

Propozycja programu edukacyjnego *Moja własna firma* dla uczniów szkół średnich

W opracowaniu została przedstawiona propozycja programu dydaktycznego w ramach edukacji przedsiębiorczości uczniów w szkołach średnich. Tematyka programu ma na celu zrozumienie mechanizmów rynkowych, sposobu zakładania własnej firmy oraz metod opracowywania biznesplanu. Odbiorcami programu są uczniowie w wieku 16–20 lat, którzy zechcą w przyszłości założyć własną działalność gospodarczą bez wcześniejszego ukończenia studiów wyższych w uczeniach ekonomicznych.

Nieodłącznym elementem życia ludzkiego jest proces przekazywania wiedzy, który od tysiącleci miał na celu doskonalenie życia społeczności oraz jednostki. Nośnikiem wiedzy począwszy od czasów pierwszych cywilizacji była informacja, skupiająca w sobie przekaz odpowiadający na pytania: co, jak, kiedy, kto, gdzie i dlaczego należało robić, by doskonalić procesy zachodzące w otoczeniu człowieka oraz w nim samym.

W XXI wieku niezwykle istotną wiedzę, posiadaną przez młodego człowieka, jest to, jak założyć i z sukcesem prowadzić własną firmę. W związku z burzliwie zmieniającym się rynkiem pracy, w tym z upowszechnieniem się telepracy i zwiększaniem się elastyczności zatrudnienia, należy spodziewać się, iż obecny maturzysta wiele razy zmieni w przyszłości sposób zarabiania na życie. Nawet jeśli planuje karierę zawodową w dużych międzynarodowych koncernach, niewykluczone jest, iż w pewnym momencie drogi zawodowej będzie zmuszony lub zechce założyć własną działalność gospodarczą. Taka zewnętrzna presja w celu podnoszenia indywidualnej przedsiębiorczości wymaga odpowiedzi ze strony systemu kształcenia osób w wieku 16–20 lat. W tym wieku bowiem budują się postawy i zachowania, które w późniejszym życiu wpływają na funkcjonowanie na rynku pracy. W niniejszym opracowaniu zaprezentowano propozycję programu edukacyjnego *Moja własna firma* dla uczniów szkół średnich.

Adama Nowaka pomysł na biznes

Ktoś, kto myśli o własnej firmie, musi rozważyć, czy działać samodzielnie, czy w spółce; co, za ile i komu sprzedawać oraz jakie zyski przyniesie ta działalność. Pozwala to ocenić, czy nie straci się zainwestowanych pieniędzy i cennego czasu.

Adam Nowak to statystyczny uczeń szkoły średniej. Mimo młodego wieku, ma już pomysł na biznes. Marzy mu się sklep internetowy albo pracownia informatyczna. Być może kiedyś pomyśli też o zakładzie kosmetycznym lub agencji reklamowej. Bez ukończonych studiów na kierunku ekonomicznym będzie jednak głowić się, jaką formę działalności gospodarczej wybrać – działać samodzielnie, a może ze swoim sąsiadem – jak propagować swoje usługi i produkty wśród klientów, gdzie szukać dostawców. Poza tym nie będzie potrafił stwierdzić, czy zdoła stawić czoła konkurencji oraz nie będzie widział, na jakiej podstawie oszacować, że biznes przyniesie zyski, a zainwestowane oszczędności kiedyś się zwrócą.

Aby Adam Nowak łatwiej mógł znaleźć odpowiedzi na te pytania, powinien już w ramach programu szkoły średniej wynieść podstawowe wiadomości dotyczące sporządzania biznesplanów. Biznesplan oprócz zebrania wszystkich ważnych informacji i danych do podjęcia decyzji dotyczących otwarcia firmy, pozwoli również na prezentację swojego pomysłu na biznes potencjalnym inwestorom. Dlatego biznesplan sporządzony przez Adama Nowaka powinien zawierać szereg elementów objętych programem nauczania w szkole średniej. Obszary tematyczne dotyczące tego zagadnienia można podzielić na 9 obszarów:

- a) formalne dane o zakładanej firmie, czyli:
 - formy prawne prowadzonej działalności gospodarczej,
 - elementy prawa cywilnego,
 - droga formalna niezbędna do założenia działalności lub spółki,
 - określenie kwalifikacji (umiejętności i wykształcenia) do prowadzenia planowanej firmy,
 - sposoby wykorzystania środków pomocowych Unii Europejskiej do rozwijania przedsiębiorczości indywidualnej;
- b) powód, dla którego Nowak chce zakładać firmę, a więc:
 - sposób określenia misji firmy,
 - sposób ustalania celów krótko i długookresowych,
 - analizę własnego potencjału przedsiębiorczości,

- zasady zarządzania własną karierą;
- c) plan marketingowy, w którym zawierają się informacje wynikające z:
 - posługiwania się narzędziami marketingu-mix,
 - badania potrzeb klientów i trendów na rynku,
 - budowania sieci dystrybucji w oparciu o istniejące sieci handlowe,
 - sposobów budowania wizerunku firmy wśród klientów,
 - budowania wizerunku marki oraz pozycjonowania marki;
- d) opis sytuacji na rynku, na którym firma ma działać, czyli:
 - analiza otoczenia dalszego firmy (mody, technologii, sytuacji demograficznej),
 - analiza otoczenia bliższego firmy (konkurenci, nabywcy, dostawcy i substytuty);
- e) jeśli Nowak będzie miał pracowników lub wspólników, to również organizację firmy, np.:
 - określenie struktury organizacyjnej firmy,
 - sporządzenie opisu stanowisk pracy,
 - przyjęcie formy zatrudnienia pracowników (w oparciu o umowę o pracę lub umowy cywilnoprawne),
 - obliczanie wynagrodzeń zatrudnionych pracowników,
 - opracowanie systemu motywacji finansowej;
- f) plan finansowy przedsięwzięcia przynajmniej na najbliższy rok, zawierający:
 - źródło finansowania do czasu, kiedy firma zacznie przynosić zyski,
 - wielkość przychodów, czyli to, jak Adam Nowak może zarobić prowadząc swoją firmę,
 - sposoby szacowania przychodów w czasie,
 - sposoby obliczania kosztów wynikających z zakupów materiałów i urządzeń, wynagrodzeń, wynajmu pomieszczeń, rozmów telefonicznych itd.,
 - najważniejsze wskaźniki ekonomiczne, pokazujące, czy i kiedy Adamowi Nowakowi zwróci się zainwestowany kapitał i czy firma będzie się rozwijać;
- g) umiejętności menedżerskie, czyli:
 - metody planowania (metoda Gantta i metoda ścieżki krytycznej),
 - podejmowanie decyzji,
 - techniki twórczego myślenia,
 - zarządzanie czasem,
 - zarządzanie projektem,

- prowadzenie zebrań,
 - sposoby motywowania pozafinansowego,
 - budowanie zespołu;
- h) Analizy portfelowe, czyli:
- metoda SWOT,
 - analiza BCG,
 - analiza McKinsey'a.

Metodyka nauczania programu *Moja własna firma*

W procesie przekazywania wiedzy można wyodrębnić cztery główne etapy, sprowadzające wiedzę nie tylko do posiadanych przez jednostkę informacji, ale także do umiejętności ich wykorzystania oraz nabytych postaw i wyuczonych zachowania. Jego znaczenie jest szczególnie ważne w procesie kształcenia osób w wieku 16–20 lat. Ze względu na brak dotychczasowych doświadczeń dotyczących przedmiotu wiedzy oraz brak nawyków i wyuczonych zachowań stanowią oni bardzo specyficzną grupę uczących się zakładania i prowadzenia własnej firmy. Młody wiek odbiorców jest atutem w kształtowaniu prawidłowego – rynkowego, a jednocześnie etycznego – podejścia do biznesu.

Pierwszy etap przekazywania wiedzy określa się jako nieświadomą niekompetencję, która definiuje posiadaną wiedzę, a raczej jeszcze jej brak, za pomocą dwóch elementów: potencjalny uczący się nie tylko nic nie wie na dany temat, ale również nie zdaje sobie sprawy ze swojej niewiedzy. Drugim etapem jest świadoma niekompetencja. W trakcie jego trwania uczeń zdaje sobie sprawę z braków w posiadanej wiedzy, ale nadal nie posiada wystarczająco dużo informacji, aby je uzupełnić. Trzeci etap to etap świadomej kompetencji. Potencjalny uczący zdążył pozyskać już wystarczającą wiedzę, ale aby zastosować ją w praktyce musi wykonywać świadomy wysiłek poparty wystarczającą motywacją, który jednak nie zawsze zakończony będzie sukcesem. Na tym etapie kończy się rola nauczania, a zaczyna rola uczenia się. Czwartym etapem edukacji, możliwym do osiągnięcia przy pełnym zaangażowaniu obu stron procesu przekazywania wiedzy, jest nieświadoma kompetencja. Nabyta wiedza staje się umiejętnością, serią nawyków, okazywanymi postawami oraz wyuczonymi zachowaniami, które pozwalają najpełniej wykorzystać informacje zdobyte na etapie trzecim w praktyce. Czwarty etap nazywa się również procesem uczenia się w przeciwności do procesu nauczania, mającego miejsce na etapie trzecim.

Jak twierdzą Joseph o'Connor i John Seymour w publikacji *NLP – szkolenie menedżerów i trenerów*, proces uczenia odnosi się również do wyznawanych wartości i przekonań, a w konsekwencji tworzy stany emocjonalne, niezbędne do efektywnego zdobywania nowej wiedzy o praktycznym znaczeniu¹. Według modelu amerykańskiego trenera Roberta Diltsa, uczenie się może odbywać się na różnych poziomach²:

- pierwszym poziomem jest środowisko, dające bardzo ogólną wiedzę o otoczeniu człowieka i ludziach z nim związanych;
- drugim poziomem jest zachowanie, czyli podejmowane działania w praktyce;
- poziom trzeci to umiejętności i zdolności;
- czwartym poziomem uczenia jest kształtowanie przekonań i wartości;
- piątym budowanie tożsamości ucznia, czyli określenie poczucia własnej wartości i misji życiowej;
- ostatnim, najgłębszym poziomem pozyskiwania wiedzy jest stworzenie stabilnych punktów odniesienia, do których uczący może się odnosić duchowo.

Należy stwierdzić, że szeroko pojmowana edukacja szkolna koncentruje się na poziomie środowiskowym, zachowań oraz umiejętności i zdolności. Nierzadko zdarza się, że dostrzegany jest tylko poziom środowiskowy, a pozostałe pozostawione są wyłącznie uczącemu się. Dodatkowo, wiek wczesnoszkolny często pozostawia trzy główne bariery przeszkadzające w efektywnym uczeniu się:

- krytyczno-logiczną (*zawsze szkoła była nudna i trudna, więc pewnie nic się nie zmieniło*);
- intuicyjno-emocjonalną (*pewnie nie będę wiedział o co chodzi*);
- krytyczno-moralną (*nie każdy może być orłem, więc po co się wychylać*).

W literaturze podkreśla się aspekt zrozumienia potrzeb potencjalnego uczącego się. Jeśli uda się wkroczyć do świata świadomych uczestników procesu nauczania, bariery mogą być szybko i łatwo pokonane.

Według Gordona Drydena oraz Jeannette Vos, ludzi można podzielić na co najmniej trzy grupy w zależności od preferowanego przez nich stylu uczenia się³:

¹ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP – Szkolenie menedżerów i trenerów*, GWP, Gdańsk 1999, s. 33.

² Tamże, s. 39.

³ G. Dryden, J. Vos, *Rewolucja w uczeniu*, Moderski i S-ka, Poznań 2000, s. 116

- uczniów kinestetyczno-dotykowych, którzy najlepiej przyswajają sobie wiedzę, gdy są w coś zaangażowani, poruszają się, doświadczają na sobie lub eksperymentują;
- wzrokowców, którzy najlepiej uczą się, gdy widzą obraz tego, co mają przyswoić, niewielki odsetek w tej grupie stanowią osoby nastawione na słowo drukowane, które uczą się głównie przez czytanie;
- uczniowie preferujący styl słuchowy – oni wolą naukę poprzez dźwięk, w tym muzykę i mowę.

Techniką, która staje się coraz bardziej popularna wśród potencjalnych klientów firm szkoleniowych, szkolących osoby dorosłe (w tym obecnych menedżerów), są gry i zabawy. Duże zainteresowanie tymi technikami wynika z uwarunkowań ludzkiego mózgu, który rozwija się w 50% do czwartego roku życia, w następnych 30% do 10 roku życia, a ostateczny rozwój kończy się w wieku około 18 lat. Tony Buzan, który promuje doskonalenie wiedzy i umiejętności za pomocą gier i zabaw zebrał następujące doświadczenia: *Po trzydziestu latach pytania ludzi, co kojarzy im się ze słowem nauka, okazało się, że można wyróżnić dziewięć takich podstawowych pojęć. Są to: nuda, egzaminy, zadanie domowe, strata czasu, kara, oderwanie od rzeczywistości, zostawianie po lekcjach, nienawiść i strach. Kiedy jednak spyta się czterolatka, który chodzi do dobrego przedszkola, to powie, że świetnie się tam bawi.*

Nic dziwnego, że obecnie większość specjalistów szkoleniowych oraz pedagogów podkreśla potrzebę przywrócenia w procesie uczenia się i radosnego poczucia zabawy, które towarzyszyły zdobywaniu wiedzy we wczesnym dzieciństwie.

Wydaje się, że takie podejście również w przypadku uczniów w wieku 16–20 lat może przynieść doskonałe efekty. Obecne możliwości techniczne pozwalają przenieść funkcjonowanie firmy w wirtualną rzeczywistość, a sytuacje biznesowe rozgrywać z różnych miejsc, gdzie dostępne jest łącze internetowe oraz o różnym czasie. Zastosowanie symulacji komputerowych pozwoliłoby podnieść efektywność procesu nauczania zasad tworzenia i prowadzenia własnej firmy.

Podsumowanie

W niniejszym opracowaniu zaprezentowano propozycję programu nauczania, opartego o budowę biznesplanu przedsięwzięcia. Jednak takie podejście nie powinno być niezmiennym planem, który określa działania w pewnym momencie zupełnie nieprzydatne. Szczegółowa zawartość merytoryczna powinna być każdorazowo ustalana w oparciu o możliwości

dydaktyczne placówki oświatowej, a także modyfikowana z punktu widzenia profilu szkoły średniej.

Bibliografia

G. Dryden, J. Vos, *Rewolucja w uczeniu*, Moderski i S-ka, Poznań 2000.

J. O'Connor, J. Seymour, *NLP – Szkolenie menedżerów i trenerów*, GWP, Gdańsk 1999.

Abstract

The paper presents a proposal of teaching program in the field of entrepreneurship education prepared for pupils in secondary schools. The program is aimed at understanding market economy, ways of setting up a company and methods of creating a business plan. Pupils at the age of 16 to 20 who want to set up their own company in the future without completing studies at universities of economics are the target group for the program.

Nota o Autorze

Autor jest pracownikiem naukowym Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Jest również trenerem i konsultantem w firmie Training Partners Sp. z o.o. Przez 5 lat pracował w portalu rekrutacyjnym pracuj.pl, zdobył doświadczenie w Ford Motor Company w Kolonii. Zarządzał kilkoma ogólnopolskimi projektami dla studentów różnych uczelni. W pracy naukowej i szkoleniowej zajmuje się umiejętnościami menedżerskimi oraz konkurencyjnością przedsiębiorstw. Jest autorem informatycznego narzędzia 4P Projekt do określania konkurencyjności firmy (www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl).