е „Знаењето за постојаното обновување на технологијата и сродните алатки, потребата од создавање нови утилитарни и украсни производи“. и „Справувањето со обработка на глина, уметност и примитивни техники бара познавање на однесувањето и соодветноста на материјалот, посветеност и пред се љубов кон предметот“.

Како што е наведено во интервјуата: „Револуцијата во електрониката и информатичката технологија, која го автоматизираше производството, доведе до четвртата индустриска револуција, базирана на дигитални, алгоритми, интернет, големи податоци, анализа во реално време и ги обединува сите технологии, роботиката, вештачка интелигенција, генетика, биотехнологија, молекуларна биологија, нанотехнологија, 3D печатење, замаглување на границите помеѓу физичкото, дигиталното, биолошкото“.

Стратегија за продажба: Една од првите одлуки што треба да ги донесе еден занаетчија е видот на производите што треба да се понудат, земајќи ги предвид факторите како што се вашата целна публика, опсегот на цените и производствените способности при изборот на опсегот на производи: „Првата работа е да имате чист ум што правам, зошто го правам, кого целим, кој друг прави нешто слично како моето, во деловниот дел, колку



го продаваат и колку јас го продавам“. Обликувањето на атрактивно раскажување може да ја зголеми продажбата и признавањето на нечие уметничко дело: „мора да најдете нешто што можете да го продадете... Тоа што го правам е нешто уникатно, не го правам истиот тип на керамика. Односно, и стилот и дизајните се нешто што ме вади „од кутијата“. Тоа е голема конкурентска предност. Работите би биле многу поинакви доколку би правел традиционална керамика.... она што го правиш, некако мора да се истакне“. Исто така, клучно е да се следат трендовите во индустријата и преференциите на клиентите: „Кога правиш нешто за да продадеш, се работи за она што е во тренд во тоа време“.

Потребата од обезбедување можности за едукација и обука на занаетчиите за професионален напредок се појави и при интервјуата. Беше објавено дека многу уметници главно учат преку искуство, сами или за оние кои посетуваат одреден курс/програма, структурата на обуката не одговара на потребите на практичарите за да ја подобрат нивната креативност, да учат од колеги студенти и да соработуваат. „Јас не научив уметност од наставник..... се зачленив во училиште, каде што, за жал, не им даде можност на сите да создадат нешто различно - сите го правевме истото и така, во основа никој не можеше да учи од лице до нив. Значи, мислам дека не можам да му заслужам на едно лице што ме научи на мојот занает; тоа е нешто што го развив сам“. Исто така, нема можности за формално образование бидејќи „Не постои таква програма во академска средина“ и „Во странските академски институции има многу интересни. Во Грција (и на Балканот) нема основни студии“. Што се однесува до структурата на гореспоменатите програми: „Наставните програми треба да вклучуваат доволно теоретска и практична обука. Не постои магичен начин“.

Сепак, исто така беше забележано дека да се биде талентиран може да го неутрализира отсуството на формално/неформално образование бидејќи „генерално кажано, некој можеби никогаш не студирал уметност и е неверојатен уметник, или некој можеби има направено десетици студии и не е талентиран, НО знае како да создаваш уметност - и јас го почитувам тоа“ и да се има простор за студио/работилница е важно за вежбање и напредок. Ова го нагласува и еден соговорник со релевантно образование: „Завршив ликовни уметности... Сум правел други студии за слични работи, но и програмирање, роботика итн. Јас сум главно самоук. Студиите беа таму, но сам го научив она што најмногу го научив“.

Последно, но не и најмалку важно, потребата за модернизација на деловните практики во комбинација со зајакнување на стручното стручно образование и обука и образованието на возрасни беше исто така нагласена за време на интервјуата, како споредба на најсовремената состојба во другите земји-членки на ЕУ. Поточно, беше споменато дека: „Огромното мнозинство на компании/претприемачи во керамичкиот сектор во Грција користат традиционални техники, со големо заостанување во модернизацијата. Поради оваа причина, нивните производи се главно декоративни. Нивниот производствен процес, нивото на организација и нивниот менталитет го отежнуваат приспособувањето кон новото увезено знаење, особено за производство на



утилитарни производи, кои се од поголем економски интерес. Недостигот од знаење и континуирана обука на занаетчиите често доведува до едноставно копирање, што резултира со зголемена конкуренција. Во исто време, другите европски земји, како Италија, Британија, Шпанија и Португалија, имаат многу подобро организиран сектор за керамика. На пример, Шпанија и Португалија, исто така две земји на југот на Европа, имаат поиндустриски развиен сектор со многу големо производство. Исто така, во овие земји, секторот за керамика е постојано поддржан од јавната политика преку јавното образование, универзитетите, СОО (Стручно образование и обука) и други институции“.

4.3.2 Северна Македонија

Во Северна Македонија беа спроведени вкупно пет интервјуа, во кои беа вклучени професионалци, поединци, од секторот керамика, како и обучувачи кои работат со млади луѓе. Овие испитаници беа избрани врз основа на нивното широко познавање од керамичките занаети, како и нивната свест за тековните потреби во секторот поврзан со образование и обука.

Испитаниците ги истакнаа областите на кои им требаше најмногу работа и за кои имаше празнина во обуката за керамички занаети. Со оглед на одговорите што ги добивме од истражувањето, анализата беше фокусирана на подполињата за деловно претприемништво и се фокусираше на воспоставување стартап во керамичките занаети.

Комуникација, соработка и вмрежување:

Евидентен е недостатокот на обуки за меки вештини во средните училишта како комуникација и соработка. Овие две компоненти се клучни за воспоставување бизнис, како и се разликуваат од лошата и одличната продажба. Во бизнисот со керамика, претприемачите мора да бидат способни да ги разберат уметничките преференции на клиентите.

Во многу класи, керамичките занаетчиите соработуваат со други занаетчиите кои пак создаваат уникатни производи. Покрај тоа, од неуметничка страна, занаетчиите треба да соработуваат со локални продавници или онлајн платформи за дистрибуција што бара комуникациски и мрежни вештини. Ова им помага на претприемачите да ги искористат дополнителните вештини, да го прошират својот досег и да пристапат до нови пазари.

Вмрежувањето е од суштинско значење за зголемување на видливоста и достигнување на целната публика. Занаетчиите на овој начин градат и одржуваат односи со поединци и организации и во и надвор од занаетчиската индустрија. Од клучно значење за занаетчиите е да присуствуваат на настани во индустријата, да се приклучуваат на професионални здруженија и да се вклучат со врсниците и менторите. Ефективното





CRAFTS+

вмрежување ги одржува претприемачите информирани за трендовите во индустријата, обезбедува вредни сознанија и совети и ги открива потенцијалните можности за партнерства, соработки или развој на бизнисот.

Управување со набавки, логистика и финансиски прашања: Истражувањето ја истакна важноста на логистиката и финансискиот менаџмент за керамичките занаетчи. Секој занаетчија поседува работен простор или барем споделува со друг занаетчија. Ова повлекува постојани резерви, организација на просторот, сметки за просторот итн. ова спаѓа во финансискиот менаџмент како широка област. Со оглед на ограничувањата на просторот, занаетчиите рекоа дека им треба ефикасно управување со протокот на материјали, производи и информации низ синџирот на снабдување. Синџирот на снабдување подразбира следење на процесот на набавка на сировини, организирање на производствените процеси и испорака до клиентите, притоа минимизирајќи ги трошоците, намалување на одложувањата и оптимизирање на нивоата на залихи итн.

Покрај тоа, финансиските вештини се клучни за буџетирање, предвидување и управување со финансиските аспекти на бизнисот. Разбирањето на готовинскиот тек, профитните маржи и стратегиите за цени им помага да се осигураат дека ќе останат профитабилни. Затоа, финансиската писменост е од суштинско значење.

Дигитален маркетинг и брендирање: Занаетчиите се свесни дека дигиталниот маркетинг и брендирањето се суштински алатки за допирање на потенцијални клиенти и соработници. Ова важи и за промоција на нивниот бизнис со керамика. Иако керамичките занаети во многу случаи бараат посета на продавницата, многу важен аспект се социјалните мрежи бидејќи ги носат клиентите во продавницата.

Дигиталниот маркетинг вклучува, според нивното разбирање, креирање стратегии за дигитални канали како што се страници на социјалните медиуми и е-пошта кампањи, како и поврзување и пренесување на брендот до целната публика. Она што е клучно е приказната по производот, инспирацијата и процесот на кој тој е подложен.

Зелени практики, нови материјали и алатки: Занаетчиите одговорија дека се свесни дека трендот се движи кон усвојување на нови материјали и алатки за трансформирање на традиционалните практики. Ова особено се фокусира на користење на еколошки керамички материјали - обновливи материјали, рециклирана глина и адитиви. Тие го разбираат технолошкиот напредок, но трошоците со кои доаѓаат претставуваат предизвик за практичарите, но и за едукаторите.

Тие се свесни дека потребата да се биде во тек со технологијата и новите материјали, но пазарната големина не дозволува поголеми инвестиции. Повратот на инвестицијата е многу низок, затоа не можат сами да инвестираат.

Стратегија за продажба: Продажбата, како што напоменаа испитаниците, зависи од купувачите, видот на производот, местото и начинот на продажба. Занаетчиите своето производство го планираат врз основа на потенцијалот за продажба и максималната





цена. Во повеќето случаи, занаетчиите би имале залиха од традиционална керамика што можат да ја продаваат на туристите, како и производи што ќе ги продаваат на други клиенти кои ги претпочитаат пофункционални или уметнички занаети. Поголемиот дел од нивното знаење доаѓа од искуство од прва рака, како и само-мислење преку онлајн курсеви за продажба. Тие истакнаа дека образованието ги опремува со знаење и прагови во керамичките занаети, но не и во продажбата, маркетингот итн. Во формалното образование нема можност за овие вештини. Испитаниците изразија дека стручното образование треба да се реформира и тоа треба да ги вклучи уметничките училишта кои не се дел од системот за стручно образование и обука. Тие прецизираа дека не постои паралелна образовна компонента која може да ги подготви студентите да учат и да бидат вешти во бизнисот, односно да ги вложат своите вештини во бизнисот.

На крајот, испитаниците го споменаа незадоволството од структурата на формалниот образовен систем во Северна Македонија. Гимназијата ги обучува да станат скулптори, додека нивните вештини во занаетите се развиваат преку повеќе алтернативни патишта за вештини. Покрај тоа, пазарот ја диктира креативноста на керамичарите поради недостиг на поддршка од институциите. Затоа, пазарот е преплавен со украсни занаети со традиционални мотиви кои се продаваат на туристи. Доколку имаат постојана поддршка од раководните тела, тие би биле повеќе склони да создаваат повеќе уметнички и покреативни дела воопшто.

5. Дискусија за резултатите од истражувањето

Истражувањето на добри практики и иницијативи во секторот занаетчиство и керамика нуди вредни сознанија за ефективни пристапи за образование, обука и претприемачки потфати. Идентификувањето на примерни практики и иновативни иницијативи за претприемништво прикажува разновиден опсег на стратегии и модели кои придонесуваат за унапредување на полето. Иницијативите како Ceramics in Europe и TeachinArt ја демонстрираат моќта на онлајн платформите во демократизирањето на пристапот до образованието и поттикнувањето на глобалната соработка меѓу керамичарите. Овие иницијативи ја користат технологијата за да создадат сеопфатни средини за учење, обезбедувајќи мноштво ресурси и можности за развој на вештини и претприемништво. Слично на тоа, Керамичкото училиште и Коркодилос го прикажуваат спојувањето на традиционалната изработка со современите педагошки методи, нудејќи извонредни и динамични образовни искуства кои одговараат на различни потреби за учење. Преку прифаќање на иновациите и соработката, овие иницијативи не само што ги подобруваат вештините и знаењето на практичарите од керамика, туку придонесуваат и за одржливост и раст на индустријата.

Понатаму, истакнатите иницијативи за претприемништво, како што се Threesome Ceramics и Elektra Ceramics, го нагласуваат пресекот на уметничката креативност и





деловната острина во секторот керамика. Овие иницијативи покажуваат како индивидуалната страст и талент може да се трансформираат во успешни потфати кои не само што придонесуваат за економски просперитет, туку и промовираат уметничко изразување и културно збогатување. Преку иновативни деловни модели и стратешки маркетинг напори, овие иницијативи привлекуваат широка публика на ентузијастички клиенти, поттикнувајќи жив екосистем на креативност и трговија. Дополнително, акцентот на одржливоста и ангажманот на заедницата, како во случајот со Visalo Ceramics и Serene Home, ја одразува растечката свест за еколошката и социјалната одговорност во индустријата. Овие иницијативи даваат приоритет на етичките практики и свесниот консумеризам, усогласувајќи се со пошироките општествени вредности и аспирации за поодржлива иднина. Генерално, интеграцијата на добри практики и иницијативи за претприемништво ја нагласува повеќеслојната природа на керамичкиот сектор и различните можности за иновации, соработка и раст.

Следно, податоците од истражувањето даваат сеопфатен преглед на демографијата, нивоата на вештини и преференциите во заедницата за керамика, фрлајќи светлина врз различните потреби и компетенции на практичарите во секторот. Со оглед на тоа што мнозинството од испитаниците се идентификуваат како жени, податоците ја нагласуваат родовата разновидност во заедницата, одразувајќи широк спектар на перспективи и искуства. Дополнително, возрасната распределба открива концентрација на испитаници во опсегот на возраст од 25-40 години, со забележителна застапеност од постарите возрасни групи, со акцент на меѓугенерациското учество и размената на знаење во заедницата.

Понатаму, истражувањето ги нагласува различните извори на приход меѓу испитаниците, при што значителен дел произлегуваат од други економски активности, а не само од практиката на керамика. Оваа разновидност во изворите на приходи ја одразува повеќеслојната природа на кариерите во керамичкиот сектор, што укажува на потребата од програми за обука кои се однесуваат и на уметничките и на претприемачките вештини. Покрај тоа, распределбата на нивоата на изработка меѓу испитаниците, почнувајќи од почетници до мајстори, ја нагласува важноста на приспособените програми за обука кои се грижат за различните нивоа на вештини и експертиза во заедницата.

Во однос на преференциите на пазарот, истражувањето открива зголемена побарувачка за функционална керамика наменета за секојдневна употреба, како и уметничка керамика наменета за галерии и музеи. Оваа разновидност во пласманот на производите ја нагласува важноста да се понуди низа керамички производи за да се задоволат различните пазарни сегменти и да се зголеми пенетрацијата на пазарот. Дополнително, податоците од истражувањето ги идентификуваат клучните области за подобрување и развој на вештини, вклучувајќи нови дизајни, усвојување технологија и маркетинг стратегии, што укажува на желба за континуирано учење и иновации во секторот.



И на крај, одговорите на отворените прашања за финансиските бариери и улогата на професионалните здруженија во подобрувањето на деловното опкружување даваат драгоцени сознанија за предизвиците и можностите со кои се соочуваат практичарите од керамика. Предлозите за регулаторно поедноставување, одржливи практики и финансиска поддршка ја нагласуваат потребата од реформи во политиките и соработка во индустријата за да се решат системските бариери за успех. Слично на тоа, признавањето на можностите за доживотно учење за подобрување на вештините, поттикнување иновации и подобрување на конкурентноста на бизнисот ја нагласува важноста на тековното образование и професионален развој во заедницата за керамика.

Коментирајќи ги резултатите од полуструктурирани интервјуа, беа откриени неколку клучни теми кои ги нагласуваат специфичните потреби за обука во занаетчиската и керамичката индустрија. Овие теми ги одразуваат не само барањата за уметниците и аматерите кои сакаат да генерираат приход, туку и основните вештини за обучувачите за возрасни кои работат со овие профили.

✓ Комуникација, соработка и вмрежување:

Ефективната комуникација и соработка се најважни за успех во занаетчиските бизниси. Претприемачите мора ефективно да комуницираат со клиентите, добавувачите и партнерите. Соработката со други занаетчи, локални продавници или онлајн платформи може да доведе до уникатни понуди на производи и пристап до нови пазари. Вмрежувањето игра клучна улога за да останете ажурирани за трендовите во индустријата, да стекнете сознанија и да ги идентификувате можностите за раст. Интервјуата ја истакна важноста на соработката за видливост и ангажман со целната публика.

✓ Управување со логистика и финансиски аспекти:

Ефикасното управување со логистиката, вклучувајќи набавка на материјали и организирање на производствените процеси, е од суштинско значење за занаетчиските бизниси. Финансиските вештини се клучни за буџетирање, предвидување и управување со деловните финансии. Интервјуата ја нагласија потребата претприемачите да го разберат готовинскиот тек, профитните маржи и стратегиите за цени. Дополнително, беа предложени основни сметководствени знаења и соработка со професионални сметководители за да се обезбеди финансиска одржливост.

✓ Дигитален маркетинг и брендирање:

Дигиталниот маркетинг и брендирањето се моќни алатки за допирање на потенцијални клиенти и промоција на бизниси со керамика. Создавањето дигитално присуство преку социјалните медиуми и прикажувањето уметнички дела на интернет може да привлече



CRAFTS+

клиенти и соработници. Важно е уметниците ефективно да ја пренесат својата приказна за брендот и да инвестираат време во висококвалитетна визуелна содржина. Иако првичното самоуправување со социјалните медиуми може да биде доволно, соработката со професионалци за експертиза за дигитален маркетинг може да даде подобри резултати како што расте бизнисот.

✓ Зелени практики, нови материјали и алатки:

Фокусот на одржливост ги поттикнува иновациите во материјалите и техниките во керамичкиот сектор. Уметниците и практичарите треба да останат ажурирани за новите еколошки материјали и технолошкиот напредок. Познавањето на најновите алатки и практики, во комбинација со посветеноста и љубовта кон занаетот, е од суштинско значење за прилагодување на промените во индустријата.

✓ Стратегија за продажба:

Практичарите на занаетчиството мора стратешки да избираат производи врз основа на преференциите на целната публика и трендовите во индустријата. Нудењето уникатни производи и изработката на привлечни приказни за брендови може да ја зголеми продажбата и препознатливоста. Интервјуата ја истакнаа важноста од разбирање на трендовите на пазарот и да се биде иновативен во понудата на производи.

✓ Можности за образование и обука:

Постои јасна потреба од образовни и тренинг програми прилагодени на потребите на практичарите од керамика во Грција. Додека многу уметници учат преку искуство или самоучење, недостигаат структурирани програми за обука кои нудат и теоретски и практични компоненти. Беше забележано отсуството на можности за формално образование во двете земји во споредба со другите европски земји, што ја истакна потребата од модернизација и зајакнување на програмите за стручно образование и обука (COO).

Генерално, интервјуата ја истакна важноста од континуирано учење, соработка и прилагодување кон современите деловни практики за успех во секторот за керамика во Грција. Решавањето на овие потреби за обука може да придонесе за раст и одржливост на бизнисите во индустријата.

6. Заклучок

Прикажувајќи ги накратко главните компоненти на овој извештај, студијата дава информации за добрите образовни практики и деловни практики во областа на





CRAFTS+

занаетството и особено во керамиката на ниво на ЕУ, како и методологијата и резултатите од квалитативното и квантитативното истражување. Анализата на добри практики и иницијативи, збир на податоци од анкети и интервјуа ги открија областите на вештини кои се важни за целната група. Вклучени се предлози за развој на курсот за обука што ја следи оваа проектна активност, со цел да се придонесе за подобрување на основните клучни вештини поврзани со претприемништвото, со цел да се справиме со предизвиците на пазарот на трудот.

Нареултатите илустрираат дека комуникацијата, соработката и вмрежувањето, управувањето со логистика и финансиските аспекти, дигиталниот маркетинг и брендирање, зелените практики, новите материјали и алатки и стратегијата за продажба се меѓу главните приоритетни теми за практичарите со цел да се зајакнат деловните аспекти на нивното работење и да бараат можности. за раст. Исто така, беше откриено дека има потреба од модернизација на обуката за образование на возрасни преку нудење интерактивно учење во форма на работилници, споделување и вмрежување со врсници, како и индивидуални коучинг/менторски сесии.

Решавањето на идентификуваните потреби за обука и поттикнувањето на соработката помеѓу засегнатите страни во индустријата, креаторите на политиките и образовните институции е од клучно значење за растот и одржливоста на керамичкиот сектор. Преку прифаќање на иновациите, соработката и континуираното учење, заедницата за керамика може да напредува во пазарен пејзаж кој постојано се развива, создавајќи економски можности додека го зачувува и промовира културното наследство и уметничкото изразување.

Како што е илустрирано во списанието на Фондацијата Кингс“Негувањето на новата генерација на производители е од суштинско значење за ширењето на занаетството, со потреба од соодветна обука, поддршка и модели за да се поттикнат оние со желба да учат“.





CRAFTS+

Референци

Англија, Л. (2022). Професионалци за изработка: Вештини и ресурси за дипломирани студенти кои влегуваат во занаетчиската економија. Европски весник за културни студии, 25 (6), 1633-1651. <https://doi.org/10.1177/13675494221136610>

Грчка новинска агенда. „Керамичка уметност: приказна за традицијата и иновациите“. Пристапено на: <https://www.greeknewsagenda.gr/ceramic-art/>

IBISWorld. „Производство на керамички производи за домаќинство и украсни производи во Грција: пазарна големина 2003–2027 година“. Пристапено на: <https://www.ibisworld.org/greece/industry-statistics/ceramic-household-ornamental-article-manufacturing/14603/>

Niedderer, K., Townsend, K. (2010), Craft Research: Joining Emotion and Knowledge, 17, The Design Journal, 17(4). <https://doi.org/10.2752/175630614X14056185480221>

Фондацијата на кралот. „Зачувување на занаетите од наследство: оживување на традиционалните вештини за идните генерации“. Пристапено на: <https://www.kings-foundation.org/preserving-heritage-crafts>

Музеј на Македонија – Пристапено на <https://museum.org.mk/page/etnologija#keramika>

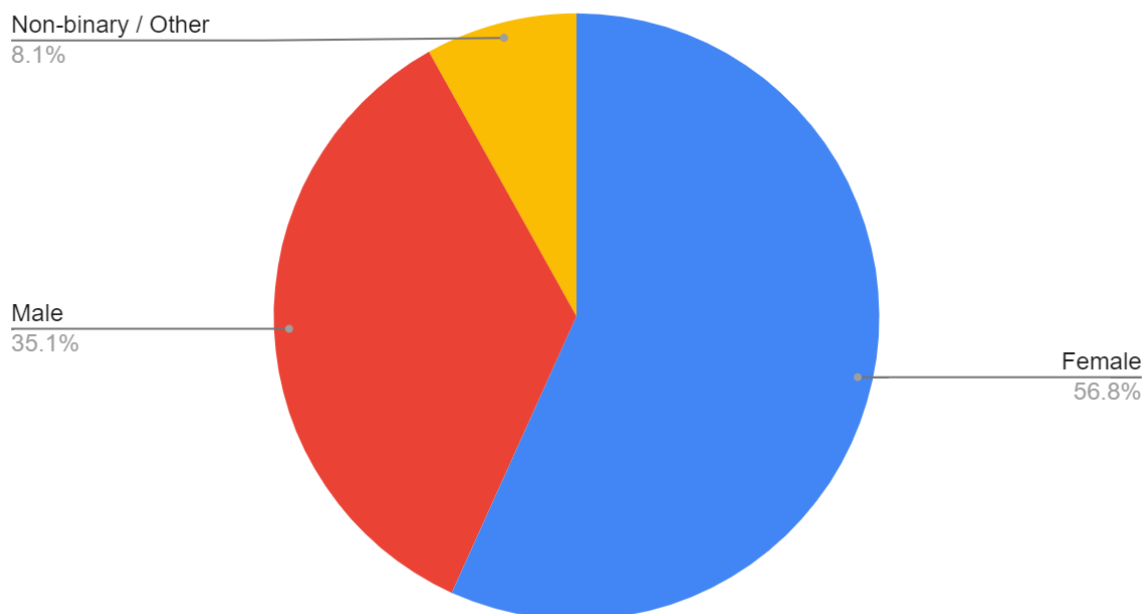


АНЕКСИ

АНЕКС I - Резултати од истражувањето Грција

Профил на учесници:

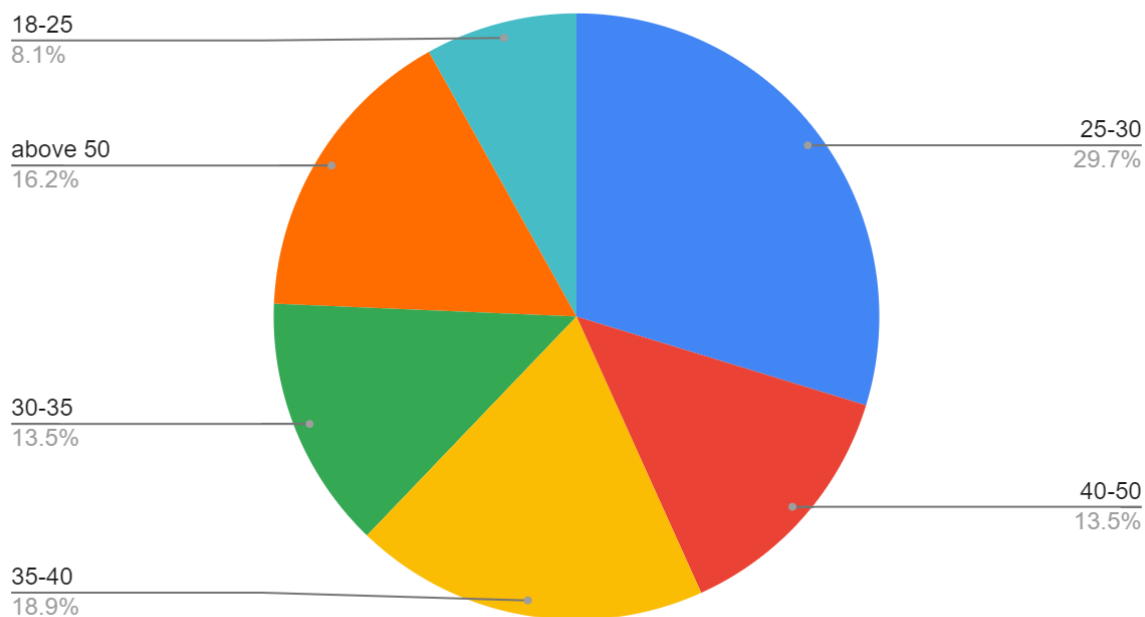
Gender



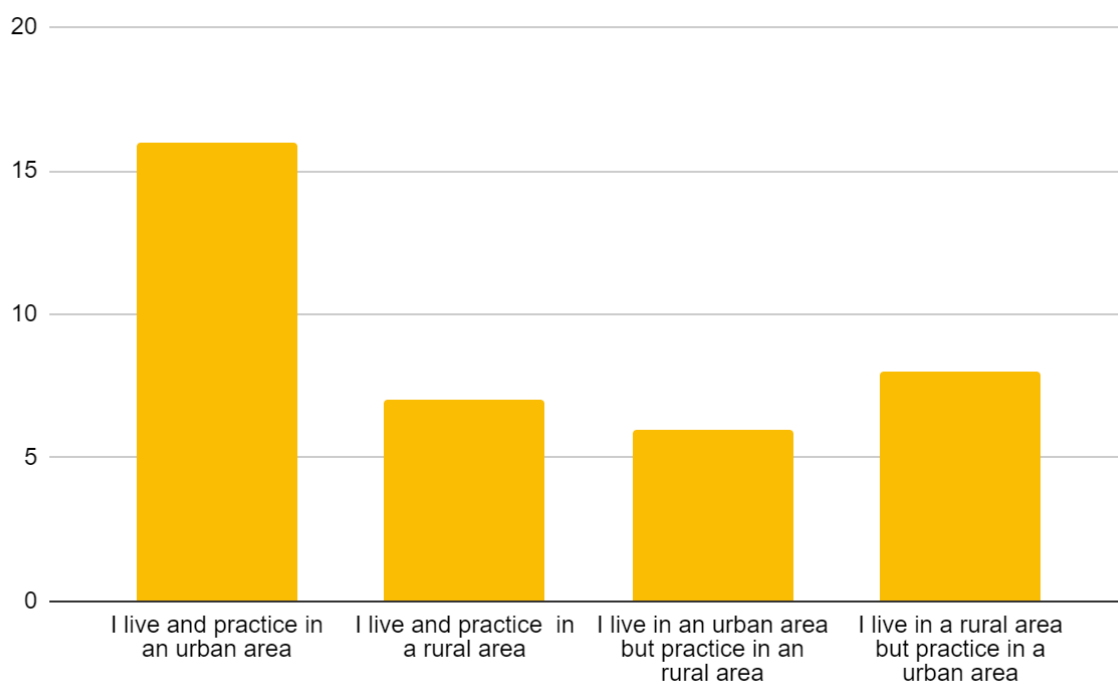


CRAFTS+

Age group



Рурално/урбано подрачје



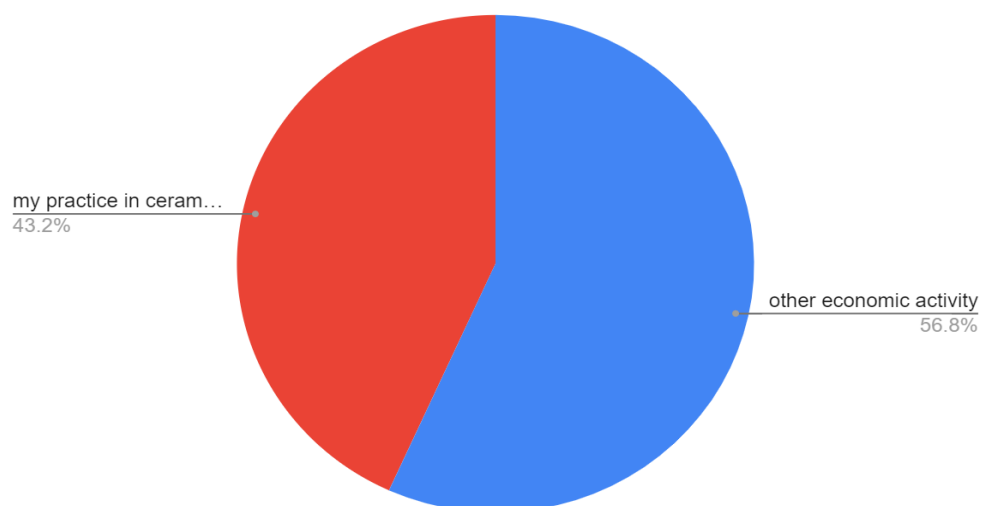
Керамичка пракса и приход



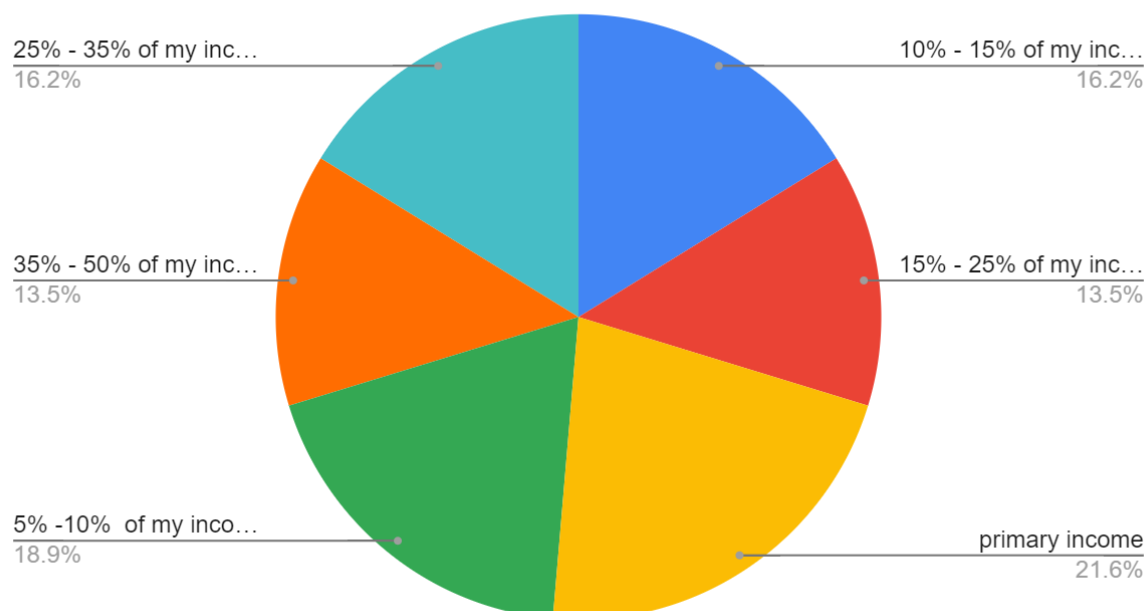


CRAFTS+

My primary income is from



Income from ceramics practice



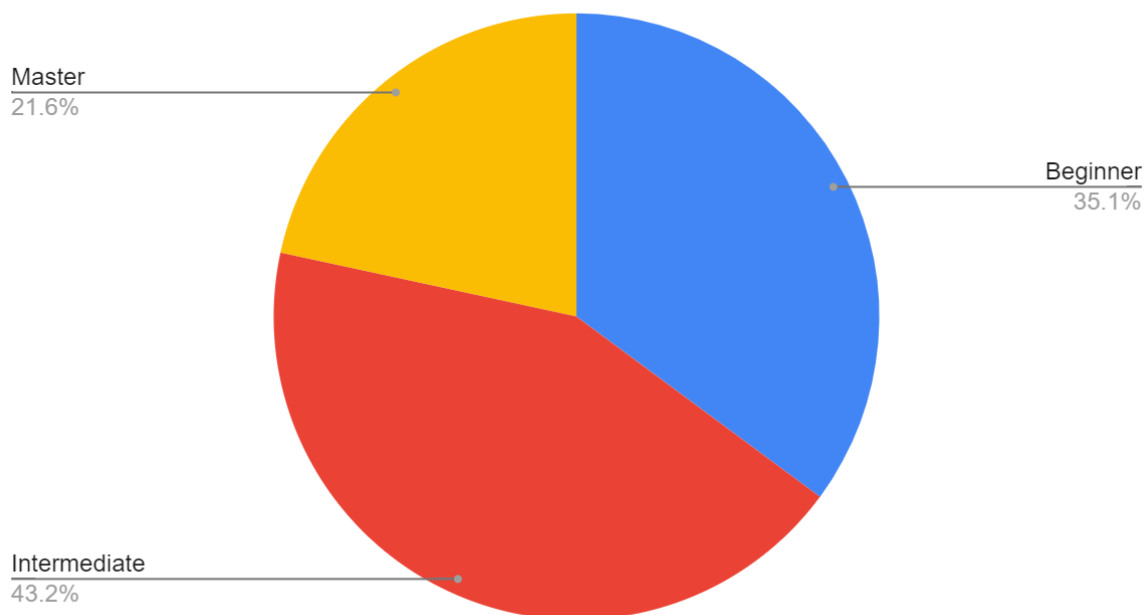
Професионални вештини





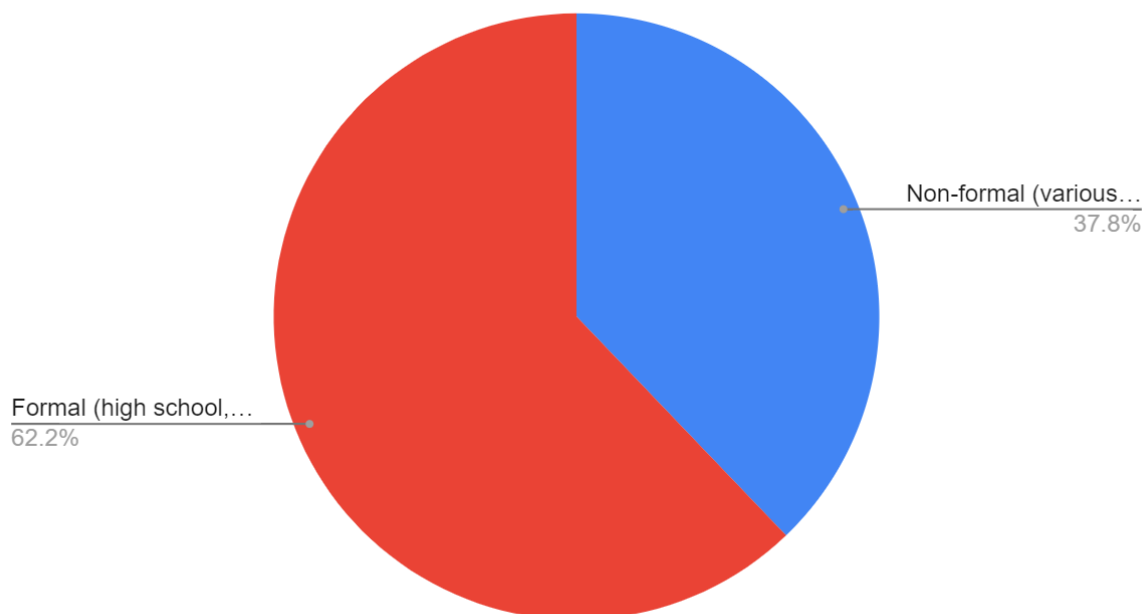
CRAFTS+

Level of craftsmanship



Образование

Your education as ceramic practitioner is

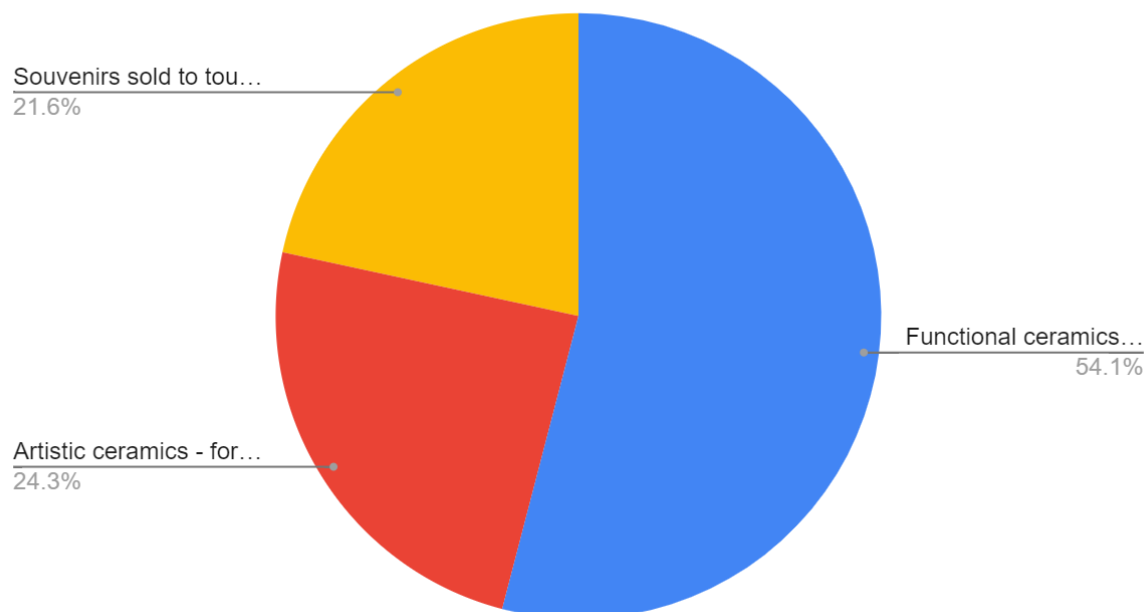




CRAFTS+

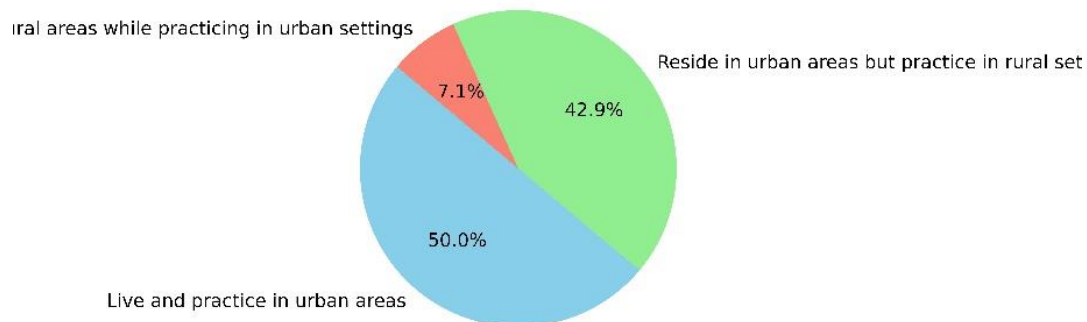
Целен пазар

My target market is focused on



АНЕКС II – Резултати од истражувањето Северна Македонија

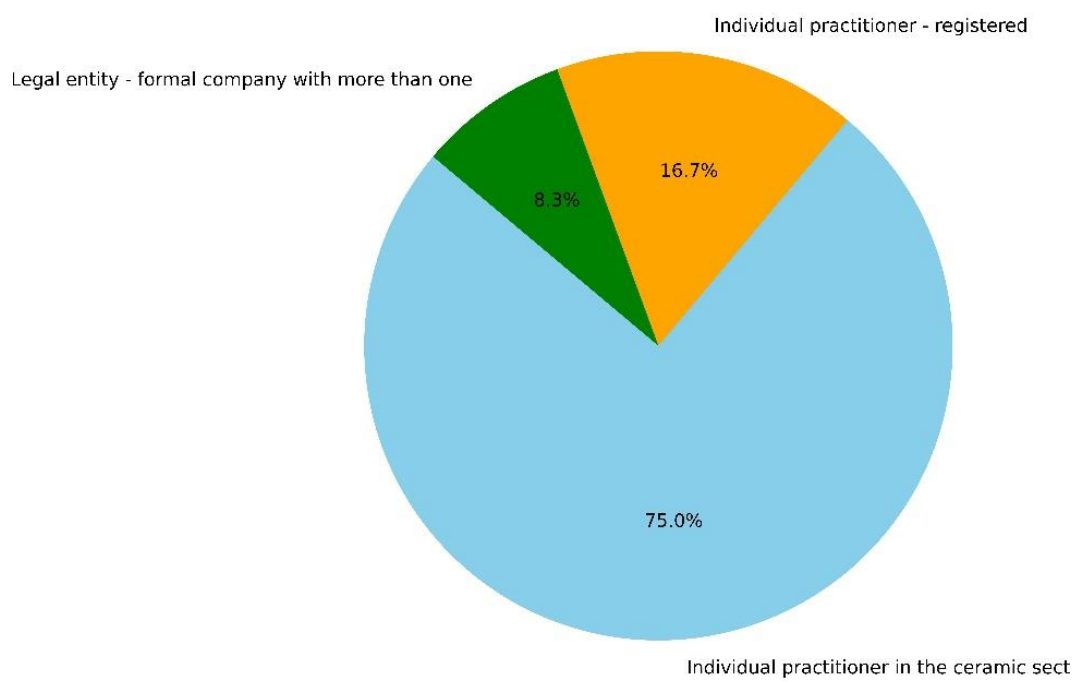
Distribution of Where Respondents Live and Practice





CRAFTS+

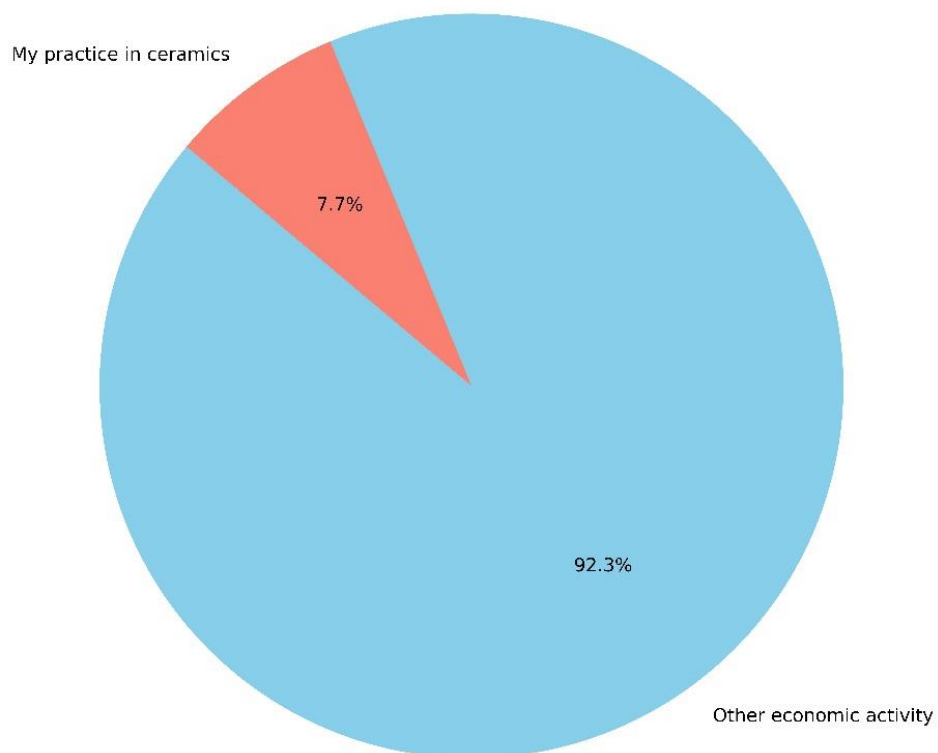
Ceramic Practice Types





CRAFTS+

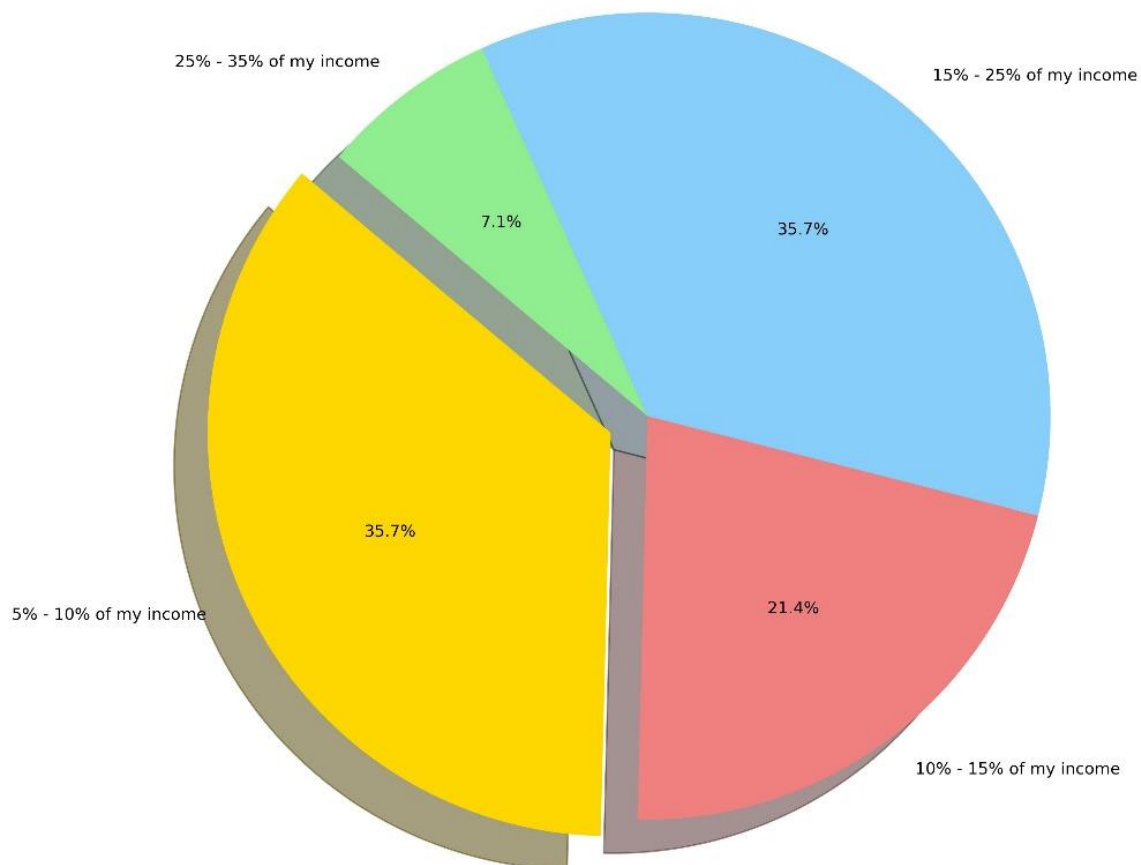
Primary Income Sources





CRAFTS+

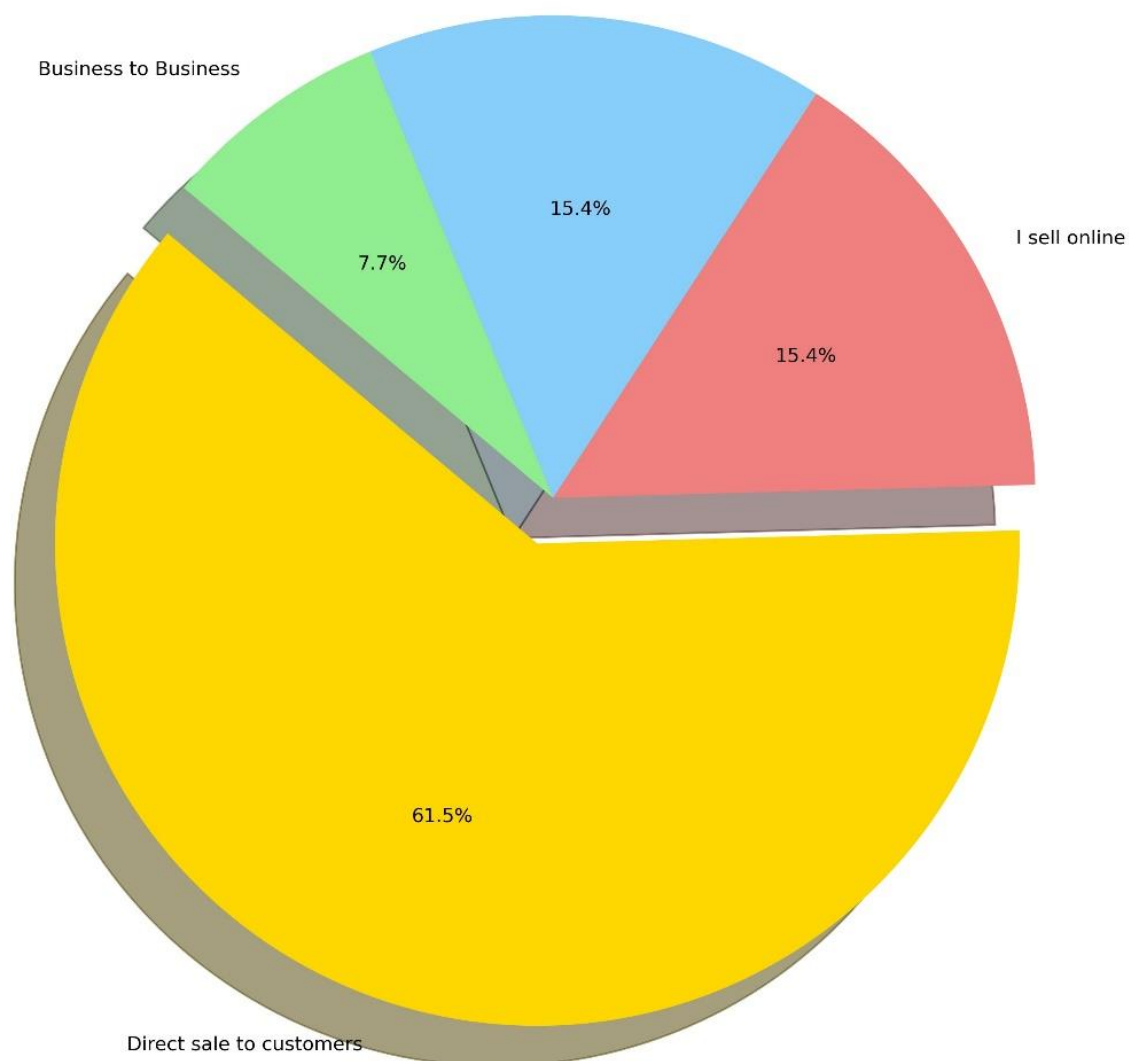
Income Distribution from Ceramics Practice





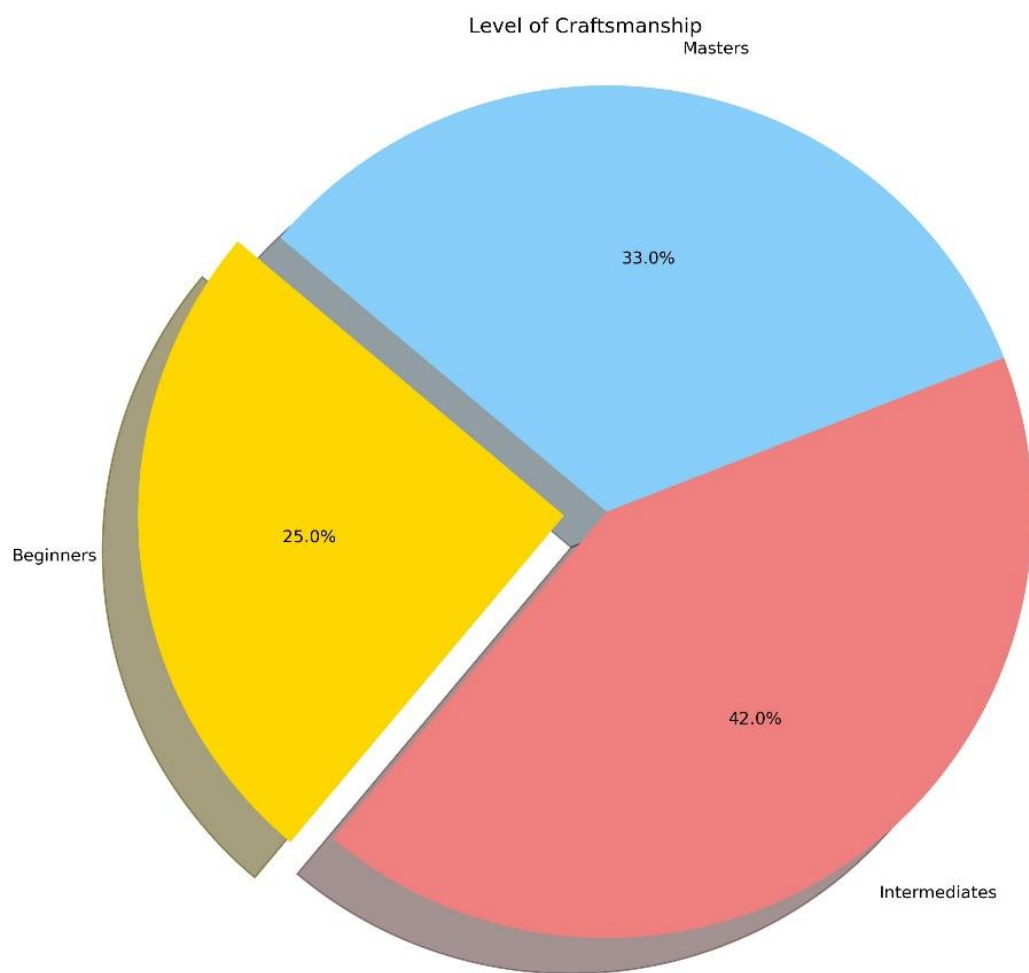
CRAFTS+

Main Channel of Sales for Ceramics Practice





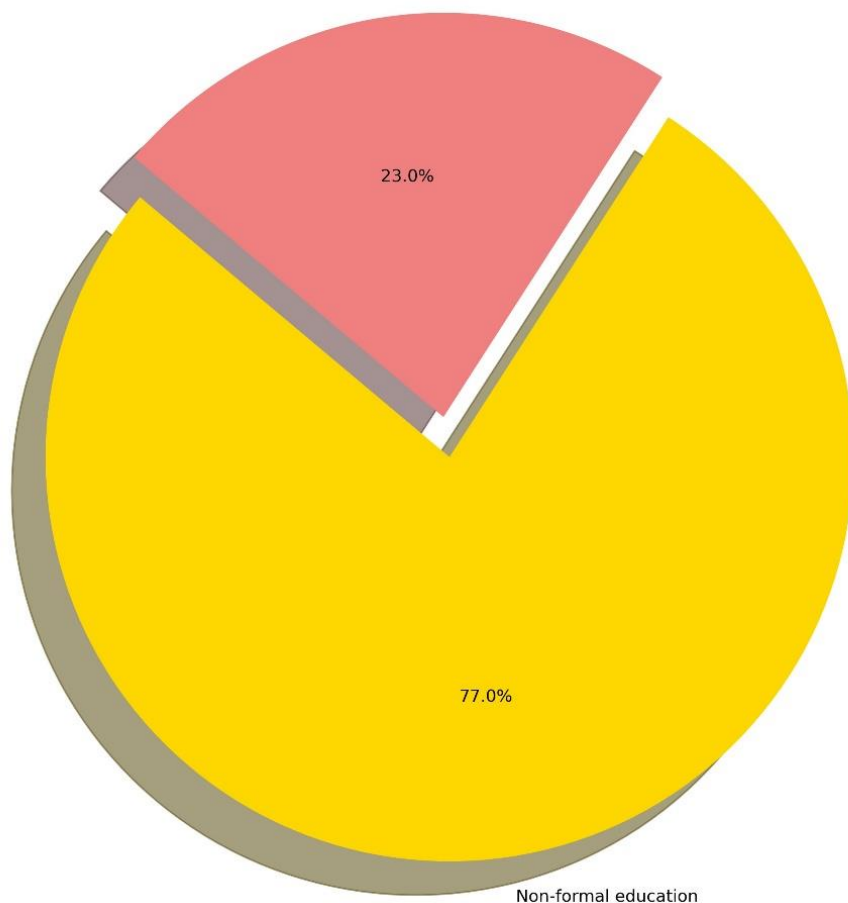
CRAFTS+





CRAFTS+

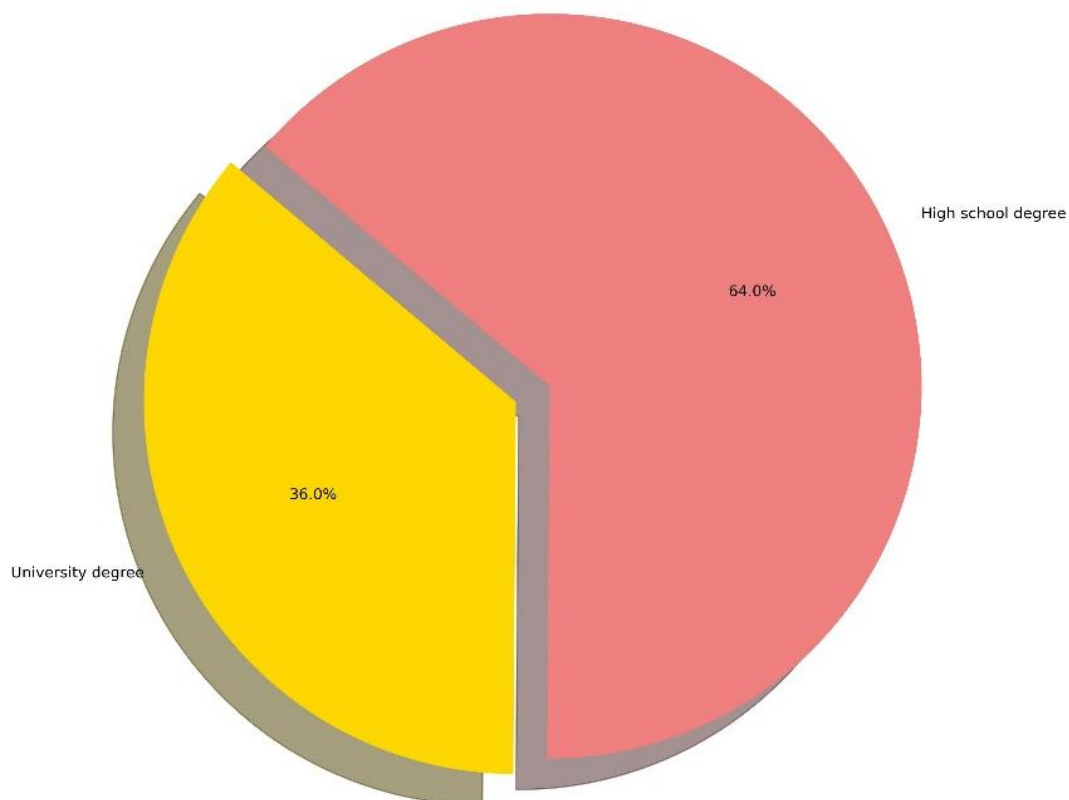
Education as Ceramic Practitioner
Formal education





CRAFTS+

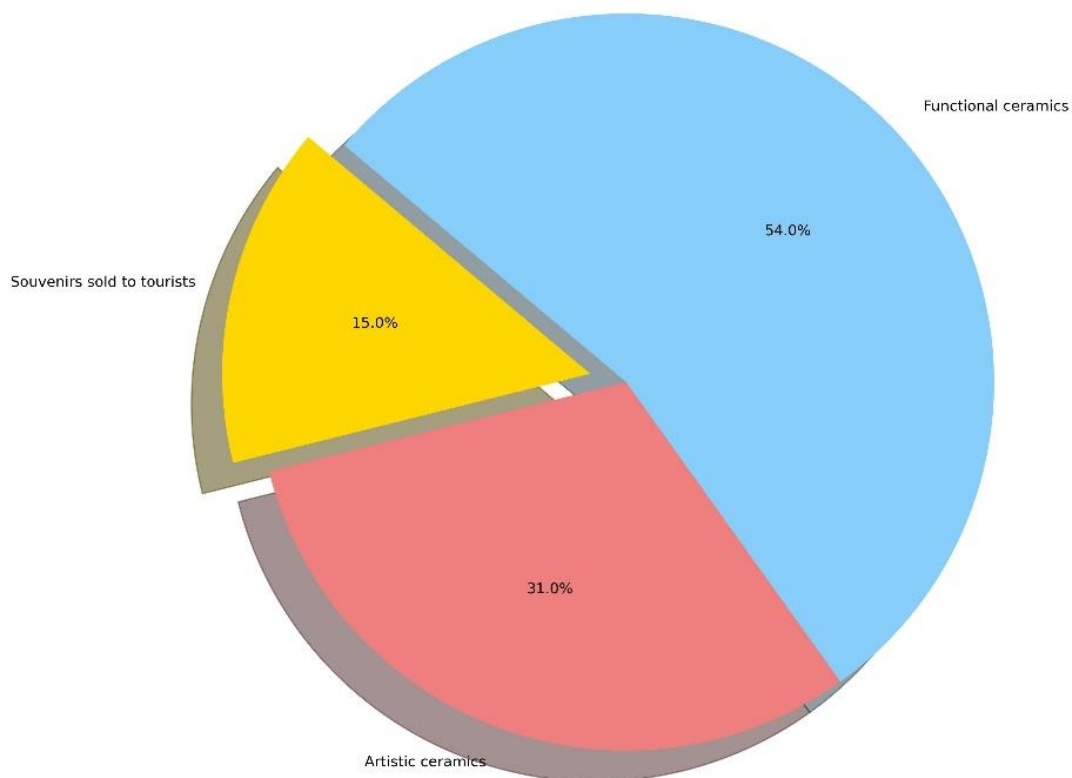
Formal Education Levels as Ceramic Practitioner





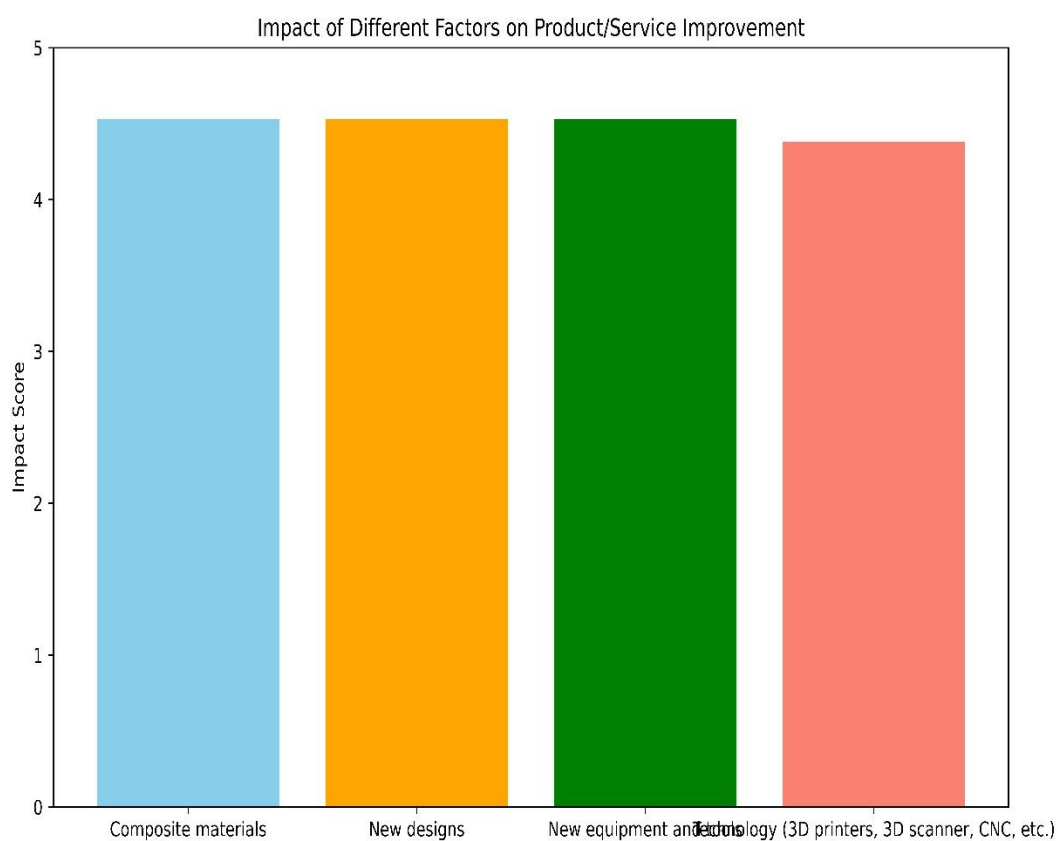
CRAFTS+

Target Market Focus as Ceramic Practitioner



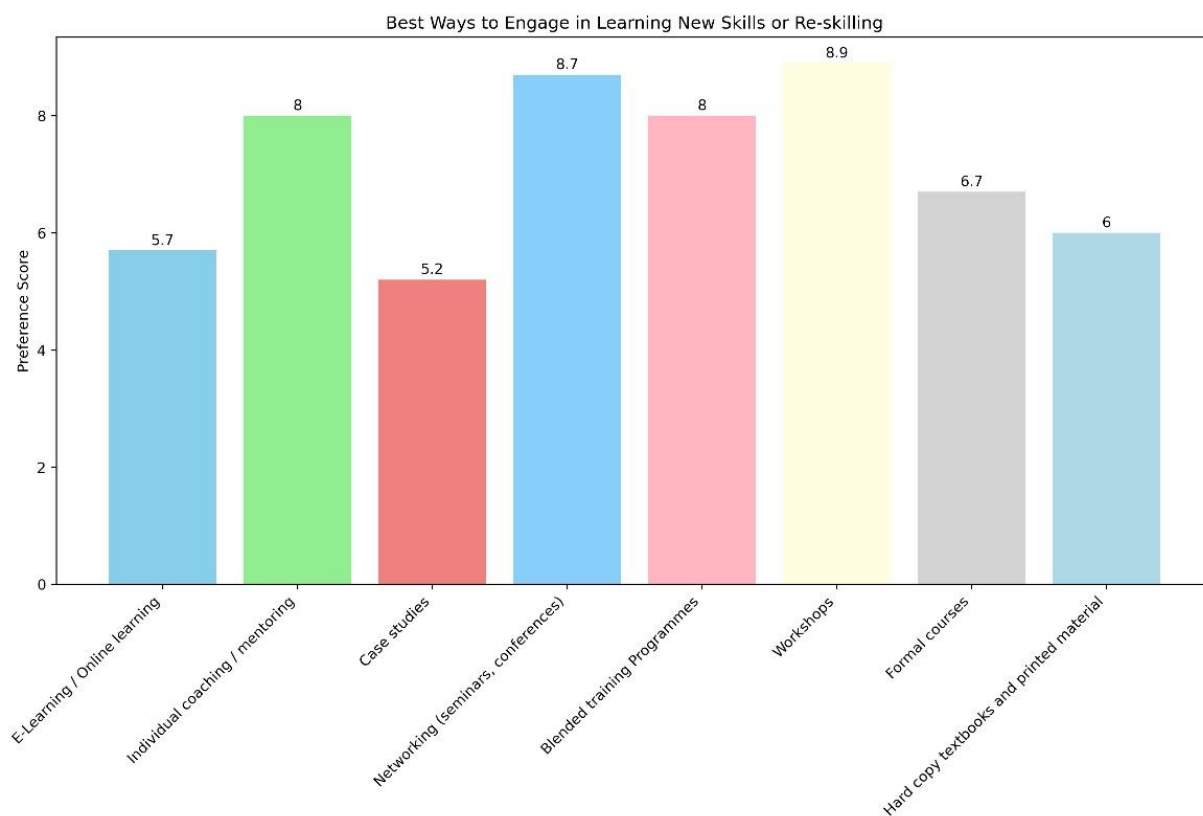


CRAFTS+



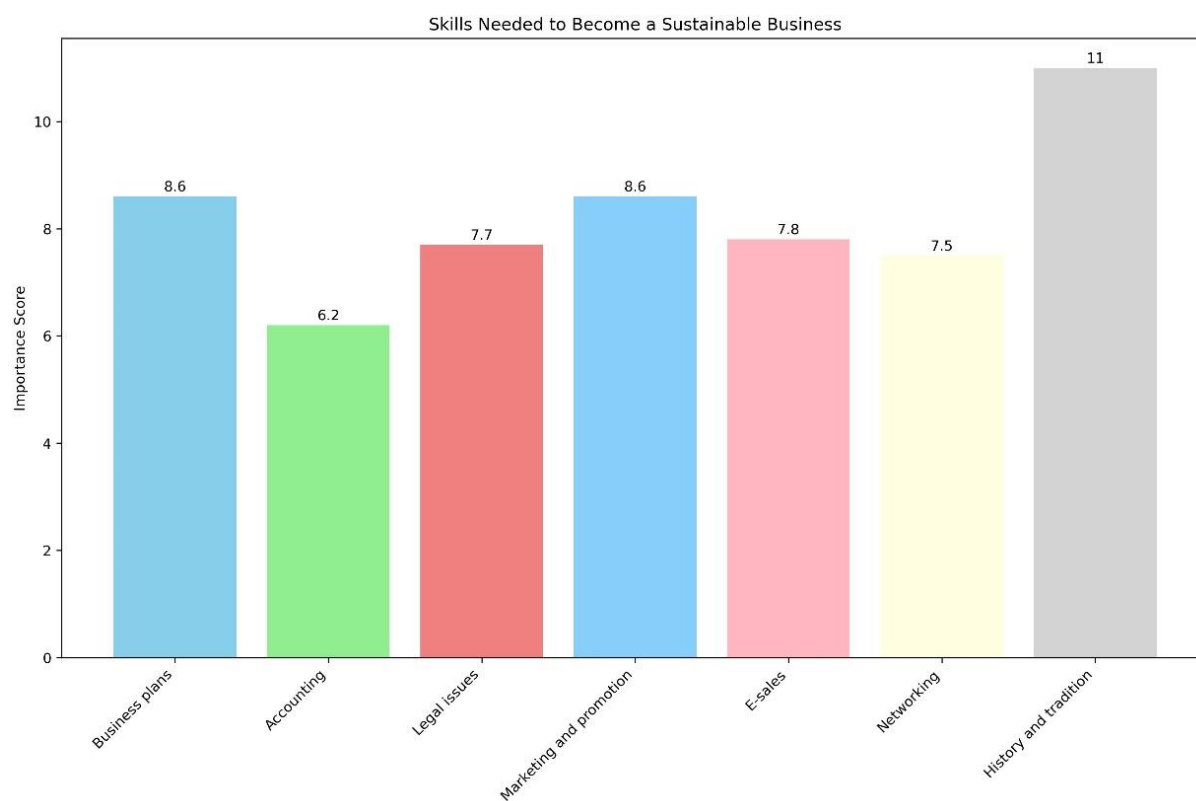
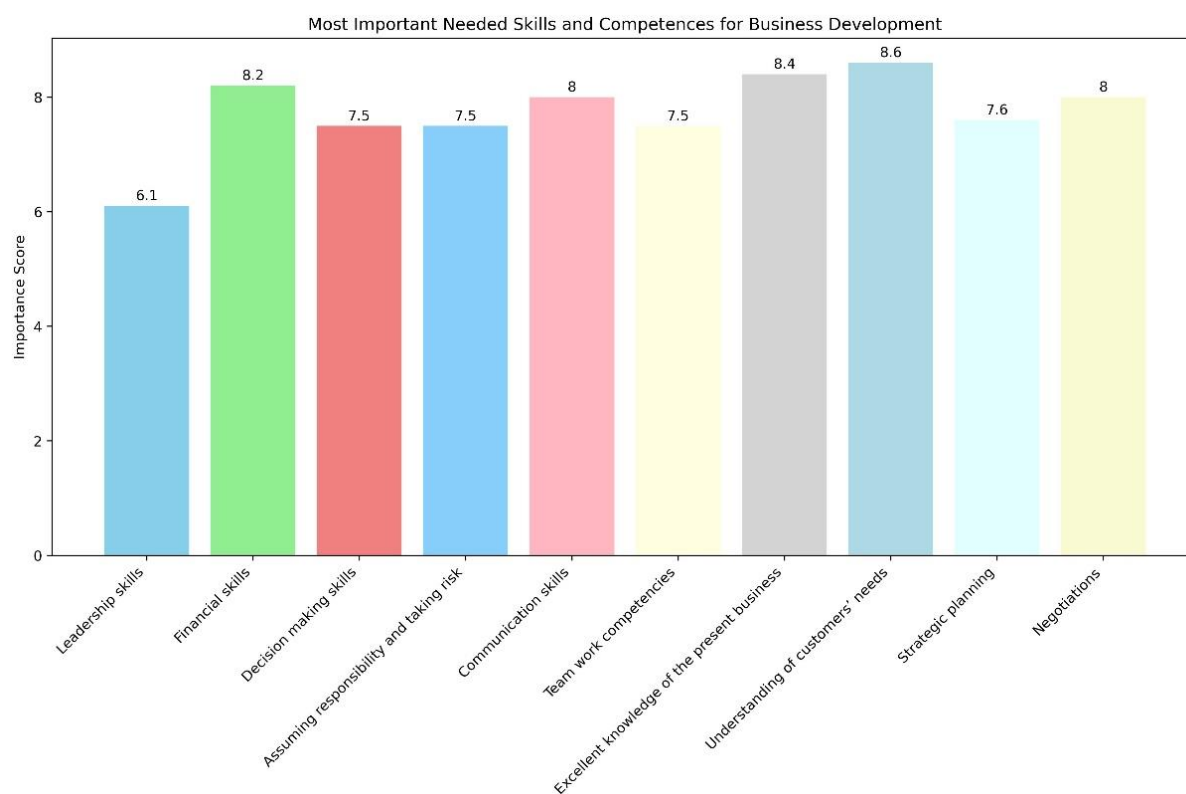


CRAFTS+



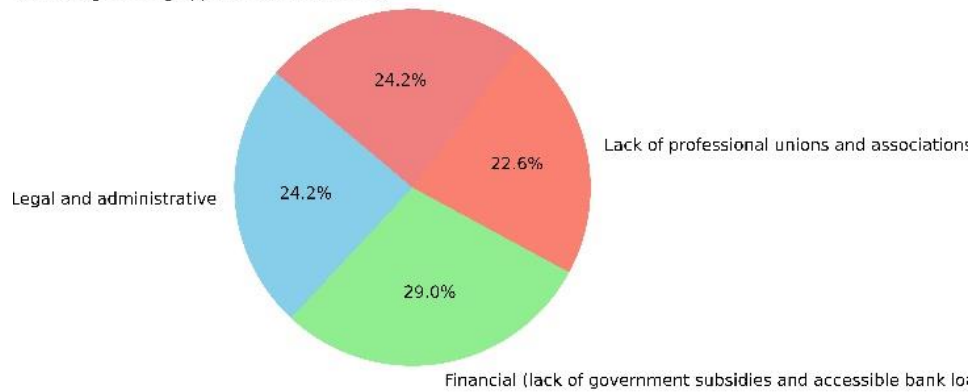


CRAFTS+



Impact of Barriers on the Development of Business in the Ceramics Sector

of lifelong learning opportunities in ceramics





CRAFTS+

АНЕКС III - Прашања за интервју

За здруженија на керамички занаети

Вовед:

Започнете со давање краток вовед за вашата улога во Здружението на керамички занаети и вашето учество во индустријата за керамички занаети?

Преглед на асоцијацијата и индустријата:

2. Иницијативи на Здружението:

Дали би можеле да разговарате за некои клучни иницијативи или програми во кои Здружението на керамички занаети е вклучено за поддршка на професионалците во индустријата?

3. Трендови во индустријата:

Од ваша перспектива, кои се актуелните трендови кои ја обликуваат индустријата за керамички занаети и како здружението се однесува или се прилагодува на овие трендови?

Професионален развој:

4. Образование и обука:

Како Здружението на керамички занаетчи придонесува за едукација и обука на професионалци од областа?

5. Соработка со образовни институции:

Дали има напори за соработка со образовните институции за да се осигура дека новите професионалци се добро подготвени за индустријата?

6. Предизвици во професионалниот развој:

Според вас, кои се главните предизвици со кои се соочуваат професионалците во однос на професионалниот развој во керамичката индустрија?

Претприемништво и развој на бизнисот:

7. Поддршка за претприемачи:

Како здружението ги поддржува членовите кои сакаат да основаат сопствени бизниси со керамички занаети?

8. Деловно вмрежување:

Дали би можеле да споделите сознанија за улогата на вмрежувањето и соработката во рамките на здружението во корист на развојот на бизнисот?

9. Приказни за успех:





CRAFTS+

Дали има некои забележителни успешни приказни во рамките на здружението каде што членовите успешно развиле бизниси од нивната експертиза за керамички занаети?

Предизвици во индустријата:

10. Предизвици со кои се соочуваат професионалците:

Од ваша перспектива, кои се тековните предизвици со кои најчесто се соочуваат професионалците од керамички занаети и како здружението се справува со овие предизвици?

11. Застапување за индустријата:

Како здружението се залага за интересите на професионалците од керамички занаети на поширока индустрија или политичко ниво?

Идни изгледи:

12. Очекувани промени:

Какви промени или случувања очекувате во индустријата за керамички занаети во наредните години и како здружението се подготвува за овие промени?

13. Визија на Здружението:

Можете ли да ја споделите визијата на здружението за иднината и како таа се усогласува со еволутивните потреби на професионалците во областа на керамичките занаети?

Затворање:

14. Совети за аспиранти професионалци:

Кога би можеле да им понудите совет на новите професионалци кои се стремат да се истакнат во индустријата за керамички занаети, што би било тоа?

15. Завршни мисли:

Некои дополнителни размислувања или сознанија што би сакале да ги споделите во врска со улогата на здружението во поддршката на заедницата за керамички занаети?

За претприемачите

Вовед:

Може ли да се претставите и да споделите нешто за вашето патување како успешен претприемач во индустријата за керамички занаети?

Претприемачко патување:

2. Претприемничка позадина:

Можете ли да дадете увид во вашето претприемачко потекло во индустријата за керамички занаети? Што ве мотивираше да започнете сопствен бизнис?

3. Учење преку искуство:

Колку од вашиот претприемачки успех му припишувате на формалното образование, а колку на практичното искуство и учењето преку вашето деловно патување?



Основни претприемачки вештини:

4. Клучни претприемачки вештини:

Од ваша перспектива, кои специфични претприемачки вештини мислите дека се од суштинско значење за некој што влегува во индустријата за керамички занаети како сопственик на бизнис?

5. Недостасуваат курсеви за претприемништво:

Дали има некои конкретни курсеви или програми за обука за кои верувате дека моментално недостасуваат за претстојните практичари на керамички занаети кои сакаат да станат успешни претприемачи?

Бизнис РАЗВОЈ:

6. Бизнис планирање:

Колку е важен добро структуриран бизнис план во индустријата за керамички занаети и кои елементи мислите дека треба да бидат опфатени во таков план?

7. Маркетинг и брендирање:

Каква улога играат ефективниот маркетинг и брендирање во успехот на бизнисот со керамички занаети? Дали има специфични области каде што на новите практичари можеби им треба повеќе насоки?

8. Финансиска писменост:

Според вашето искуство, колку е критична финансиската писменост за претприемачите во областа на керамичките занаети и кои финансиски вештини се најкорисни?

Предизвици со кои се соочуваат:

9. Заеднички предизвици:

Со какви предизвици наидовте при основањето на вашиот бизнис и како ги надминавте? Дали постојат заеднички предизвици за кои треба да се подготват новите претприемачи во керамичките занаети?

10. Прилагодливост:

Колку е важна приспособливоста во одговорот на промените на пазарот и трендовите што се развиваат во бизнисот со керамички занаети?

Вмрежување и соработка:

11. Вмрежување:

Како вмрежувањето и соработката одиграа улога во вашето претприемачко патување, и како претстојните практичари можат да имаат корист од слични стратегии?

12. Индустриски соработки:



CRAFTS+

Дали има конкретни области каде соработката со други уметници или бизниси била особено корисна? Како може новите претприемачи да ги истражат можностите за соработка?

Совети за претприемачи кои доаѓаат:

13. Совети за стартапи:

Ако менторирате некогаш што започнува бизнис со керамички занаети, каков совет би му дал во однос на образованието, обуката и развојот на бизнисот?

14. Развој на вештини:

Дали има специфични вештини што би сакале да ги развиете порано во вашата кариера? Каков совет имате за претприемачите кои доаѓаат во однос на развојот на вештините?

Затворање:

15. Завршни мисли:

Некои дополнителни размислувања или сознанија што би сакале да ги споделите во врска со претприемачката страна на индустријата за керамички занаети и потребите за обука на претстојните практичари?

За воспитувачите

1. Отворање:

Можете ли да се претставите и да дадете преглед на вашата улога во академската средина или како професор во средно училиште во областа на керамичките занаети?

Едукативен пејзаж:

2. Преглед на образованието за керамичка уметност:

Можете ли да споделите сознанија за моменталната состојба на образованието за керамичка уметност во академските услови и средните училишта? Кои програми или курсеви обично се нудат?

3. Развој на наставна програма:

Како е развиена наставната програма за керамичка уметност и кои размислувања се земени предвид за да се осигури дека студентите ќе добијат добро заокружено образование во оваа област?

Развој на вештини:

4. Клучни вештини за студенти:

Кои клучни вештини мислите дека се клучни за студентите заинтересирани да продолжат со кариера во керамички занаети, и на академско и на средношколско ниво?

5. Практично искуство:





CRAFTS+

Колку е важно практичното искуство и практичната примена во процесот на учење за студентите по керамичка уметност?

Интеграција на претприемачки вештини:

6. Претприемничко образование:

До кој степен претприемничкото образование е интегрирано во наставната програма за керамички уметности на академско и средношколско ниво?

7. Вештини релевантни за индустријата:

Дали постојат специфични вештини или области на знаење поврзани со претприемништвото за кои сметате дека треба да се интегрираат во образованието на аспиранти професионалци за керамички занаети?

Предизвици и можности:

8. Предизвици во образованието за керамичка уметност:

Со какви предизвици се соочуваат едукаторите во обезбедувањето ефективно образование за керамичка уметност и како може да се решат овие предизвици?

9. Можности за подобрување:

Дали има области во тековната образовна рамка каде подобрувањата или иновациите би можеле подобро да ги подготват студентите за кариера во керамичките занаети?

Соработка со индустријата:

10. Индустриска соработка:

Како академските институции и средните училишта соработуваат со индустријата за керамички занаети за да се осигураат дека учениците се добро подготвени за професионалниот пејзаж?

11. Гостински предавања и работилници:

Дали ангажирате професионалци од индустријата на гостински предавања или работилници за да им обезбедите на студентите согледувања и искуства од реалниот свет?

Подготовка на студенти за претприемништво:

12. Курсеви за претприемништво:

Дали постојат конкретни претприемачки курсеви или модули во рамките на наставната програма за керамички уметности и колку биле ефективни во подготовката на студентите за претприемништво?

13. Проекти за бизнис планирање:

Дали имало проекти или иницијативи каде студентите се вклучени во деловно планирање или претприемачки проекти во контекст на керамичките занаети?

Совети за студенти:





CRAFTS+

14. Совети за аспиранти студенти:

Кога би можеле да им понудите совет на средношколците или на оние кои влегуваат во академски програми за керамичка уметност, што би било тоа, особено во однос на претприемништвото?

Затворање:

15. Завршни мисли:

Некои дополнителни размислувања или сознанија што би сакале да ги споделите во врска со пресекот на образованието, керамичките занаети и претприемништвото?

