

Wiedza i umiejętności w nauczaniu przedsiębiorczości

W trakcie dotychczasowych konferencji pod hasłem „Przedsiębiorczość – edukacja” przedstawiano różne podejścia do pojęcia „przedsiębiorczość”. Liczne jego definicje można znaleźć w literaturze ekonomicznej. Zdaniem klasyka ekonomii P.F. Druckera, jest to cecha przedsiębiorcy lub przedsiębiorstwa, która oznacza gotowość i zdolność podejmowania i rozwiązywania w sposób twórczy i nowatorski nowych problemów, umiejętność wykorzystywania pojawiających się szans i okazji oraz elastycznego przystosowania się do zmieniających się warunków (1992). Żeby jednak sformułować pełną definicję, trzeba uwzględnić dorobek socjologii i psychologii. Badacze zwracają uwagę na „czynniki ludzkie” przedsiębiorczości, obejmujące wzorce myślenia, postępowanie, relacje międzyludzkie oraz cechy osobowości. W tym kontekście określenie przedsiębiorczości jako postawy charakteryzującej się innowacyjnym i twórczym podejściem do rozwiązywania problemów, przejawiającej się w wielu dziedzinach życia społecznego i gospodarczego (...), polegającej na umiejętności pokonywania trudności w każdych warunkach i wykorzystaniu szans, jakie pojawiają się w otoczeniu (Makiela, Rachwał 2004), nawiązuje do wszystkich wyżej wymienionych nauk, a więc nie tylko ekonomii, ale także socjologii i psychologii. Oczywiście, może ono nie być dla wszystkich zadowalające, ale jest przecież skierowane do uczniów szkół ponadgimnazjalnych i powinno być dla nich zrozumiałe. Jest również wskazówką dla nauczycieli podstaw przedsiębiorczości, że w ramach tego przedmiotu powinni oni kształtować u młodzieży określone postawy i umiejętności. Realizując program, trzeba stworzyć sprzyjające warunki dla aktywności uczniów. Problemy związane wyłącznie z tradycyjnymi, werbalnymi metodami nauczania tego przedmiotu po pięciu latach od jego wprowadzenia, miejmy nadzieję, mamy już za sobą. Uczenie to przecież nie tylko przekazywanie wiedzy, ale także proces aktywnego przekazywania umiejętności, nawyków i wiadomości, dokonujący się w toku bezpośredniego poznania rzeczywistości (Kupisiewicz 2005). My, nauczyciele, musimy kierować tym procesem, powinniśmy realizować cele kształcenia w taki sposób, aby umożliwić poznanie rzeczywistości i gromadzenie wiedzy w umyśle ucznia, wykorzystanie jej w jego działalności intelektualnej i zafunkcjonowanie tej wiedzy w działalności praktycznej, przekształcanie rzeczywistości (Okoń 2003).

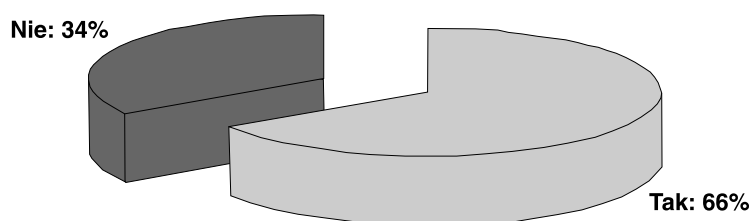
Jedno z podstawowych pytań nauczyciela przedsiębiorczości brzmi: jakie powinny być proporcje między przekazywaniem informacji teoretycznych a kształtowaniem postaw i umiejętności uczniów? Wielu nauczycieli ma swoje wybrane tematy, w trakcie realizacji których stosuje formy uczenia zachęcające do większej aktywności. Zajęć prowadzonych w sposób praktyczny powinno być z roku na rok więcej. Należy również na bieżąco wyciągać wnioski i poprawiać ewentualne niedociągnięcia.

Kiedy zastanawiamy się, ile uczniom przekazać wiedzy i jakie wykształcić umiejętności, dobrze jest odwołać się do opinii ich samych. W zależności od sytuacji politycznej i gospodarczej w Polsce, także na rynku pracy, preferencje młodzieży się zmieniają. Twierdzę tak na podstawie

wyników badań ankietowych na temat rynku pracy i planów na przyszłość, przeprowadzanych wśród uczniów klas maturalnych w latach ubiegłych i w bieżącym roku.

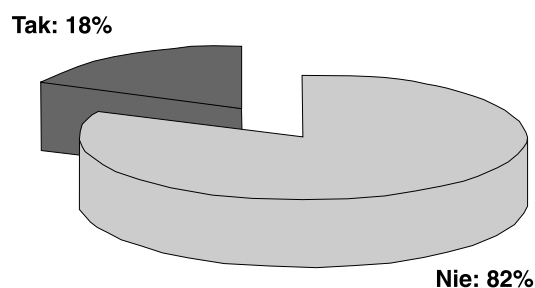
Młodzież w Polsce jest coraz bardziej aktywna. Z roku na rok rośnie liczba osób, które już w czasie nauki w szkole ponadgimnazjalnej zdobywają pierwsze doświadczenia zawodowe. Zamieszczone niżej wykresy (ryc. 1 i 2) potwierdzają (na podstawie opinii uczniów klas maturalnych kończących II Liceum Ogólnokształcące w Zabrze – badania prowadzone na przełomie marca i kwietnia), że wśród osiemnastolatków ubywa osób, które nie podejmowały jeszcze pracy. W 2006 r. było ich 34%, w 2007 r. – 18%. Jest to oczywiście z reguły praca dorywcza, wykonywana w weekendy, lub sezonowa w czasie wakacji, ale młodzi ludzie zdają sobie doskonale sprawę z tego, że wszystkie zebrane doświadczenia będą procentować w przyszłości w trakcie poszukiwania i wykonywania pierwszej pracy.

Ryc. 1. Podejmowanie pracy przez uczniów II LO w Zabrze w 2006 r. (w %)



Źródło: opracowanie autora.

Ryc. 2. Podejmowanie pracy przez uczniów II LO w Zabrze w 2007 r. (w %)



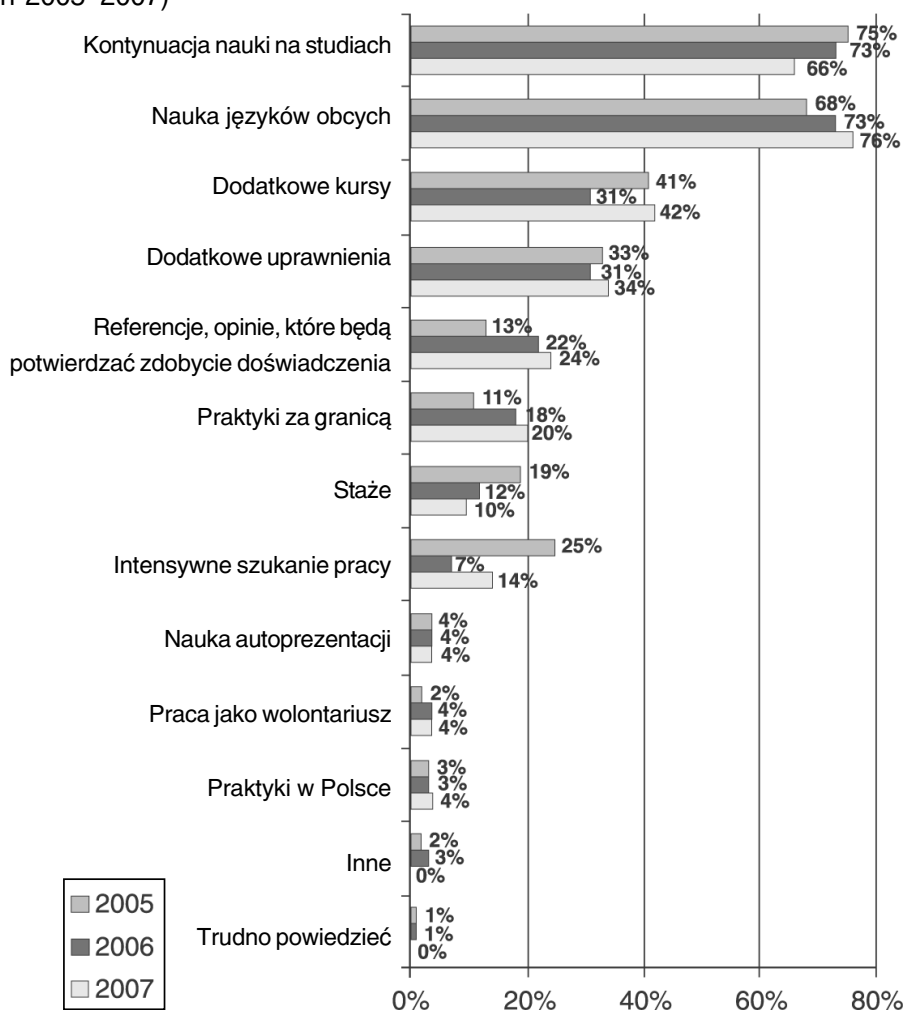
Źródło: opracowanie autora.

Zdobywanie przydatnych umiejętności w trakcie zajęć z podstaw przedsiębiorczości i pierwszych doświadczeń zawodowych jest dla młodych ludzi bardzo istotne także z tego względu, że na ewentualnym dalszym etapie nauki o tę praktyczną stronę przygotowania do podjęcia stałej pracy zawodowej nikt nie będzie się troszczył. Mimo więc ukończenia studiów na znanej i cenionej uczelni, młodzi ludzie nie są w Polsce chętnie przyjmowani do pracy. Co zatem decyduje o tym, że świeżo upieczony absolwent, nawet modnej i poszukiwanej specjalności, nie może znaleźć pracy w swoim zawodzie? Często słyszy się, że wynika to właśnie z niedoskonałości kształcenia, a konkretnie – ze zbyt słabego nacisku na zajęcia praktyczne. Podobną opinię zaprezentował Marek Zuber, jeden z uczestników programu o gospodarce „Plus-minus”, emitowanego w I programie TVP 18.10.2005 r., a jednocześnie jeden z ekspertów ekonomicznych rządu PiS (na początku jego kadencji), w czasie dyskusji na temat przygotowywania absolwentów wyższych uczelni do roli przedsiębiorców. Jego zdaniem zbyt mały nacisk w czasie studiów kładzie się na przekazywanie umiejętności praktycznych, ponieważ studiowanie polega na poszerzaniu wiedzy

teoretycznej. Jako przykład kraju do naśladowania w tej dziedzinie podał Stany Zjednoczone, gdzie zajęcia studentów z „praktykami” nie są jednorazowe, ale trwają całe cykle, np. semestralne. W Polsce zaś „większość uczelni ekonomicznych w ciągu pięciu lat studiów wymaga odbycia jedynie miesięcznej praktyki” (Kurlit, Maciąg, Salwarowicz 2005). Wniosek, jaki się nasuwa na podstawie przedstawionych wyżej opinii, może oznaczać, że wszystkiemu jest winna edukacja. Jeżeli się jednak temu problemowi lepiej przyjrzeć, poznać np. opinie studentów, wtedy przestaje to być takie oczywiste. Można zadać pytanie: dlaczego wymagania uczelni dotyczące praktyk są takie skromne? dlaczego nie mogłyby być wyższe? Na pewno mogłyby, ale jest to problem, ponieważ wielu studentów ma trudności ze znalezieniem pracodawcy, który przyjąłby ich na miesięczną praktykę. Można by zapytać: czy coś takiego dzieje się w Stanach Zjednoczonych? Tam *human capital* jest czymś oczywistym dla pracodawcy, stąd zainteresowanie i udział w kształceniu studentów, z których najlepsi „wyłapywani są” już w czasie studiów. W Polsce takie podejście prezentuje niewiele przedsiębiorstw. Są to zwykle przedstawicielstwa renomowanych firm zachodnich, w których – zgodnie ze wspomnianą wyżej zasadą – pracownicy są jednym z najważniejszych składników kapitału firmy. Te firmy rekrutują studentów, organizują im praktyki i finansują staże zagraniczne, a najlepszym proponują zatrudnienie. Korzyści, które czerpią z takiego podejścia, są bezsporne. Typowy pracodawca w Polsce nie jest zainteresowany partycypacją w kosztach praktycznej części edukacji młodego pokolenia. Nawet przyjęcie studenta na bezpłatną praktykę traktuje jako obciążenie, bo uważa, że student-praktykant „absorbuje niepotrzebnie” jednego z jego pracowników, który powinien w tym czasie efektywnie pracować. Sami pracodawcy nie kryją, że tak właśnie myślą. Tylko mniej więcej co czwarty pracodawca rozważa przyjęcie studenta na praktykę. Pozostali są przekonani, że praktykantom trzeba poświęcić zbyt dużo czasu i zainwestować w nich pieniądze (Blewaska, Pienias 2005). Wśród przeważającej części polskich pracodawców przeważa postawa eksploatacji istniejącego potencjału pracowników, nie zaś inwestowanie w kadrę. Potwierdzeniem tej opinii jest podejście pracodawców do zatrudniania pracowników. Wymagają oni z reguły co najmniej 3–5 letniego doświadczenia zawodowego. Jak z tego widać, nie wystarczy tworzenie nowych programów edukacyjnych. Aby zwiększyć efektywność kształcenia, niezbędne jest także zintensyfikowanie programowe (w zakresie wpływu na treści kształcenia) i finansowe zaangażowanie pracodawców.

A co młodzież uważa za najważniejsze w podnoszeniu swojej wartości na rynku pracy? Na pytanie: co należy robić, żeby zwiększyć swoje szanse na rynku pracy, uczniowie klas maturalnych II Liceum Ogólnokształcącego w Zabrze najczęściej (można było zaznaczyć trzy odpowiedzi) na pierwszym miejscu stawiają naukę języków obcych, następnie podkreślają wagę dalszego kształcenia się, uczestnictwa w kursach, szkoleniach, uzyskiwanie dodatkowych uprawnień, licencji i tytułów oraz odbywanie praktyk za granicą.

Ryc. 3. Odpowiedzi uczniów na pytanie „Co należy robić, żeby zwiększyć swoje szanse na rynku pracy” (w latach 2005–2007)



Źródło: opracowanie autora.

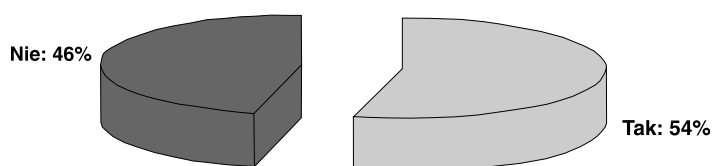
Analizując wyniki ankiet, warto zwrócić uwagę na tendencje wzrostowe i spadkowe w poszczególnych kategoriach. Wzrost: nauka języków obcych – 8%, referencje, opinie – 11%, praktyki za granicą – 9%; spadek: kontynuacja nauki na studiach – 9%, staże – 9%. W opiniach młodych ludzi z roku na rok rośnie znaczenie znajomości języków obcych, co jest związane m.in. z otwarciem unijnych rynków pracy dla Polaków, a także rola dokumentów potwierdzających zdobyte doświadczenie oraz praktyk zagranicznych. Ciekawa jest ostatnia kategoria. Dlaczego rośnie w oczach młodych ludzi wartość praktyk za granicą, a niezmienna pozostaje w przypadku praktyk w Polsce? Po raz kolejny trzeba powrócić do podejścia polskich pracodawców do procesu rekrutacji. To właśnie w ich opinii praktyka zagraniczna jest tak istotna. Warto się zastanowić, dlaczego tak się dzieje. Posłużę się przykładem studentki piątego roku kierunku transport i logistyka Akademii Ekonomicznej w Katowicach. W czasie studiów, podczas wakacji, odbywała miesięczne praktyki, dwukrotnie w Polsce, w ubiegłym roku w Niemczech. W jednej z polskich firm wykorzystywano ją głównie jako „obsługę urządzeń biurowych”, w drugiej pozwalano jej czasem wykonywać proste prace związane ze studiowaną specjalnością, w Niemczech natomiast, po dwóch dniach przygotowania, zastępowała w pełni, przez resztę miesiąca, pracownika, który poszedł na urlop. W przypadku trudności zwracała się o pomoc do swojego przełożonego i nikt nie uważał tego za marnowanie czasu, jak to się dzieje w przypadku niektórych pracodawców

w Polsce (o czym wyżej). W Niemczech taki praktykant, jeżeli się sprawdzi, może w przyszłości liczyć w na zatrudnienie w firmie, w której praktykował.

Coraz mniej uczniów uważa, że kontynuacja nauki na studiach i odbycie staży może zwiększyć szansę na rynku pracy. Ma to pewien związek z masową zarobkową emigracją Polaków, szczególnie młodych. Również wielu tegorocznych maturzystów (54%) deklaruje wyjazd, przynajmniej wakacyjny, za granicę do pracy. Część z nich nie ukrywa, że jeżeli im się powiedzie, to zostaną za granicą dłużej, a plany podjęcia studiów odłożą na później. Jeżeli zaś chodzi o staże, to biorąc pod uwagę możliwości, o których wspomniano, młodzież nie jest zainteresowana ich odbywaniem za 70% czy 80% najniższego wynagrodzenia.

Skalę zjawiska dotyczącego planowanych wyjazdów uczniów do pracy za granicę przedstawia ryc. 4. To pytanie zadano ankietowanym uczniom po raz pierwszy.

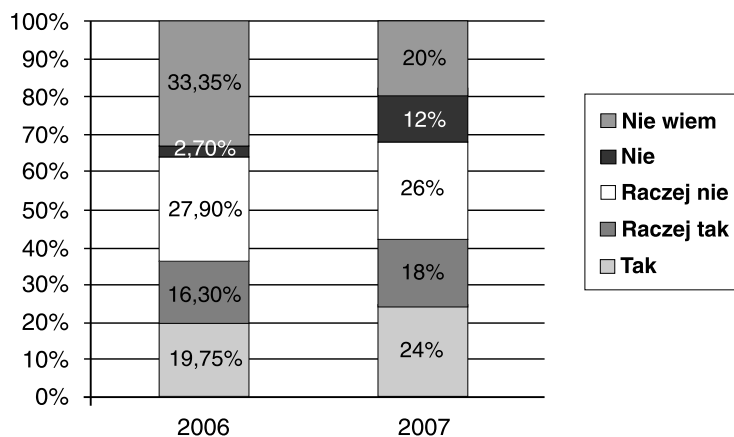
Ryc. 4. Plany uczniów II LO w Zabrzu dotyczące wyjazdu do pracy za granicę – 2007 r.



Źródło: opracowanie autora.

Ostatnie pytanie ankiety dotyczyło możliwości założenia w przyszłości własnej firmy. Nie określono w niej czasu, w jakim te plany miałyby być realizowane.

Ryc. 5. Intencja założenia własnej firmy przez uczniów II LO w Zabrzu (w %)



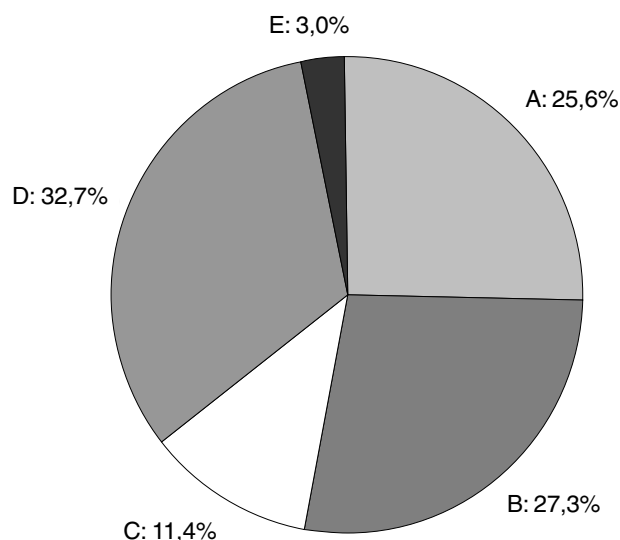
Źródło: opracowanie autora.

Założenie własnej firmy zdecydowanie zadeklarowała w 2006 r. niecała $\frac{1}{4}$, a w 2007 r. – prawie $\frac{1}{5}$ uczniów. W porównaniu z rokiem 2006, w 2007 r. zmniejszyła się liczba niezdecydowanych, odpowiadających: nie wiem – o ponad 13%; wzrosła liczba rozważających podjęcie działalności gospodarczej (tak lub raczej tak) o około 6% oraz wykluczających tę możliwość (nie lub raczej nie) o około 7,5%.

Z wykresu wynika, że deklaracje założenia firmy wykazują pewną zmienność w czasie. Może jest jednak zbyt wcześnie, by wyciągać daleko idące wnioski, gdyż okres badawczy jest dosyć krótki. Wyniki badania mogą jednak być potwierdzeniem, że pewne preferencje młodych ludzi przygotowujących się do wejścia na rynek pracy zmieniają się, a nauczyciele powinni na to

reagować. Jedną z tendencji jest większy nacisk położony na zdobywanie umiejętności, a w drugiej kolejności – wiedzy. Poza tym uczniowie zdają sobie sprawę, że nawet jeśli zdobędą wiedzę, potrzebna jest im umiejętność wykorzystania jej w życiu. Od nauczycieli takich przedmiotów, jak podstawy przedsiębiorczości, oczekują pomocy, aby łatwiej kształtować postawy i nabywać umiejętności człowieka przedsiębiorczego. Najlepszym potwierdzeniem tej tezy są odpowiedzi na pytanie o najważniejsze zadania szkoły wynikające z podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości.

Ryc. 6. Opinie uczniów II LO w Zabrze dotyczące najważniejszych zadań szkoły w przygotowaniu ich do dorosłego życia (w %)



Źródło: opracowanie autora.

A – wspomaganie ucznia w wyborze kierunku dalszego kształcenia,
 B – pomoc w rozwijaniu umiejętności samokształcenia i samodoskonalenia oraz w pobudzaniu indywidualnych zainteresowań prowadzeniem działalności gospodarczej,
 C – umożliwienie poznania specyfiki lokalnego rynku pracy,
 D – zapewnienie możliwości uzyskania wiedzy i umiejętności oraz kształtowania postaw przedsiębiorczych, warunkujących aktywne uczestnictwo w życiu gospodarczym,
 E – tworzenie sprzyjającej atmosfery dla współpracy szkoły z przedstawicielami życia gospodarczego w regionie.

Na zakończenie należy wspomnieć o niepodważalnej prawdzie: nie każdy uczeń zostanie przedsiębiorcą. Wszyscy zajmujący się edukacją w dziedzinie przedsiębiorczości powinni jednak być świadomi, że cechy człowieka przedsiębiorczego są potrzebne każdemu człowiekowi, niezależnie od miejsca, jakie zajmuje w życiu społeczno-gospodarczym. Rola nauczycieli podstaw przedsiębiorczości nie sprowadza się więc do przekazywania wiedzy i umiejętności. Konieczne jest odpowiedzialne wyważenie, ile wiedzy i jakie umiejętności powinien starać się uczniom przekazać.

Literatura

1. Blewaska J., Pienias M., 2005, *Praktyki nie dla studentów*, „Gazeta wyborcza”, 13.06.2005 r.
2. Drucker P.F., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.

3. Kupisiewicz C., 2005, *Podstawy dydaktyki*, WSiP, Warszawa.
4. Kurlit M., Maciąg D., Salwarowicz Ł., 2005, *Szansa dla bezrobotnych*, „MANKO – miesięcznik studencki”, AE w Krakowie.
5. Makięła Z., Rachwał T., 2004, *Podstawy przedsiębiorczości*, Nowa Era, Warszawa
6. Okoń W., 2003, *Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej*, Wydawnictwo Akademickie ŻAK, Olsztyn.

Knowledge and Skills in the Teaching Entrepreneurship

Striving to completely explain the concept of entrepreneurship we have to look into the work of three fields of science: economics, sociology and psychology. Among the skills and qualities necessary for an entrepreneur they name the following: readiness and ability to make decisions, creative approach to problem solving, courage, creativity, resourcefulness, persistence and willingness to work. Therefore the teachers of entrepreneurship have to pass on to their students specific knowledge and skills useful for their participation in social and economic life, as well as encourage certain qualities and attitudes concerned with taking advantage of opportunities and openness to novelty under all circumstances, not necessarily as an entrepreneur. Choosing the teaching methods, it is worth to get to know the opinions and expectations of your students concerning the skills they consider important and necessary on the Polish job market. I have been looking into this issue with final year students for several years. It turns out that the preferences of young people who are getting ready to enter the job market are changing and teachers should react to this fact. One of the latest tendencies is to put more emphasis on getting skills and later knowledge. Furthermore, students realize that even when they possess knowledge, they should also have the ability to make use of it.