



VERSLUMO KOMPETENCIJŲ UGDYMO VADOVAS

GEROSIOS PRAKTIKOS PAVYZDŽIAI

Šis leidinys yra finansuojamas iš Europos Komisijos lėšų pagal „Erasmus+“ programą.

LEIDINYS NEMOKAMAS



Leidinyš išleistas naudojant Europos Komisijos finansinę paramą. Leidinyje dėstomas tik jo autorių požiūris. Europos Komisija ir Nacionalinė „Erasmus+“ programos agentūra neatsako už šio leidinio turinį.

Verslumo kompetencijų ugdymo vadovo rengėjai:

*Vilniaus rajono Pedagoginė psichologinė tarnyba;
Centrum Doradztwa Zawodowego dla Młodzieży w Poznaniu;
Stowarzyszenie Na Rzecz Spółdzielni Socjalnych w Poznaniu;
Cometa Como Formazione a. s.*

Redagavo: Oksana Aleknavičius

Spaustuvė: UAB Mylida

Nemenčinė, 2017

ISBN: 978-609-9597-3-5

Turinys

1. Įvadas.....	4
2. Verslumo kompetencijos.....	6
2.1. Lyderystė ir planavimo gebėjimai.....	6
2.1.1. Mokymosi metodas: mentorystė ir projektas.....	6
2.1.2. Italų asociacijos „Cometa Como“ profesinė mokykla.....	8
2.1.3. Išvados ir nauda.....	11
Literatūra.....	12
2.2. Bendradarbiavimo gebėjimai, komunikavimo gebėjimai ir socialiniai įgūdžiai	15
2.2.1. Mokymosi metodas: debatų klubas.....	15
2.2.2. Poznanės Oksfordo debatai.....	19
2.2.3. Išvados ir nauda.....	22
Literatūra.....	23
2.3. Rizikos valdymas, ištvermė ir kritinis mąstymas.....	25
2.3.1. Mokymosi metodas: strateginiai žaidimai.....	25
2.3.2. Poznanės miesto ir strateginis žaidimai.....	27
2.3.3. Išvados ir nauda.....	31
Literatūra.....	32
2.4. Žinios apie ekonomiką ir teisę ir gebėjimas mokytis.....	35
2.4.1. Mokymosi metodas: mokinių kooperatyvai.....	35
2.4.2. Mokinių kooperatyvas „Nie ma lipy“.....	38
2.4.3. Išvados ir nauda.....	40
Literatūra.....	41
2.5. Kūrybiškumas ir inovacijos.....	43
2.5.1. Mokymosi metodas: mokomosios mokinių bendrovės.....	43
2.5.2. VšĮ „Lietuvos Junior Achievement“ patirtis.....	49
2.5.3. Išvados ir nauda.....	52
Literatūra.....	54
3. Baigiamasis žodis.....	56

1. Įvadas

Verslumas – tai gyvenimo būdas. Svarbiausias jo elementas yra sunkiai apčiuopiamas. Mokinius galima išmokyti parašyti verslo planą, kad jie įgytų tam tikros praktikos ir patirties verslo vadybos srityje, tačiau negalima teigti, kad taip išugdysime verslininkus. Verslumas – tai charakterio bruožas, gebėjimas rizikuoti, noras kurti, smalsumas, aistra, nenumaldomas troškimas daryti viską kuo geriau, nuolat siekti kuo geresnių rezultatų. Verslininkas – asmuo, žinantis, kaip idėją paversti tikrove išanalizavus tokius veiksnius kaip išlaidos, medžiagos ar rinka; asmuo, galintis išvystyti naują, novatorišką, ateities idėją, kuri bus reikalinga kitiems ekonominio gyvenimo dalyviams.

Verslumo samprata yra labai plati. Ji apima naujų idėjų generavimą, projektų vykdymą, sugebėjimą sėkmingai organizuoti, valdyti savo gyvenimą ir veiklą, išteklius, pelningą prekių gamybą ir paslaugų teikimą. Kitaip tariant, jis apima du procesus: mąstymą ir veiklą. Verslumas susijęs su kūrybiškumu, inovacijomis, rizika, gebėjimu planuoti ir valdyti projektus, galų gale, yra priemonė numatytoms užduotims įgyvendinti. Jis gali būti apibūdinamas ir kaip žmogaus gebėjimas svajoti apie ateitį ir iškelti tikslus; numatyti strategijas ir rasti būdus iškeltiems tikslams pasiekti; duoti kryptį sau ir savo komandos nariams nuosekliai eiti numatytu keliu.

Nepaisant didelės verslumo sąvokos apibrėžimų įvairovės, pabrėžiama, kad verslumas susijęs su pasitikėjimu savimi, iniciatyvumu, kūrybiškumu, inovacijomis, ambicijomis, atkaklumu, gebėjimu numatyti tolesnius žingsnius, atsakomybe ir stipria vidine motyvacija. Žinios apie ekonomiką ir įmonės valdymą yra tokios pat svarbios, kaip ir sugebėjimas planuoti ir organizuoti savo veiklą, nustatyti jos vystymosi kelią ar rizikos valdymas.

Plačiaja prasme verslumo kompetencijos yra susijusios su ugdymo(si) procesu, kurio tikslas susijęs su nuolatiniu ekonominių, socialinių, kultūrinių ir kitų vertybių vystymu (*Rasmussen, Moberg, Revsbech 2015*). Europos Sąjungoje gyvename įvairialypėje aplinkoje, kiekvienas regionas yra savitas, turintis savitą kūrybinę energiją ir novatoriškas idėjas. Norint konkuruoti vis labiau globalizacijos veikiamame pasaulyje, reikia judėti stipresnės, žiniomis grįstos ekonomikos link, kuri remtųsi novatoriškais idėjomis, paremtomis naujaisiais moksliniais tyrimais ir kūrybiškumu, kuris padėtų technologinės plėtros produktus paversti komerciniais produktais ir procesais.

Šiame vadove *Trio2Succes* projekto partnerių dėmesys sutelkiamas į kompetencijas, plačiaja prasme labiausiai atskleidžiančias požiūrį į verslumą, jam reikalingus žmogaus sugebėjimus ir savybes. Projekto komandos susitikimų ir diskusijų metu, remiantis iš anksto atlikta literatūros analize, buvo išskirtos penkios verslumą ugdančių kompetencijų grupės. Projekto partnerių nuomone, būtent jos yra reikšmingos žvelgiant iš Lietuvos, Lenkijos ir Italijos valstybių vykdomos ekonomikos taško. Kadangi visos šios šalys yra Europos Sąjungos narės, tikėtina, kad šios verslumą ugdančių sugebėjimų ir savybių grupės yra svarbios ir kitoms ES valstybėms ir gali padėti apibūdinti jose

savo verslą kuriančius asmenis. Vadove ypatingas dėmesys skiriamas ne tik verslumo kompetencijų aptarimui, bet, visų pirma, jų novatoriškų ir veiksmingų mokymosi metodų pristatymui.

Viena iš penkių *Trio2Success* projekto partnerių išskirtų verslumą ugdančių kompetencijų porų yra **kūrybiškumas ir inovacijos**, jos praktiškai gali būti ugdomos mokinių mokomųjų bendrovių metodu. Šių kompetencijų pristatymo ėmėsi *Trio2Success* partneris iš Lietuvos – Vilniaus rajono Pedagoginė psichologinė tarnyba. Kitų kompetencijų – **lyderystės ir planavimo gebėjimų** – galima mokyti per mentorystės ir projekto metodus. Šiuos metodus aprašė partneris iš Italijos – asociacija „Cometa Como“ (*Cometa Como Formazione a. s.*), pristatydama savo organizacijos darbo patirtį. Projekto partneris iš Lenkijos, Poznanės jaunimo profesinio konsultavimo centras (*Centrum Doradztwa Zawodowego dla młodzieży*), pristatė dvi kitas verslumą ugdančių sugebėjimų ir savybių grupes: pirmoji – **bendradarbiavimo, komunikavimo ir socialinių įgūdžių**, antroji – **rizikos valdymo, ištvermės ir kritinio mąstymo**. Jas galima ugdyti pasitelkiant Oksfordo debatų ir strateginių žaidimų metodus. Penktąją kompetencijų porą – **žinias apie ekonomiką ir teisę ir gebėjimą mokytis** aptarė kitas partneris iš Lenkijos – Poznanės socialinių kooperatyvų asociacija (*Stowarzyszenie na Rzecz Spółdzielni Socjalnych z Poznania*), jie pristatė mokinių kooperatyvų kūrimo metodą.

Projekto *Trio2Success* partneriai nuoširdžiai tikisi, kad sukurtas vadovas bus naudingas skaitytojams, besidomintiems verslumą ugdančiais metodais arba norintiems pritaikyti pasiūlytas naujoves savo darbe.

2. Verslumo kompetencijos

2.1. Lyderystė ir planavimo gebėjimai

Apibrėžimai:

Lyderystė – stiprybė ir sugebėjimas vadovauti kitiems žmonėms.

Planavimo gebėjimai – sugebėjimai siekiant numatyto tikslo valdyti savo ir kitų žmonių laiką, aplinkybes.

<http://www.merriam-webster.com/>; <http://www.strath.ac.uk/>

2.1.1. Mokymosi metodas: mentorystė ir projektas

Mokinys yra svarbiausias mokymo proceso vienetą. Jo užduotis – sukurti projektą, o mokytojo-mentoriaus pareiga suteikti mokiniui priemones, būtinas projektui sukurti. Šiame etape mokinys įgyja verslumo ir produktyvumo sričių patirties. Jis generuoja tam tikrą idėją. Suaugusiųjų suteiktos priemonės šią idėją paverčia projektu arba produktu, kurį galima parduoti. Ši sąlyga numato konkretaus mokinio motyvacijos, kibirkšties atradimą, kuri paskatins jį tapti verslininku. Per projektą kuriamas ryšys, jungiantis žinias ir praktiką. Iš esmės, būtent susidūrimas su realiu iššūkiu didina žinių troškimą ir intelektualaus problemos sprendimo galimybes.

Remiantis *Oxford Dictionary* pateikiamu apibrėžimu, mentorystė tai „mažiau patirties turinčio asmens rėmimas ir konsultavimas siekiant jo tobulėjimo darbe“. Kitokiu apibrėžimu naudojasi *Kram (1985), Levinson ir kt. (1978)* – jų nuomone, mentorystė reiškia santykį tarp jaunesnio ir mažiau patyrusio asmens (mokinio) ir vyresnio, labiau patyrusio asmens (mentoriaus). Suaugusiųjų žmonių karjeros ir tobulėjimo srities teoretikai mentorystę aprašo kaip didelį potencialą ir asmenų tobulėjimo efektyvumui įtakos turintį procesą (*Dalton, Thompson, Price, 1977; Hall, 1976; Levinson ir kt., 1978*). Pagrindinį vaidmenį asmeniniame ir profesiniame tobulėjime gali atlikti santykis tarp mokinio ir mentoriaus (*Clawson, 1979; Kram, 1985; Levinson ir kt., 1978; Philips-Jones, 1982*). *Levinson ir kt. (1978)* patvirtina, kad dėl bendradarbiavimo su mentoriumi jauni suaugę žmonės gali įeiti į darbo rinką be rimtesnių sunkumų ir lengviau suvokti savo tapatybę.

Be to, mentorystė – tai pagrindinė socializacijos forma, kuri gali pakeisti mentoriaus ir mokinio emocinę, dvasinę ir fizinę savijautą (*Chao, 2007*). Ji yra plačiau naudojama kaip mokymosi metodas, nes pakelia akademinių pasiekimų lygį, skatina savos tapatybės suvokimą, didina pasitikėjimą savimi, sumažina rizikingo elgesio galimybes, remia profesinį augimą ir mažina ankstyvo pasitraukimo iš švietimo sistemos rodiklį (*DuBois ir kt. 2002; Jacobi 1991; Kram, 1985, Levinson ir kt. 1978*).

Projekto terminą pasiūlė Rowe (1987), taip pavadinta ir jo knyga. Šiuo metu projekto metodas pritraukia vis didesnį tokių mokslo šakų kaip IT, švietimas, verslas arba medicina susidomėjimą. Tai skatina vis didesnį projektų modelių skaičiaus augimą.

Projektiniu mąstymu yra laikomas mąstymas, leidžiantis rasti kūrybiškus ir praktinius problemų sprendimus, nukreiptus į būsimų rezultatų kokybės pagerinimą. Tai mąstymo tipas, kurio pradžia – konkretus tikslas, o ne problemos sprendimas. Be to, projektinis mąstymas yra daugelio gyvenimo sričių problemų sprendimo būdas.

Mentorystė turi dvi pagrindines funkcijas (Kram, Ragins, 2007). Pirmoji iš jų – mokinio karjeros remiančioji funkcija. Panaudodamas skirtingus metodus mentorius padeda mokiniui įgyti tam tikros profesijos pagrindus. Antroji funkcija yra psichologinio-socialinio pobūdžio ir grindžiama artimais tarpasmeniniais santykiais ir pasitikėjimu. Tai leidžia mokiniui nuolat tobulėti asmeniškai ir profesionaliai. Kai kuriems mentoriaus ir mokinio santykiams reikalingesnis karjeros rėmimas, o kituose karjeros rėmimo funkcija gali užleisti vietą psichologinei-socialinei, ko reikia labiau, priklauso nuo mokinio poreikių ir/arba mentoriaus gebėjimų (Noe, 1988; Ragins, McFarlin, 1990; Scandura, 1992).

Kram (1983) išanalizavo 18 skirtingų mentorių ir mokinių santykius ir jų pagrindu išskyrė keturis mentorystės etapus: 1) iniciacija, 2) ugdymas, 3) atskyrimas ir 4) pakartotinis apibrėžimas. Abi pagrindinės mentorystės funkcijos gali būti diegiamos iniciacijos etape, tačiau dažniausiai tai įvyksta tik antrame etape. Ugdymo etapą dažnai apibūdina tarpasmeniniai santykiai. Šiame etape santykiai iš vienašalių tampa abipusiai (Kram, 1985). Perėjimą iš antro į trečią etapą gali lemti keletas veiksnių: a) aplinka pažeidžia santykių pusiausvyrą; b) pasikeičia asmens poreikiai; c) veikia psichologinės priežastys. Ragins ir Scandura (1997) nurodo, kad santykis gali būti nutrauktas dėl psichologinių funkcinio arba disfunkcinio pobūdžio priežasčių; tačiau daugeliu atvejų jis nutrūksta dėl fizinio mentoriaus ir mokinio atskyrimo. Tik nedaugelis mentorystės santykių trunka pakankamai ilgai, kad pereitų į ketvirtą etapą – draugystės arba kolegiškus santykius.

Projekto esmė yra tai, kad produktas – nėra tikslas pats savaime, nes būtina rasti jo paskirtį ir gavėją. Idėjų kūrimas ir jų įgyvendinimas – tai neatskiriama žmogaus prigimties dalis. Pirminis kiekvieno žmogaus tikslas yra sukurti idėją. Todėl labai svarbu mokytis, kaip kurti. Sumanymas turi atitikti aplinkos ir sukurtos idėjos būsimų gavėjų poreikius. Taip pat projektas apima etnografinių regiono ypatumų stebėjimą ir jų panaudojimą praktiškiems produktams kurti. Empatija yra būtina, nes kūrėjas turi suprasti savo klientų patirtį.

Mentorystės ryšiai dažniausiai yra savanoriški ir nenumato mokamų paslaugų teikimo. Bendrovėje dažnai tai yra iš dalies savanoryste paremti santykiai, kai labiau patyręs darbuotojas perduoda svarbią informaciją ir specifines žinias naujam bendradarbiui. Daugelis institucijų vykdo organizuotas mentorių programas, kuriose parenka mokiniui mentorių, nustato šių santykių trukmę. Clutterbuck (2004) sukūrė anglišką trumpinį, kuris išaiškina mentoriaus

veiklas: **Manage the relationship** (santykių valdymas), **Encourage** (motyvavimas), **Nurture** (ugdymas), **Teach** (mokymas), **Offer mutual respect** (tarpusavio pagarbos užtikrinimas), **Respond to the learner's needs** (reagavimas į mokinio poreikius).

Mentorystė padeda planuoti veiksmus, pritaikytus prie individualių mokinio poreikių ir jo mokymosi stiliaus. Mentorystės procesas leidžia susitelkti į tarpasmeninius gebėjimus.

Projekto procesą galima suskirstyti į skirtingus etapus. *Brown (2009)* nurodo, kad projekto procese kūrėjai pereina per tris stadijas (prie kurių daug kartų sugrįžta):

1. **Ikvėpimas** (supratimas, stebėjimas, gili įžvalga ir problemos apibrėžimas). Kūrėjai dirba su problema arba galimybe, tai juos motyvuoja veikti. Dažnai šiame etape siekdami pagilinti savo žinias jie naudojami ekspertų patirtimi. Tai padeda geriau suprasti esamą problemą ir atskirti asmeninius kūrėjo įsitikinimus nuo problemos analizės. Kitas žingsnis – sujungti surinktą informaciją duomenų analizei ir sintezei. Šis veiksmas leidžia apibrėžti problemos esmę.

2. **Idėjos sukūrimas** (idėjos, prototipo sukūrimas, testavimas). Kūrėjai yra pasirengę teikti konkrečius sumanymus pasitelkę nestandartinį mąstymą. Šis etapas leidžia kurti naujus sprendimus pasitelkiant įvairias technikas, pvz., smegenų šturmą, minčių užrašymą, „blogiausią iš galimų idėjų“. Tokie susitikimai padeda laisvai reikšti mintis. Kitame etape kūrėjai pateikia savo prototipų viziją, t.y. dažniausiai nebrangias, nedideles produktų versijas. Būtent šiame etape reikia rasti geriausią įmanomą sprendimą ir jį įgyvendinti parengiant kelis prototipus. Paskutinis viso proceso etapas yra kūrėjo sumanymo testavimas.

3. **Igyvendinimas** (bandomasis verslo modelis). Kūrėjai pereina prie produkto kūrimo. Bandomajame etape kuriamas verslo modelis, kuris vėliau pristatomas klientui.

2.1.2. Italų asociacijos „Cometa Como“ profesinė mokykla

Ugdymo modelis, kurį sukūrė asociacija „Cometa Como“, Oliverio Tvisto profesinio ugdymo centre įgyvendintas 2011 m. Modelio struktūra pagrįsta tikrovės stebėjimais, o ne konkrečiu projektu. Ugdymo modelio kryptis – suteikti mokiniams tikslingą profesinę patirtį. Tikslas – parengti žmones, kurie atras save šiuolaikiniame pasaulyje, supras artimiausią aplinką, apribojimus, gebėjimus ir pareigas, bus pasirengę priimti sprendimus.

Verslumo mokymosi metodo esmė yra ta, kad žinios įgyjamos per realias patirtis. Šis modelis numato daugybę veiksmų, kurie apima projektinį mąstymą ir mentorystę. Modelio pagrindas yra indukcinis metodas – mokinių atspirties taškas yra tam tikras realybės elementas, kurį jie paverčia idėja. Šis modelis laikomas galingu verslumo mokymo stimulu, nes žinios gali tapti aistra tik tada, kai jos paremtos realia patirtimi. Kitu atveju žinios tampa tik informacija.

Per savo 15 metų patirtį asociacija „Cometa Como“ sukūrė platų meistrų ir įmonių partnerystės tinklą, kuris nuolat remia mokymų ir stažuočių organizavimą. Kiekvienais metais auga partnerių skaičius ir jų indėlis į mokymų veiklas. Tai leidžia išsamiai įvertinti mokymų poreikius atsižvelgiant į individualius vietinės ekonomikos poreikius. Nuo 2014 m. asociacijos partneriais tapo 677 įmonės, veikiančios svarbiausiuose Como miesto sektoriuose, t. y.: rankdarbiai, viešbučių aptarnavimas, tekstilė, turizmas. Tarp partnerių yra tarptautinių kompanijų, pvz., Inditex Group (Zara ir Bershka), IBIS Hotel, Gi.Group, DHL, Zurich Group Italia.

Oliverio Tvisto mokyklos švietimo pasiūlymas remiasi požiūriu, kad darbo rinka – tai kultūrinio ir profesinio tobulėjimo erdvė. Žiūrint iš mokinių perspektyvos, darbas – tai varomoji jėga, leidžianti jiems jaustis kompetentingiems. Be to, darbas sustiprina jų pasitikėjimą savimi. Profesinių įgūdžių lavinimas yra svarbus mokinių asmeniniam tobulėjimui. Taigi mokyklos ugdymo modelis remiasi mokinių provokacija priimti savo veiklos teigiamus aspektus, vedančius į konkretų tikslą. Tam tikra prasme, projektinis mąstymas virsta darbo metodu, kuris tampa veiksmingas per mentorystę.

Aukščiau aprašyto didaktinio metodo pagrindas yra projektiniai darbai ir edukaciniai vienetai. Mokiniai atlieka pagrindines su darbu susijusias užduotis įgydami bendrųjų, tarpdalykinių, techninių ir profesinių kompetencijų. Mokymo užduotys, atliekamos darbo aplinkoje, parengiamos holistiniu požiūriu: mokiniai susipažįsta su visa gamybos linija ir turi galimybę atrasti savo talentus, suvokti profesines galimybes.

Visas mokymo procesas apima svarbiausių gebėjimų perdavimą. Jis suskirstytas taip: (a) profesinė/techninė kompetencija; (b) pagrindinės kompetencijos, tokios kaip įgūdžiai, reikalingi valdyti produktą ir su juo susijusius procesus (kalba, istorija, viešasis kalbėjimas ir pan.) ir (c) rinkodaros įgūdžiai (matematika, mokslas, ekonomika ir pan.). Įvairių sričių derinimas parodo kritinio mąstymo kompetenciją, kuri yra naudinga visuose mokymosi proceso etapuose. Kiekvienas iš šių etapų baigiamas konkrečiu produktu, pvz., nuotaikų lentele, projektu arba įvykiu, ataskaita. Visas ciklas yra kartojamas du kartus per metus. Tai nėra griežtas modelis, jo formai daro įtaką daugelis veiksnių. Svarbu, kad jis gali būti pritaikytas įvairioms pramonės sritims. Ugdymo modelyje išskirti keturi etapai: 1) idėjos kūrimas, 2) planavimas, 3) realizavimas, 4) vertinimas/įsivertinimas. Šie etapai taip pat atspindi įgytus gebėjimus. Kiekvieną darbą sudaro visi Cometos ugdymo modelio komponentai.

Mokslo metai prasideda idėjų kūrimo etapu, kurį sudaro tokie veiksmai:

1. Ekskursija po Cometą, nuotraukų ir užrašų prezentacija, kurių tikslas supažindinti mokinius su organizacijos pasauliu ir kultūra.
2. Išvykos į Como regioną, kurių tikslas – supažindinti mokinius su artimiausios mokyklos aplinkos istoriniu ir geografiniu kontekstu.
3. Susitikimas su vyresniais mokiniais, kurie dalijasi savo darbo su klientų užsakymais patirtimi.

4. Įvadas į kūrybinį metodą, paremtas filmais ir pavyzdžių katalogais.
5. Knygos kūrimas, kurioje sukaupiama ir apibendrinama individualaus kelio informacija.

Idėjos kūrimas – projektinio mąstymo kertinis akmuo. Tai labai svarbus verslumo ugdymo elementas Oliverio Tvisto mokykloje. Šiame etape reikia dirbti su mokiniu ir jo pasitikėjimu savo gebėjimais. Labai svarbu, kad mokinys suprastų, jog jo nuomonė yra svarbi ir unikaliai veikia bendrą struktūrą. Daugelis mokinių nepasitiki savo jėgomis ir nepriima savęs kaip svarbaus individo. Todėl reikia parodyti, kad jie suteikia grupei vertę. Tai labai stiprus verslumo mokymosi metodas.

Kitas etapas – tai produkto arba paslaugos, kurie susiję su kliento užsakymu, planavimas. Šis etapas susijęs su kitu, kuriame daugiausia dėmesio skiriama Cometos stiliui ir asmeniniam prekės ženklui. Po susitikimų su klientu mokiniai planuoja ir kuria konkretų pasiūlymą, atitinkantį kliento lūkesčius. Kiekvienas mokinys gali teikti savo pasiūlymą; po to grupė aptaria kiekvieną idėją ir kartu su visa klase išrenka geriausią sprendimą, kurį pristato klientui. Patyręs mokytojas gali padėti mokiniams įsivertinti idėjas atsižvelgiant į išlaidas, medžiagas, paklausą ir pan.

Trečiasis etapas – tai įgyvendinimo etapas, kuris apima prototipo gamybą. Tai leidžia susitikime su klientu pristatyti realų modelį. Jei prototipas atitinka kliento lūkesčius, mokiniai įgyvendina projektą. Darbų trukmė priklauso nuo jų apimties. Kitais žodžiais tariant, tai yra ankstesnio etapo tyrimas: jeigu viskas vyksta pagal planą, projektas įgyvendinamas be trukdžių, kitu atveju projekto įgyvendinimo terminas gali būti keičiamas tol, kol pagaminta prekė ims atitikti kliento lūkesčius.

Paskutinis etapas – viso edukacinio proceso įvertinimas. Tai svarbus etapas, kuriame vertinamas ir analizuojamas ugdymo kelias ir jo rezultatai. Mokytojai sistemingai ir nuolat stebi mokinius – stebėjimas yra pagrindinis programos vertinimo įrankis. Vertinimas leidžia mokiniams ir mokytojams išanalizuoti modelį ir procesą, nustatyti galimus kritinius taškus. Nuolatinė įmonių priežiūra ir grįžtamojo ryšio analizė leidžia įvertinti mokinių gebėjimus, įgytus darbinėje aplinkoje.

Viso proceso pagrindas – tai mokinio-mentoriaus santykiai. Mokytojas – tai asmuo, kuris atskleidžia realybę ir bando išgauti tiesą. Mokytojo ir mokinio santykiai grįsti mokytojo pateikto turinio patikimumu. Kita vertus, labai svarbus profesinio globėjo vaidmuo. Jis individualizuoja bendravimą tarp mokinio ir mokytojo. Globėjas lydi mokinį visą mokymosi procesą ir padeda geriau organizuoti programą, pavyzdžiui, didinant valandų skaičių, kad būtų užtikrintas geresnis medžiagos išmokimas. Globėjas taip pat remia kritinio mąstymo procesus planuodamas stažuotes ir kitą mokinio mokymosi veiklą. Jis padeda mokytojui iš kitos perspektyvos pažvelgti į mokinį ir geriau suprasti jo mokymosi poreikius.

Asociacijos „Cometa Como“ sukurtas modelis, pagrįstas mokymusi per praktiką, motyvuojančios ugdymo aplinkos kūrimu, rodo stiprėjantį mokinių pasitikėjimą savimi ir didelę pažangą. Toks planavimas remiasi bent keturiais aspektais ir reikalauja puikiai dirbančios darbo grupės:

1. Mokiniai gamina produktus, kurie yra vertinami klientų. Visas procesas didina supratimą, kad jie gali sukurti ką nors vertingo ir gražaus.
2. Gamindami produktus ir pildydami dokumentus mokiniai pasitelkia pagrindinius įgūdžius, tarpdalykinius gebėjimus: anglų, italų kalbų, matematikos, istorijos žinias. Iki šiol buvusios abstrakčios ir neaiškios sritys papildomos asmenine patirtimi. Taip mokiniai labiau susidomi šiais ugdymo dalykais, sustiprėja jų ir žinių santykis.
3. Ugdomi pagal šį modelį mokiniai supranta, kad kiekviena sritis turi įtakos profesiniam ir asmeniniam tobulėjimui. Šio ryšio supratimas labai svarbus, kad mokiniai būtų paskatinti susidomėti įvairiais mokyklos siūlomais darbais.

Mentorius palaiko mokinį tokiu pačiu būdu. Tai turi įtakos mokinio gerai savijautai, nes jis jaučia globėjo palaikymą.

2.1.3. Išvados ir nauda

Šiuo metu mokiniai gali pasinaudoti nauja profesinio mokymo programa, todėl svarbu, pakoregavus rengimo ir mokymo metodologiją, atnaujinant turimas žinias ir skatinant motyvaciją tobulintis ir augti profesinėje srityje, parengti profesionalius mentorius. Mokytojų kompetencijos turi būti reguliariai atnaujinamos ir derinamos prie rinkos pokyčių („Hiim“, 2015 m.). Svarbu paremti mokytojus ir jų veiklą nuolat besikeičiančiame pasaulyje ir savo darbo patirtimi besiremiančiame mokymesi visą gyvenimą.

Šis naujoviškas požiūris nereiškia vien jaunų mokytojų rengimo modelio pakeitimo, bet, visų pirma, reikalauja naujos švietimo ir mokymo organizacijų aplinkos sukūrimo. Šie pokyčiai pareikalauja iniciatyvos keičiant požiūrį į mokslinius tyrimus, naujo mokymo turinio, naujų didaktinių mokymo priemonių ir vertinimo įrankių kūrimo, taip pat mokytojų rengimo dirbti kiekybinių ir kokybinių tyrimų metodikų taikymo srityje.

Geroji praktika, kurią būtų galima apibūdinti kaip mokyklos įmonę, yra pagrįsta mokinių motyvavimu ir įtraukimu į tikrų produktų kūrimą realiems klientams, procese pasinaudojant veiksmingu projekto metodu. Tikrojo darbo galimybės leidžia mokiniams priimti kūrybą kaip iššūkį. Taip jie supranta, kad jų veiklos rezultatus įvertins ne tik mokytojai, bet ir reali rinka.

Asociacija „Cometa Como“ sukuria naują, kitokį mokymosi pasiūlymą. Ji paverčia įprastą mokymo turinio perdavimą tikru ir realiu iššūkiu mokiniui. Naudodama savo švietimo modelį „Cometa Como“ gavo teigiamų rezultatų: mokiniai įveikia apatiją ir skepticizmą, entuziastingai įsitraukia į veiklą mokykloje, iš naujo kuriami

pasitikėjimo suaugusiais ryšiai. Tai daro teigiamą poveikį jų mokymosi pasiekimams ir pagerina veiklos rezultatų kokybę.

Mentorius yra svarbus asociacijos „Cometa Como“ švietimo modelio elementas. Šios asociacijos Oliverio Tvisto profesinio mokymo centro mokytojai atlieka kiek kitokį vaidmenį negu kitų Italijos profesinių mokyklų atstovai. Asociacija sukūrė šiek tiek kitokį mokytojo pavyzdį – pedagogą, kuris vykdo mokinio projekto profesinę priežiūrą ir sugeba tą projektą valdyti, stebėti mokinio santykius su šeima, klientais ir kitais mokytojais, tai reiškia, su mokinio artimiausia aplinka. Organizacija remia mentorius, siekdama jų vieningos proceso vizijos. Verslumo ugdymo procese mentorius tampa asmeniu, kuris daugiau nei bet kuris kitas leidžia tolygiai tobulinti mokinio žinias ir įgūdžius. Mentorius padeda mokiniui sujungti tris pagrindinius egzistencinius AŠ, PASAULIS, TU elementus į vieną visumą.

Literatūra:

Allen, T. D., Eby, L.T. (2010). *The Blackwell Handbook of Mentoring. A Multiple Perspectives Approach*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

Biagioli, R. (2016). *Tutor and mentoring in education*. Pisa: Edizioni ETS.

Blumenfeld, P. C., et al (1991). *Motivating Project-Based Learning: Sustaining the Doing, Supporting the Learning in Educational Psychologist*. 26 (3&4). Michigan: University of Michigan.

Brown, T. (2009). *Change by Design. How Design Thinking transform organizations and inspires innovation*. New York: Harper Collins Publishers.

Campbell, C. D. (2010): *Best practices for student-faculty mentoring programs*. In: Allen, T.D, Eby L.T., editors. *The Blackwell Handbook of Mentoring*. Oxford: Blackwell Publishing LTD.

Chao, G. T. (2007). *Mentoring and Organizational Socialization. Networks for Work Adjustment*. In: *The Handbook of mentoring at work. Theory, research and practice*. Kram, Ragins. California: Sage. pp. 179-196.

Clawson, J. G. (1979). *Superior-subordinate relationships for managerial development*. Unpublished doctoral dissertation. Boston: Harvard Business School.

Clutterbuck, D. (2004). *Everyone needs a mentor: Fostering talent in your organization*. London: Chartered Institute of Personnel and Development.

Cross, N., Dorst, K., Roozenburg, N. (1992). *Research in design thinking*. Delft: Delft University Press.

Dalton, G. W., Thompson, P. H., Price, R. L. (1977). *The four stages of professional careers – A new look at performance by professionals*. *Organizational Dynamics*, 6 (1): 19-42.

DuBois, D. L., Holloway, B. E., Valentine, J. C., Cooper, H. (2002). *Effectiveness of mentoring programs for youth: a meta-analytic review*. *American Journal of Community Psychology*, Vol.30, No.2.

- DuBois, D. L., Karcher M. J. (2005). *Handbook of youth mentoring*. Thousand Oaks. California: Sage.
- Hall, D. T., Kram, K. E. (1981). Development in midcareer. In Montross, D. H. , Shinkerman C. J. (Eds.). *Career development in the 80's*: 406-423. Chicago: Charles C. Thomas Press.
- Hiim, H. (2015). *Educational Action Research and the Development of Professional Teacher Knowledge*. Action Research for Democracy. In Gunnarsson, E., Hansen, H. P., Nielsen, B. Steen (Eds.). *Action Research for Democracy: New Ideas and Perspectives from Scandinavia*. pp 147-161. London: Routledge.
- Hunt, D. M., Michael, C. (1983). Mentorship: A career training and development tool. *Academy of Management Review*, 8, 475-485.
- Jacobi, M. (1991). *Mentoring and undergraduate academic success. A review of the literature*. Review of Educational Research. Washington: American Educational Research Association. <http://cep.uprm.edu/file/8205>
- Karjalainen, T. M. (2012). *IDBM Program vol. 2*. Helsinki: Aalto University.
- Kram, K. E. (1983). Phases of the mentor relationship. *Academy of Management Journal*, 26: 608-625.
- Kram, K. E. (1985). *Mentoring at work: Developmental relationships in organizational life*. Glenview, Ill.: Scott, Foresman.
- Kram, K. E., Ragins, B.R. (2007). *The handbook of Mentoring at Work. Theory, Research, and Practice*. California: Sage.
- Leverenz, C. S. (2014). *Design Thinking and the Wicked Problem of Teaching Writing*. *Computers & Composition*, 33, 1–12. doi:10.1016/j.compcom.2014.07.001
- Levinson, D. J. et al. (1978). *Seasons of a man's life*. New York: Knopf.
- McKim, R. H. (1973). *Experiences in Visual Thinking*. Brooks/Cole Publishing Co.
- Noe, R. A. (1988). An investigation of the determinants of successful assigned mentoring relationships. *Personnel Psychology*, 41, 457-479.
- Philips-Jones, L. L. (1982). *Mentors and protégés: A study of career development*. Unpublished doctoral dissertation, University of California at Los Angeles.
- Ragins, B. R., McFarlin, D.B. (1990). Perceptions of mentor roles in cross-gender mentoring relationships. *Journal of Vocational Behavior*, 37: 321-339.
- Ragins, B. R., Scandura, T.A. (1997). The way we were: Gender and the termination of mentoring relationships. *Journal of Applied Psychology*, 82(6), 945-953.
- Rhodes, J. E. (2005). A model of youth mentoring. In: *Handbook of youth mentoring*. DuBois, D.L., Karcher M. J. Thousand Oaks. California: Sage.
- Rowe, G. P. (1987). *Design Thinking*. Cambridge: MIT Press.

Scandura, T. A. (1992). Mentorship and career mobility: An empirical investigation. Journal of Organizational Behavior, 13: 169-174.

Simon, H. A. (1969). The Sciences of the Artificial. Cambridge: MIT Press.

Visser, W. (2006). The cognitive artifacts of designing. Lawrence Erlbaum Associates.

Wanberg, C. R, Welsh, E. T., Hezlett, S. A. (2003). Mentoring research: A review and dynamic process model. Research in personnel and Human Resources Management.

2.2. Bendradarbiavimo gebėjimai, komunikavimo gebėjimai ir socialiniai įgūdžiai

Apibrėžimai:

Bendradarbiavimo gebėjimus sudaro gebėjimas suprasti ir dirbti su skirtingų kultūrų, įsitikinimų ir vertybių grupėmis; derybų įgūdžiai ir kompromiso radimas; savo nuomonės reiškimas ir kitų žmonių nuomonės gerbimas; lankstumas prisiimant lyderio vaidmenį, palaikant grupės nuomonę.

Socialiniai įgūdžiai – gebėjimas prisistatyti nepažįstamųjų grupėje, kalbėti viešai ir pan.

Komunikavimo gebėjimai – gebėjimas komunikuoti taip, kad būtum aiškiai ir tiksliai suprastas.

<http://essentialskills.ideascale.com/>

2.2.1. Mokymosi metodas: debatų klubas

Debatų metodas turi ilgą istoriją, o jo ištakos siekia senovės Graikiją, kur jis buvo nuolatinis kasdienio gyvenimo elementas. Graikijos debatai šiuo metu yra laikomi demokratijos pradžia, nes suteikė galimybę išreikšti savo požiūrį svarbiais politiniais klausimais (*Decaro, 2011*). Londono debatų draugijos, susikūrusios XVIII a. pradžioje, buvo įkvėptos būtent senosios Graikijos tradicijų. Šios bendruomenės buvo svarbi anglų šviesuomenės dalis, pasižyminti atviru protu. Klubai priimdavo abiejų lyčių atstovus iš skirtingų socialinių sluoksnių. Buvo diskutuojama klausimais, susijusiais su politika arba socialinėmis problemomis. Labiausiai žinomas debatų klubas yra Oxford Union Society, veikiantis nuo 1823 metų, įsikūręs viename Oksfordo centre. Daugelis politikų savo karjerą pradėjo nuo narystės klube, tačiau tik Oksfordo universiteto absolventai gali išlikti klubo nariais visą gyvenimą. Klube yra pasisakę daugybė žinomų kalbėtojų iš viso pasaulio (pvz., *Albert Einstein, Stephen Hawking, Dalai Lama*) (*Wikipedia.org*). Šiuo metu tokio pobūdžio klubai tampa vis populiareni visame pasaulyje, tačiau labiausiai pripažįstami vis dar yra Anglijoje.

Londono debatų draugijos nuolat įkvepia mokinius ir studentus, todėl visame pasaulyje mokyklose ir universitetuose atsiranda panašaus pobūdžio klubų. Be to, šiuo metu daug kalbama apie debatų vaidmenį ir reikšmę mokantis verslumo įgūdžių (pvz., *Harvey-Smith, 2011; The future of learning, 2013*) – komunikavimo gebėjimų (supratingumo), bendradarbiavimo su kitais ir socialinių įgūdžių. Kai kurie autoriai nurodo, kad debatai yra sudėtingesni negu viešasis kalbėjimas, nes debatų atveju negalima iš anksto paruošti visos kalbos (*NLSDU, 2011*). Todėl dalyviai gali tobulinti specifinius įgūdžius, leisiančius jiems analizuoti oponentų atsakymus ir sintezuoti bei

perduoti savo mintis. Pabrėžiama, kad viešojo kalbėjimo patirtis yra naudinga, tačiau ji nėra būtina norint pradėti dalyvauti debatuose. Svarbiausi yra motyvacija ir reguliarios treniruotės (*Johnson, 2011*).

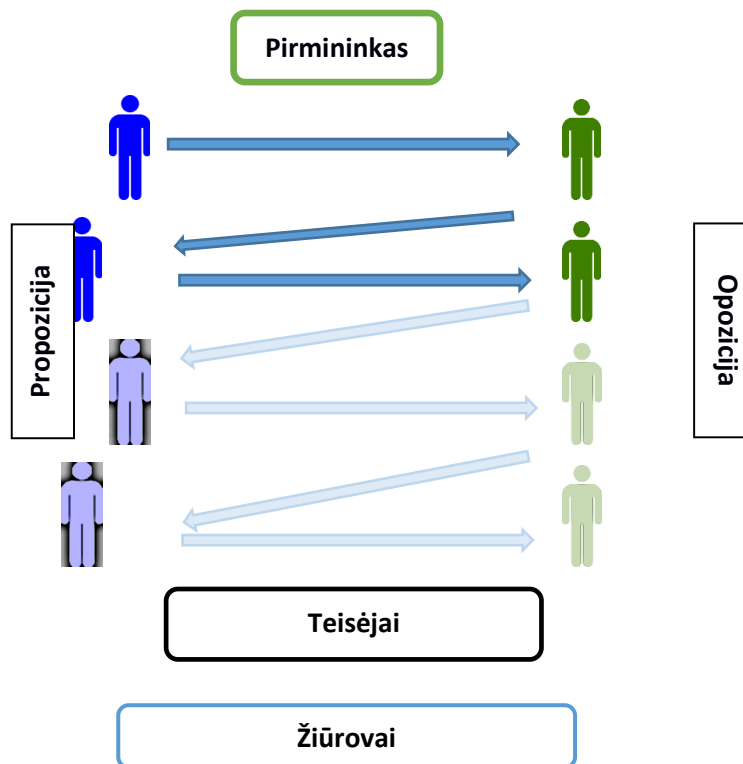
Prieš pradėdami debatus turime įvertinti mokinių brandumą, jų įgūdžius, laiko išteklius, didaktines priemones (klasės dydis ir pan.). Pats debatų procesas – pakankamai spontaniškas veiksmas. Aišku, yra laiko, kurį mokinys gali skirti kalbai paruošti, tačiau dažniausiai labai nedaug. Kalbėtojai turi greitai galvoti, apmąstydami daugybę įvairių idėjų vienu metu.

Yra daug debatų formų. Wikipedia.org nurodo 19 debatų tipų, kurie paprastai skiriasi tam tikromis formaliomis ir kultūrinėmis sąlygomis (pvz., dalyvių skaičius, argumentavimo būdas, filosofinės prielaidos). Tačiau yra keletas bendrų dalykų, kuriuos nurodo *Teacher's Guide to Introduce Debate (2011)*:

1. pagrindinė debatų tezė dažniausiai yra teiginys, tampa diskusijos pagrindu. Šio teiginio apibrėžimą nustato pirmasis debatų kalbėtojas;
2. iš dviejų komandų viena pasisako už esamą teiginį, o kita užima priešingą poziciją;
3. komanda, ginanti teiginį, turi jį paaiškinti;
4. debatus užbaigia abiejų šalių baigiamosios kalbos, kurios apibendrina jų požiūrį.

Kiekvienas debatų tipas turi griežtai apibrėžtas taisykles, kurių kalbėtojai privalo laikytis. Tačiau bet kuriuo atveju svarbiausias debatų elementas yra tezė (*Quinn, 2005*) – pagrindinis teiginys, apie kurį vyksta diskusija. *Hunsinger, Price ir Wood (1967)* nurodo, kad tema gali būti susijusi su trimis sritimis: politika, faktais arba įsitikinimais. Šie autoriai pabrėžia, kad gera tema bus susijusi labiau su politiniais, o ne su faktų arba įsitikinimų klausimais, kadangi tuomet esti daugiau vietos diskusijoms ir argumentavimui. Faktais paremta tezė palieka per mažai vietos diskusijai, o įsitikinimais paremta tezė – per daug. Populiarių debatų tezių pavyzdžiai: *Mirties bausmė turėtų būti leidžiama; Mobilieji telefonai turėtų būti uždrausti mokyklose; Mokyklinės uniformos puošia mokyklos aplinką*. Labai svarbus klausimas, susijęs su debatų teze, yra apibrėžimas. Propozicijos komanda turi pateikti temos apibrėžimą, kuris aiškiai parodys, kaip yra suprantama tezė. Apibrėžimas nurodo pradinį diskusijos tašką, apibrėžia žodžius, kurie gali būti suprasti nevienodai. Pavyzdžiui, tezė *Mobilieji telefonai turėtų būti uždrausti mokyklose* turėtų būti koreguojama atsižvelgiant į mokyklas, kurioms tai taikoma. Norime uždrausti mobiliuosius telefonus visų tipų mokyklose ar tik tam tikrose? Ką tiksliai reiškia *uždrausti mobiliuosius telefonus*? Visišką jų uždraudimą ar, pavyzdžiui, draudimą naudoti pamokų metu? Ir pan.

Flynn (2011) nurodo, kad populiariausiu debatų vedimo stiliumi Europoje ir Jungtinėse Amerikos valstijose išlieka britų stilius. Debatuose dalyvauja dvi komandos. Viena iš komandų yra vadinama propozicija, ji sutinka su debatų teze. Antroji komanda – opozicija, kuri prieštarauja pateiktai temai, ją paneigia. Kiekvieną komandą sudaro 2-4 žaidėjai, kalbantys pakaitomis. Bendra debatų schema parodyta 1 pav.



1 pav. Britų debatų stilius (Šaltinis: *Debating...*, 2008)

Salė, kurioje organizuojami debatai, padalyta į dvi dalis. Oponentų buvimo vietos modeliuojamos britų parlamento pavyzdžiu. Propozicijos komanda užima vietą iš dešinės pirmininko pusės, o opozicijos komanda – iš kairės. Kitame salės gale – vieta teisėjams ir žiūrovams.

Dažniausiai debatus veda pirmininkas, vadinamasis *Speaker of the House*. Pirmininko vaidmuo – pristatyti komandas ir teisėjus, aptarti debatų taisykles, suteikti žodį kalbėtojams. Taip pat pirmininkas turėtų pasirūpinti žiūrovų dalyvavimu, kontroliuoti komentarus, apibendrinti diskusijas (*Gibb ir Price, 2014*). Debatai yra skirstomi į kelis pasirodymus, kurių skaičius atitinka debatų dalyvių skaičių. Kiekvienas iš kalbėtojų atlieka skirtingą vaidmenį, o pasirodymų eiliškumas priklauso nuo debatų taisyklių. Kiekviena kalba turėtų prasidėti kreipiniu *Gerbiamas pone/ponia pirmininke, Ponios ir ponai*. Pirmasis propozicijos kalbėtojas (kalbėtojas, pradedantis debatus) turi privilegiją apibrėžti temą ir paaiškinti svarstymų kryptį.

Argumentavimas – pagrindinis debatų elementas. Argumentai – tai faktai, grindžiantys esamą ginčo pusę. Yra du įprasti argumentų tipai: palaikantis ir klaidinantis argumentas. Pirmasis – tai argumentas, palaikantis aptariamą temą, o antrasis remiasi faktų pateikimu, kurių tikslas – susilpninti priešingos komandos poziciją. Skirtumą tarp šių

dviejų argumentų tipų galima lengvai pademonstruoti. Palaikantis argumentas parodo, kodėl komanda yra teisi, o klaidinantis argumentas parodo, kodėl oponentai klysta. *Quinn (2005)* nurodo, kad negalima teigti, kad kuris nors vienas argumentavimo tipas yra geresnis ar blogesnis. *Hunsinger ir kt. (1967)* prie išskirtų dviejų argumentų tipų dar prideda paneigimą, tai yra priešingos komandos argumento neigimas. Paneigiantis argumentas yra panašus į klaidinantį argumentą, tačiau skirtumas tarp jų yra tas, kad klaidinantis argumentas pateikia kitą įrodymą, o paneigiantis argumentas pateikia įrodymą prieš konkretų priešininko komandos argumentą. *Literarydevices.net* nurodo tris būdus paneigti priešininko komandos argumentus: pasitelkiant įrodymus, logiką ir pabrėžiant skirtumus.

Paneigimas pasitelkus įrodymus turėtų remtis faktais (pvz., duomenys, moksliniai tyrimai, žinoma teorija). Taigi, kalbėtojas gali paneigti priešininkų komandos argumentą pasitelkęs neigimą ir pateikdamas labiau įtikinamą įrodymą. Paneigimas pasitelkus logiką yra sunkus uždavinys. Jis remiasi argumento dekonstrukcija ir jo pristatymu tokiu būdu, kad būtų parodytas argumentavimo nuoseklumo ir logikos trūkumas. Paskutinis argumentavimo būdas, neatitikimų pabrėžimas, grindžiamas būtinybe parodyti, kad tam tikri argumento elementai yra nenuoseklūs, nesusiję su tema. Žemiau pateikiamos pavyzdinės kalbos, kuriose naudojami paneigiantys argumentai:

„Yra žmonių, kurie klausinėja kovojančių dėl pilietinių teisių „Kada būsite patenkinti?“. Nebūsime patenkinti tol, kol juodaodžiai bus neapsakomų žiaurumų iš policijos pusės aukos.“

Martin Luther King, Jr.

„Galime patys tiesti kelią ir padidinti kiekvieno vartotojo mokesčius 50 centų per dieną už naudojimąsi juo, arba galime nieko neveikti ir laukti, kad galbūt ateityje miesto biudžeto pajamos padidės. Tačiau kelio išlaikymo išlaidos didėja, todėl padidės mūsų automobilių priežiūros išlaidos. Taip pat padidės kelio tiesimo išlaidos ateityje. Taigi už sumą, mažesnę nei kassavaitinis automobilio plovimas plovykloje, galime turėti lygų, švarų kelią ir sumažinti dulkių kiekį mūsų namuose. Tačiau galime nieko nedaryti ir toliau keisti mūsų automobilių pakabų dalis; valytis dulkes galvodami apie rytojū, kai kelio tiesimo išlaidos padidės.“

www.speechmastery.com

Kiekvieni debatai turi pasibaigti verdiktu, už kurio parengimą yra atsakinga teisėjų komanda. Teisėjų skaičius svyruoja nuo trijų eliminacijose iki devynių finaliniame turnyre (*Harvey-Smith, 2011*). Autorius taip pat nurodo tam tikras gaires, kurių teisėjai turėtų laikytis rengdami sprendimą:

1. vertinti iš trečiojo asmens, neįsitraukusio į aptariamą problemą, pozicijos;
2. sutelkti dėmesį į pristatytus klausimus ir įtikinėjimo būdą;
3. stengtis, kad teisėjavimas vyktų objektyviai;
4. nediskriminuoti debatų dalyvių dėl jų religijos, lyties, rasės, tautybės, seksualinės orientacijos, amžiaus, socialinio statuso arba neįgalumo.

Teisėjai turi išlikti objektyvūs, t.y. susilaikyti nuo savo asmeninių nuomonių ir susitelkti į pristatytus argumentus. Paprastai teisėjai vertina tris debatų aspektus:

1. manieras (elgesys), būdą, kaip kalbama; ar įdomiai/linksmai kalba debatų dalyvis;
2. turinį, t.y. argumentavimo kokybę ir stiprumą, būdą, kaip argumentai buvo pristatyti;
3. metodą, t.y. kalbos struktūrą.

Nurodytos kategorijos skiriasi savo svoriu. Paprastai svarbiausios yra turinys ir manieras, o metodas yra ne tiek svarbus (*Johnson, 2009*).

Entrepreneurship Skills (2015) pabrėžia, kad tam tikrų verslumo įgūdžių galima išmokti, o efektyviausias mokymosi metodas – susitelkti į tikrąsias problemas. Nesunku pastebėti, kad debatai gali būti geras verbalinių įgūdžių mokymosi įrankis. *Quinn (2009)* nurodo, kad debatai padeda lavinti tokius gebėjimus kaip aiškus pasisakymas, sugebėjimas įtikinti ir komunikuoti, gebėjimą kalbėti struktūruotai ir suprantamai.

Žinoma, debatai nėra individualūs pasirodymai. Visi kalbėtojai turi suvienyti jėgas, kad papildytų kitus savo komandos dalyvius ir įsiliėtų į priešininkų komandos pasirodymą (*Debating, 2008*). Todėl labai svarbu bendradarbiauti komandos viduje. Gebėjimas bendradarbiauti su kitais yra esminis šio tipo veiklai. Ypač svarbu, kad komandos nariai nėra gerai pažįstami. Taip pat svarbu pasirinkti tinkamą taktiką siekiant pergalės debatuose.

Kitas svarbus klausimas – tai socialinių įgūdžių lavinimas, nes reikia atsiminti, kad viešasis kalbėjimas sukelia daug streso debatų dalyviams. Jie turi paruošti savo pristatymus per labai trumpą laiką, stovėdami priešais teisėjus, priešininkų komandą, taip pat ir priešais žiūrovus. Socialiniai įgūdžiai šiuo atveju yra labai svarbūs. Viešojo kalbėjimo ir argumentavimo treniruotės gali labai palengvinti tokio tipo įgūdžių lavinimą (*Johnson, 2009; Harvey-Smith, 2011*).

Apibendrinant galima pasakyti, kad yra aiškus ryšys tarp debatų ir gebėjimo bendradarbiauti, socialinių įgūdžių ir komunikavimo (aiškumo) gebėjimų. Debatų dalyviai turi nepakartojamą galimybę juos lavinti. Taisyklė paprasta: kuo daugiau praktikos, tuo aukštesnį įgūdžių lygį galima pasiekti.

2.2.2. Poznanės Oksfordo debatai

Oksfordo debatų stilių Lenkijoje išpopuliarino politinis filosofas Zbigniew Pełczyński – daugiametis Oksfordo universiteto profesorius. Pełczyński 1994 metais įkūrė nevyriausybinę organizaciją pavadinimu Lyderių mokykla. Šios organizacijos vykdomų stipendijų programų dėka debatai sparčiai išplito tarp politikų ir veikėjų, mokytojų ir studentų mokyklose ir Lenkijos universitetuose. Taisyklės buvo šiek tiek modifikuotos, lyginant su klasikiniu Oksfordo stiliumi, tačiau baziniai elementai išliko nepakitę (www.cdzdm.pl).

Pirmąjį šalies debatų turnyrą Lenkijoje 2008 metais organizavo Fundacja na rzecz Przedsiębiorczości Młodych (Jaunimo verslumo rėmimo fondas). Kitame, 2009 metų, turnyre dalyvavo jau 79502 mokiniai ir 1312 mokytojų iš

904 mokyklų. Vienas iš etapų, vykęs Poznanėje 2009 metų rugsėjo 28 dieną, įkvėpė rengėjus įgyvendinti kitus debatų ciklus.

Poznanės Jaunimo profesinio konsultavimo centras nuo 2012 metų periodiškai organizuoja Oksfordo debatų turnyrus, šis renginys dažniausiai vyksta rudenį arba pavasarį. Dalyvauti turnyre kviečiami visi Poznanės miesto vyresniųjų klasių mokiniai. Už dalyvavimo paraiškos pildymą atsakingas mokytojas, atstovaujantis savo komandai. 2012 metais turnyre varžėsi aštuonios komandos, o 2015 metais dalyvavo jau trylika komandų.

Pasibaigus pradiniam paraiškos teikimo laikotarpiui prasideda pasiruošimo dalis. Šio etapo metu debatų dalyviai dalyvauja specialiuose mokymuose, kuriuos veda Centro darbuotojai. Mokymų temos susijusios su savęs pristatymo, argumentavimo gebėjimų lavinimu, taip pat aptariamos bendros debatų taisyklės. Viena mokymų sesija trunka apie 4-6 valandas, joje dalyvauja nuo dviejų iki trijų komandų. Po mokymų komandos pradeda varžytis turnyre.

Debatų moderuoja pirmininkas, tačiau jis diskusijoje nedalyvauja. Jis išlieka nešališkas, jam padeda sekretorius. Pagrindinės sekretoriaus pareigos – rūpintis, kad būtų laikomasi pasirodymų laiko reikalavimų, ir dokumentacijos pildymas. Debatų pradžioje dalyviai užima vietas (1 pav.): propozicija sėda pirmininkui iš dešinės, o opozicija – iš kairės pusės. Teisėjai ir žiūrovai užima vietas kitoje salės dalyje. Pirmąsias propozicijos ir opozicijos komandų vietas, skaičiuojant nuo pirmininko stalo, užima pirmieji komandų kalbėtojai. Kiekvienas kalbėtojas savo kalbą turi pradėti žodžiais „Gerbiamas(-a) pirmininke“. Panašiai, kreipiniu „Gerbiamas pone/ponia“, pradėdamas savo kalbą kiekvienas iš dalyvių turi kreiptis į savo kolegas. Kiekvienai komandai atstovauja keturi kalbėtojai. Verta paminėti, kad komandos nesirenka, kurią nuomonę gins. Tai burtų keliu nusprendžiama debatų pradžioje. Ginantys ir neigiantys tezę dalyviai kalba pakaitomis. Pirmasis pasisako propozicijos kalbėtojas, jo uždavinys – apibrėžti temą. Likusios kalbos turi būti susijusios su pirmojo kalbėtojo įvestu tezės apibrėžimu. Paskutiniai kiekvienos komandos kalbėtojai apibendrina savo pusių argumentus ir pateikia baigiamąsias kalbas. Dalyviai turi laikytis nustatytų laiko rėmų, nes viršijus laiko limitą pirmininkas nutraukia kalbą. Debatų metu žiūrovai gali užduoti klausimus arba pateikti informaciją. Klausimas gali būti užduotas pasibaigus pirmajai, tačiau neprasidėjus paskutinei kalbėtojo kalbos minutei. Kalbėtojas gali priimti arba atmesti žiūrovų įsitraukimą. Potencialios žiūrovų kalbos turėtų būti apribotos iki maksimaliai trijų sakinių.

Atskirų propozicijos ir opozicijos kalbėtojų uždaviniai pateikiami 1 lentelėje. Verta paminėti, kad kiekvienos komandos kalbėtojai turi atidžiai klausyti, kas buvo pasakyta prieš tai kalbėjusio savo ar priešininkų komandos nario.

1 lentelė. Atskirų kalbėtojų vaidmenys Poznanės Oksfordo debatuose

Propozicija	Opozicija
<p>Pirmasis kalbėtojas (5 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • pristato apibrėžimą ir kriterijus • pristato svarbiausius argumentus 	<p>Pirmasis kalbėtojas (5 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • komentuoja apibrėžimus ir kriterijus • pristato propozicijos kalbėtoją paneigiančius argumentus • pristato savo argumentus
<p>Antrasis kalbėtojas (4 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • sustiprina propozicijos argumentus • pristato pirmąjį opozicijos kalbėtoją paneigiančius argumentus 	<p>Antrasis kalbėtojas (4 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • paneigia propozicijos argumentus • sustiprina opozicijos argumentus
<p>Trečiasis kalbėtojas (4 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • sustiprina propozicijos argumentus • pateikia argumentus, prieštaraujančius antrojo opozicijos kalbėtojo argumentams 	<p>Trečiasis kalbėtojas (4 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • paneigia propozicijos argumentus • sustiprina opozicijos argumentus
<p>Ketvirtasis kalbėtojas (4 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • apibendrina propozicijos argumentus • apibendrina priešingus opozicijos kalboms argumentus (paneigiančius argumentus) 	<p>Ketvirtasis kalbėtojas (4 minutės)</p> <ul style="list-style-type: none"> • apibendrina opozicijos argumentus • apibendrina priešingus propozicijos kalboms argumentus (paneigiančius argumentus)

Kiekvieną turnyro etapą vertina keturi teisėjai. Vienas iš jų yra pirmininkas, jis pristato verdiktą ir atlieka trumpą debatų apibendrinimą. Šiame apibendrinime teisėjas stengiasi aptarti stipriąsias ir silpnąsias kiekvieno kalbėtojo puses. Teisėjai išrenka geriausią debatų kalbėtoją – asmenį, kuris galimai efektyviausiai atliko jam patikėtą vaidmenį. Geriausiu kalbėtoju gali tapti ir pralaiminčios komandos atstovas. Teisėjų, vertinančių Poznanės Oksfordo verslumo debatų turnyrą, prašoma atkreipti dėmesį į šiuos dalykus:

1. pasirodymo organizavimą – struktūrą;
2. argumentavimą – kokybę ir turinį;
3. įrodymus – įrodymų tipą (duomenys, moksliniai tyrimai, leidiniai, statistika ir šaltiniai);
4. pristatymą – pasirodymo kokybę (sklandumas, žodynas, kūno kalba).

Pateikiame keletą pavyzdinių Poznanės Oksfordo verslumo debatų, kuriuos organizavo Poznanės Jaunimo profesinio konsultavimo centras 2015 metų balandžio mėnesį, temų:

- Geras žinomas kelias yra geriau negu naujų takų tiesimas (eliminacijos).
- Geriau gyventi didmiestyje negu provincijoje (debatai dėl trečios vietos).
- Aukštesnis darbo atlyginimas yra geriau negu įdomus darbas (finaliniai debatai).

Turnyro metu žiūrovai į diskusiją yra įtraukiami keliais būdais. Be galimybės užduoti klausimus ir suteikti informaciją debatų dalyviams, kiekvienas žiūrovas debatams pasibaigus gali išsakyti savo nuomonę aptariama tema. Lenkijoje turnyro nugalėtojų nustatymo taisyklės yra pakankamai skirtingos. Atsižvelgdamas į aplinkybes vedėjas gali paprašyti balsuoti auditoriją arba pasinaudoti teisėju, kurie vertina atskirų kalbėtojų pasirodymo kokybę, pagalba. Paprastai pirmenybė teikiama antrajam modeliui, ypač kalbant apie debatus, vykstančius mokyklos aplinkoje, arba didelius turnyrus. Taip pat šis modelis yra taikomas debatuose, kuriuos organizuoja Poznanės Jaunimo profesinio konsultavimo centras.

2.2.3. Išvados ir nauda

Debatai gali būti tikrai vertinga patirtis kiekvienai į šį procesą įsitraukusiai grupei. Šio mokymosi metodo taikymas neabejotinai ugdo dalyvių verslumo įgūdžius. Visų pirma, šis metodas lavina socialinius įgūdžius, komunikavimo (supratimo) ir bendradarbiavimo su kitais gebėjimus. Didžiausia nauda aprašyta atsižvelgiant į tris interesų grupes: jaunuosius darbuotojus, karjeros konsultantus ir mokytojus.

Nauda jauniems darbuotojams:

- ugdo verslumo įgūdžius, reikalingus verslo praktikoje;
- lavina derybų vedimo ir įtikinėjimo įgūdžius – jie yra naudingi kasdienėje verslo praktikoje;
- leidžia išmokti faktų, susijusių su debatų tezėmis, išplėsti savo turimas žinias – temos paprastai yra susijusios su ekonomika, politika, finansais;
- lavina duomenų, argumentų, faktų paieškos gebėjimus.

Nauda karjeros konsultantams:

- leidžia pažinti mokinių profesinius polinkius ir interesus realiose situacijose;
- leidžia išplėsti asmeninių kontaktų tinklą – turnyruose dalyvauja kiti karjeros konsultantai, įvairių mokyklų ir institucijų mokytojai;
- išplečia turimas žinias.

Nauda mokytojams:

- leidžia pažinti naują, novatorišką mokymosi metodą;
- leidžia pagerinti santykius ir praplėsti žinias apie konkrečius mokinius;

- leidžia išplėsti savo ir mokinių turimas žinias.

Poznanės Oksfordo verslumo debatų turnyrą Jaunimo profesinio konsultavimo centras organizuoja nuo 2012 metų. Pasiruošimas renginiui reikalauja daug jėgų, nes dauguma Centro darbuotojų, padedami Lyderių mokyklos asociacijos trenerių ir lyderių, turi būti įsitraukę į jo organizavimą. Turnyro planavimas prasideda keletu mėnesių anksčiau – jeigu debatai vyks rugsėjį, tam tikri įvadiniai veiksmai turi būti atlikti per vasaros mėnesius (liepą ir rugpjūtį). Visų pirma, reikia paruošti debatų dalyvių mokymų programas, nustatyti bendradarbiavimo su mokyklomis ir mokytojais taisykles.

Norint gauti bendrą informaciją apie debatus, verta aplankyti Poznanės Jaunimo profesinio konsultavimo centro interneto puslapį (skirtukas Renginiai). Svetainę galima skaityti ir anglų kalba. Joje pateikiamos turnyro nuotraukos, komandų sąrašai ir renginių datos. Išsamesnę informaciją pateikia puikiai parengtas *Quinn* vadovėlis (2005). Jis suskirstytas į kelias dalis: pradedantiesiems, šiek tiek pažengusiems ir pažengusiems skaitytojams, todėl kiekvienas gali pradėti mokytis nuo savo žinių lygio. Mokytojus gali sudominti *Harvey-Smith* leidinys (2011), kuriame aprašomi dabartiniai ir istoriniai debatų aspektai, pateikiami turnyro organizavimo pagrindai.

Literatūra:

Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości. (2009). Ad rem. Konkurs dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych, Ministerstwo Skarbu Państwa.

Hunsinger, P. Price, A. Wodd, R. (1967). Debate Handbook, University of Denver, Toastmasters International, California.

Philips, J., Hooke J. (1998). The Sport of Debating: Winning Skills and Strategies. UNSW Press, Sydney

Quinn, S. (2005). Debating. Brisbane, Australia.

Quinn, S. (2009). Debating in the World Schools Style: a Guide. International Debate Education Association. New York, Amsterdam, Brussels.

Debating. A Brief Introduction for Beginners. Debating SA Incorporated 2008.

DeCaro, P. (2011). Origins of Public Speaking. The Public Speaking Project. <http://www.publicspeakingproject.org/>.

Gibb, A. Price, A. (2014). A Compendium of Pedagogies for Teaching Entrepreneurship, Entrepreneurship in Education.

Harvey-Smith, N. (2011). The Practical Guide to Debating. Worlds Style/ British Parliamentary Style. International Debate Education Association New York, London & Amsterdam.

Pankowski, R. Pawlicki, A. Pełczyński, Z. Radwan-Rohrenscheff, P. (2012). W teatrze debaty oksfordzkiej Przewodnik debatancki Szkoły Liderów. Stowarzyszenie Szkoła Liderów: Warszawa.

Teacher's Guide to Introducing Debate in the Classroom. Speech and Debate Union, New Zealand 2011.

Entrepreneurship Skills: Literature and Policy Review. Bis research paper no. 236, Hull University. Business School 2015.

Interneto svetainės:

<http://literarydevices.net/>

<http://cdzdm.pl/>

<http://speechmastery.com/>

2.3. Rizikos valdymas, ištvermė ir kritinis mąstymas

Apibrėžimai:

Rizikos valdymas – gebėjimas susidoroti su neapibrėžtumu, netikrumu, priimti sprendimus, kai turimos žinios yra dalinės ir neaiškios.

Ištvermė – gebėjimas priimti sunkumus ir tęsti bandymus, net jeigu tai sudėtinga.

Kritinis mąstymas – tai intelektualus procesas, pagrįstas aktyvia konceptualizacija, pritaikymu, analize, sinteze, informacijos kaupimu ir analize (stebėjimo metu, įgyjant patirtį, reflektuojant, komunikuojant).

<http://www.merriam-webster.com/> ; <http://www.criticalthinking.org>

2.3.1. Mokymosi metodas: strateginiai žaidimai

Sudėtingas ir daugialypis mokymo mokytis procesas reikalauja mokymosi metodų įvairovės. Šiuolaikinio metodų supratimo esmė yra veiklos aktyvinimas, kritinio mąstymo ir kūrybiškumo ugdymas (*Kruszewski, 2005; Król, 2007*). Gebėjimas susidoroti su rizika, ištvermė ir kritinis mąstymas – tai keletas iš daugybės įgūdžių, kuriuos galima ugdyti naudojant netradicinius ugdymo metodus. Vienas iš tokių metodų yra strateginiai žaidimai.

Žaidimai buvo naudojami jau senovėje. Seniausias stalo žaidimas buvo rastas Kinijoje, jis datuojamas 3000 metų pr. m. e. (*Faria i Nulsen, 1996*). Kai kurie etnografai įsitikinę, kad žaidimų edukacinė funkcija tapo pagrindine jų kūrimo priežastimi. Žaidimų užduotis buvo atkurti natūralias žmogaus gyvenimo sąlygas, perduoti žinias kitoms kartoms ir paruošti žmogų tinkamam funkcionavimui visuomenėje. Pavyzdžiui, šachmatai prieš 2000 m. buvo naudojami kaip įprastas simuliacinis žaidimas, kurio tikslas buvo paruošti kareivius kovai (*Surdyk, 2008*).

Šiuolaikinės pedagogikos kūrėjas J. A. Komenskis rekomendavo technikas, kurios moko žaidžiant. Ypatingą vaidmenį jis skyrė simuliaciniams ir varžybiniams žaidimams. Jie turėjo išlaikyti mokinio dėmesį ir jį motyvuoti (*Siek-Piskozub, 1995*). Daugelis autorių teigia, kad kiekvienas žaidimas yra linksmybės, bet ne visos linksmybės yra žaidimas (*Galant, 1987*). Todėl svarbu suvokti jų skirtumus. Kaip svarbiausius veiksnius, skiriančius žaidimą nuo linksmybių, galima išskirti (*Okoń, 1987*):

1. rezultato reikšmę – didesnė žaidime negu linksmybėse;
2. taisyklių prasmę – aiškios žaidime;
3. konkurenciją žaidime;
4. ribotą iliuziją žaidime.

Žaidimas yra aukštesnė linksmybių forma, kurioje bent du mokiniai laikosi aiškiai apibrėžtų taisyklių (*Grzesiak, 1984*). Dalykinėje literatūroje galima rasti kitus apibrėžimus ir žaidimų klasifikacijas, nors daugelis autorių

dažniausiai naudoja didaktinio žaidimo apibrėžimą. *W. Okoń* apibrėžia žaidimą kaip linksmybių rūšį, kurioje yra tam tikros taisyklės. Šiuo atveju svarbu pasiekti tam tikrą rezultatą. Autorius pabrėžia žaidimo edukacines funkcijas: pagarbą normoms, sąveiką, mokymąsi laimėti ir pralaimėti. Didaktinis žaidimas – tai žaidimas, pavaldus didaktiniam tikslui, ugdymo įrankis (*Okoń, 2007*). Panašų požiūrį siūlo *Cz. Kupisiewicz*, kuris pabrėždamas ypatumus klasifikavo ir išskyrė tokias žaidimo rūšis (*Kupisiewicz, 2009*):

1. **Simuliaciniai žaidimai** – jų užduotis – supaprastinta forma supažindinti su tam tikra realybės atkarpa, palengvinant jos stebėjimą ir manipuliavimą;
2. **Situaciniai žaidimai** – tikslas – padėti vaikams ir jauniems žmonėms išmokti spręsti fiktyvias užduotis;
3. **Vaidmenų žaidimai** – reikalauja atkurti ankstesnių įvykių scenarijus arba rengti naujus šių įvykių projektus.

Kitokią žaidimų klasifikaciją siūlo *F. Szlosek*, kuris juos laiko aktyviais mokymo metodais. Jis žaidimus suskirsto į:

1. **Simuliacinius** – žaidėjų veiksmai panašūs į žmonių veiklą realiose situacijose;
2. **Sprendiminius** – besimokančiųjų vaidmenų atlikimas pateikiant mintis, teiginius ir požiūrį;
3. **Psichologinius** – remiasi individų arba grupių sąveika siekiant konkrečių tikslų (*Szlosek, 1995*).

K. Kruszewski (2005) kalba apie didaktinį žaidimą kaip apie probleminį mokymo metodą. Jis pabrėžia jo vaidmenį ugdant kūrybinį mąstymą, kuris leidžia perkurti senus ir sukurti naujus modelius. Nurodo, kad naudojant didaktinius žaidimus stebimas problemų sprendimo procesui būdingas mąstymas ir mokymasis.

Apibendrinant galima teigti, kad didaktinį žaidimą galima suprasti kaip mokymosi metodą, kuris palengvina žinių ir įgūdžių įgijimą, turintį linksmybių elementų, susidedantį iš griežtai apibrėžtų taisyklių ir leidžiantį susipažinti su laimėjimu ir pralaimėjimu. Vis dažniau žaidimai, ypač simuliaciniai, kuriami kompiuterinių programų ir interneto pagrindu.

Daugelis autorių pabrėžia didaktinį žaidimo vaidmenį kaip veiksmingą atkaklumo ugdymo metodą. *G. Kapica* mano, kad tokie žaidimai ugdo valią, gebėjimą įveikti sunkumus ir atkaklumą (*Kapica, 1991*). *M. Noga* prideda, kad „ugdymo tokios charakterio bruožus kaip sistemingumas, atkaklumas, disciplina ir teisingumas. Moko savarankiškai priimti sprendimus, kaip ir bendradarbiavimo grupėje“ (*Noga, 2009*).

Atkaklumas didaktiniuose žaidimuose leidžia mokiniams įveikti problemas, suvokti jas kaip reikalingas pastangas kelyje į laimėjimą. Didėja naujų dalykų mokymosi, taisyklių, santykių motyvacija ir optimizmas. Žaidimo dalyviai nebijo sunkumų ir mokosi iš pralaimėjimų. Toks požiūris leidžia jiems ugdyti kitą kompetenciją – pasirengimą susidoroti su rizika – ir moko rizikuoti.

Didaktinis žaidimas suteikia mokiniams galimybę priimti sprendimus ir atsakomybę už juos. Tai susiję su veiksmu neapibrėžtoje situacijoje ir galimu pralaimėjimu (*Wawrzeńczyk-Kulik, 2013*). Dalyviai suvokia, kad rizikingose situacijose priimti sprendimai gali būti klaidingi. Kiekvieno tolesnio žaidimo etapo žingsniai yra anksčiau priimtų, dažnai pavojingų, sprendimų ir žaidimo strategijos patobulinimai. Šioje situacijoje svarbu naudoti kitą kompetenciją – kritinį mąstymą. Jis susijęs su blaiviu, racionalių, loginių mąstymu. Tai pasireiškia informacijos, gautos iš žaidimo vedėjo ar kitų žaidėjų, analize ir įvertinimu (*www.criticalthinking.pl*). Kritinis mąstymas yra kūrybiškumo ir problemų sprendimo įgūdžių komponentas, ypač pasireiškiantis kritinėje situacijoje, leidžiantis pastebėti skirtumus ir priimti sprendimus.

Mokymo procese naudojami didaktiniai žaidimai vis labiau populiarėja ir yra vertinami mokyklose ir kitose institucijose. Pastaraisiais metais stebimas žaidimų renesansas. Mokymas jų pagalba turi neabejotiną vertę lyginant su tradiciniu ugdymo modeliu (*Surdyk, 2009; Kapp, 2012*). Atlikta daugybė tyrimų, susijusių su žaidimų naudojimu ir mokymo efektyvumu.

J. Huizing ir *R. Caillois* įrodinėja žaidybinės veiklos kaip pagrindinio žmogaus gebėjimų ugdymo metodo svarbą. Šie autoriai yra pripažinti ir žinomiausi ludologijos pradininkai [ang. *ludology – mokslas, tiriantis žaidimus*] (*Surdyk, 2009*). Tarp kitų žaidimų tiriančių mokslininkų reikia paminėti *J. Juul*, *G. Frasc*, *M. Eskelinen* (*Surdyk, 2009*), Lenkijoje – *W. Okoń* ir *F. Znanięcki*.

Tyrimai patvirtina patrauklią ir aktyvinančią žaidimų funkciją. Žaidimai moko ieškoti, kurti, įtvirtinti ir naudoti reikalingą informaciją, išieiti už knygų ribų. Taip gimsta naujos idėjos, vystosi socialinės kompetencijos, mokomasi darbo grupėje. *T. Siek-Piskozub* (2001) aptaria empirinių tyrimų rezultatus, kurie įrodo simuliacinio žaidimo mokymo efektyvumą.

Remiantis *Kappa* ir *Sheldono* tyrimo rezultatais galima teigti, kad žaidimai – tai mokytojų galimybė efektyvinti mokymosi procesą. Mokiniai labiau įsitraukia į ugdymo veiklą. Šis metodas efektyvesnis negu tradiciniai mokymo metodai (*Kapp, 2012; Sheldon, 2012*). Kompiuterinių technologijų plėtra vis plačiau leidžia naudoti elektroninius didaktinius žaidimus.

2004 m. sausio mėn. tyrėjai, akademiniai dėstytojai, doktorantai ir studentai įkūrė Lenkijos Žaidimų tyrimų draugiją (Games Research Association of Poland). Pagrindinis jos tikslas – žaidimų tyrimai ir jų taikymas švietime; draugija suteikia teorinių ir praktinių žinių, populiarina žaidimus, dalyvauja juos kuriant ir platinant, propaguoja žaidimą kaip kūrybiškos laiko praleidimo formos idėją (*Surdyk, 2007*).

2.3.2. Poznanės miesto ir strateginis žaidimai

Miesto žaidimas vyksta miesto erdvėje, kai žaidėjai sprendžia pateiktas užduotis. Laimi tas, kas ir geriau išsprendė daugiau užduočių, ir tai atliko kaip įmanoma greičiau. Žaidimas apima gatvės žaidimų, skautų pėdsekių ir

kompiuterinių žaidimų elementus. Tai didaktinis (simuliacinis) žaidimas, kuris reikalauja protinių gebėjimų, fizinio ir specialaus pasirengimo (*Warcholik, Leja, 2012*).

Žaidimo tema gali būti bet kokia. Judančių miesto erdvėje dalyvių tikslas yra atlikti užduotis ir pasiekti tam tikrus punktus – vietas, kur jų laukia agentai. Jie paduoda dalyviams užduotis, kurias reikia atlikti. Laimi tas, kas greičiau atliks užduotis arba surinks didžiausią balų skaičių (*Nowakowska, 2011; www.lscdn.pl*).

Iki šiol Poznanės jaunimo profesinio konsultavimo centras (CDZdM) du kartus buvo įsitraukęs į miesto žaidimą, skirtą gimnazijos mokinių verslumui ugdyti. Pirmas žaidimas įvyko 2014 m. spalio mėn., o kitas po dvejų metų, 2016 m. spalio mėn. Kiekvieną kartą Centras buvo meritorinis partneris ir bendradarbiavo su nevyriausybinėmis organizacijomis iš Poznanės aglomeracijos. Pagrindinė užduotis – iš Poznanės miesto savivaldybės gauti dotaciją viešos užduoties (miesto žaidimo) realizacijai, o po to atsiskaityti Poznanės miesto Ekonominės veiklos ir žemės ūkio departamentui. Tokios dotacijos suma apie 10.000 zł (2380 Eur). Meritorinis partneris atsakingas už dalyvių registraciją, atranką, bendradarbiavimą su mokyklomis ir metodinę paramą.

Miesto žaidimo, į kurį įsitraukia CDZdM, tikslas – suteikti dalyviams reikalingus įgūdžius kuriant, registruojant ir valdant verslą, ypatingą dėmesį skiriant šiuolaikiniam verslui ir kūrybiškumui ieškant idėjų verslui. Mokiniai įgyja žinių apie verslo plano kūrimą ir įmonės registraciją, pradedant nuo svajonių, plano, verslo koncepcijos iki realizavimo.

Parengiamajame etape įsteigiama koordinavimo komanda, kuri kuria taisykles, registracijos formą, interneto užduočių sąrašą, pareigybių aprašymus ir instrukcijas, žaidimo eigos žemėlapi. Maketuotojas rengia reklaminę medžiagą (logotipą, plakatus ir pan.) ir dalyvių kortelės grafinį vaizdą. Žaidimas reklamuojamas tradicinėse vietinėse žiniasklaidos priemonėse, internete ir socialinėje erdvėje. Informacija išsiunčiama į mokyklas. Žaidime gali dalyvauti 3 asmenų grupės, mokiniai turi mokytis Poznanės gimnazijose. Dalyviai užpildo registracijos formą interneto puslapyje. Šiame etape neribojamas komandų skaičius.

Pirmas žaidimo etapas – virtualus. Jo metu dalyviams suteikiamos žinios apie verslumą. Dalyvavimo žaidime sąlyga – reikia susipažinti su nuostatomis, reikalingas tėvų/globėjų sutikimas. Virtualus etapas vyksta dvi savaites. Užduotis reikia atlikti specialiai sukurtame interneto puslapyje, vienai užduočiai skiriamos 2 dienos, už jas verslumo ekspertai suteikia balų. Ekspertai taip pat siunčia komentarus, pasiūlymus ir idėjas. Ekspertai – tai verslo konsultantai, Projektų koordinavimo ir įgyvendinimo skyriaus darbuotojai, bankų atstovai. Sąlyga komandai toliau dalyvauti žaidime yra tam tikrų užduočių atlikimas nustatytu laiku. Užduotys, kurias reikia atlikti:

1. **Verslo idėja:** aprašymas ir idėjos, tikslų pagrindimas.
2. **Pardavimas:** strateginio kliento apibrėžimas, pardavimų tikslas, verslo aplinka (konkurentai, tiekėjai, klientai).

3. **Jmonės ištekliai:** finansiniai, materialiniai, žmogiškieji ištekliai, kainodara, platinimas, reklama.

4. **Verslo koncepcija:** joje yra trečiosios užduoties elementai, papildomai apžvelgiama strategija ir idėjos koncepcija; nurodomi elementai, kurie padeda išsiaiškinti, ar šią idėją galima įgyvendinti.

5. **Kuriama pardavimų strategija:** pardavimo koncepcijos kūrimas, nurodomi būdai ir etapai, kaip bus įgyvendinama pardavimo strategija.

6. **Logotipo ir produkto pavadinimo kūrimas:** rinkodaros strategijos kūrimas, bendros įmonės vizijos arba produkto reklama.

7. **Įmonės koncepcijos pristatymas:** užduotis apibendrina visą atliktą darbą; pristatymas rengiamas multimedija.

2016 m. virtualiame etape dalyvavo 41 komanda, 10 iš jų – miesto etape. Miesto etapo tikslas – supažindinti dalyvius su skirtingomis ekonominės veiklos rūšimis ir formomis, mokyti bendradarbiauti, priimti riziką ir sprendimus.

Žaidimo pradžioje dalyviai gauna rinkinį: marškinėlius su logotipu, gėrimą, užkandžius, kompasą, žemėlapi, užrašų knygutę ir rašiklį. Papildomai mokiniai ir savanoriai yra apdrausti nuo nelaimingų atsitikimų. Miesto etapas vyksta apie 3-4 val. Žaidžiama Poznanės mieste, jame išdėstyti punktai, kuriuose komandos atlieka verslo srities užduotis:

1. **Produkto pardavimas sudėtingam klientui:** savanoris atlieka sudėtingo kliento vaidmenį, dalyviai privalo jam parduoti savo produkciją.

2. **Verslo skatinimo, reklamavimo kampanija:** verslo koncepcijai pritaikytų reklaminių elementų nustatymas.

3. **Reklamos sukūrimas:** laiko, idėjos ir technikos įvertinimai.

4. **Interviu su verslininku:** gauti informaciją apie įmonės ir gaminio specifiką, susipažinti su verslininko laimėjimais ir problemomis.

5. **Verslo plano pristatymas:** įmonės koncepciją vertina teisėjai.

Žaidimas baigiamas, kai visos komandos atlieka visas užduotis. Kiekviename taške dalyviai gauna 0-5 balus, kurie skiriami už užduoties atlikimo kokybę. Laimėjusi komanda nustatoma suskaičiavus bendrus virtualaus ir miesto etapo balus. Poznanės miesto savivaldybės salėje skelbiami žaidimo nugalėtojai ir įteikiamos dovanos. Ceremonijoje dalyvauja miesto prezidentas. 2016 m. dalyviai gavo stalo žaidimus.

2014 m. miesto žaidime dalyvavo 18 asmenų ir 10 savanorių. 2016 m. virtualiame etape dalyvavo jau 123 asmenys, o antrame etape – 30 asmenų ir 15 savanorių.

Kitas simuliacinio žaidimo pavyzdys galėtų būti strateginis žaidimas. Literatūroje jis dažnai minimas kaip simuliacinis verslo žaidimas. Šis žaidimas leidžia vykdyti verslo veiklą virtualioje erdvėje. Tokio žaidimo pagrindinis

pranašumas – galimybė stebėti žaidėjo elgesį ir verslo pasekmes neprarandant išlaidų ir nerizikuojant (Gaweł, 2016).

Verslo žaidimai – tai įmonės ar jos dalies veiklos simuliacija. Žaidimo dalyviai atlieka vadovų vaidmenis. Jų užduotis – priimti vadybinius sprendimus, paveikšiančius įmonės veiklą. Veiksmai atliekami neturint pilnos informacijos apie žaidimą ir rinką. Naudodami bandymų ir klaidų metodą dalyviai turi galimybę analizuoti savo sprendimų pasekmes. Tokiu būdu jie gauna gilesnį supratimą apie įvairius verslo valdymo aspektus (Gaweł, 2016).

Tokio tipo žaidimuose vis dažniau naudojamos kompiuterinės programos, kurios padeda priimti sprendimą virtualioje erdvėje. Šios programos yra pagrįstos matematiniais modeliais, atspindinčiais supaprastintą verslo rinką (Wawrzeńczyk-Kulik, 2013). 2014-2016 m. Poznanės jaunimo profesinio konsultavimo centro ir Poznanės miesto savivaldybės Verslo skyriaus darbuotojų iniciatyva įvyko keturi strateginių žaidimų turnyrai, kurie įtvirtino mokinių verslumo pagrindus ir suteikė naujų žinių. Žaidimas organizuotas bendradarbiaujant su Poznanės Ekonomikos universitetu.

Registruotis galėjo 3-5 mokinių komandos, kurių nariai mokosi Poznanės miesto gimnazijų klasėse. Renginys buvo reklamuojamas Centro interneto puslapyje, socialiniuose tinkluose, informacija buvo siunčiama mokykloms ir pedagogams.

Pirmas pristatymas ir sukurtas žaidimas buvo įgyvendintas projekte „Strategic Management Games – innovative teaching method for business education (SMGBE)“, finansuojamame Leonardo da Vinci ir Transfer Innowacjii programos lėšomis. Projektą koordinavo Poznanės Ekonomikos universitetas, o realizavo University of Graz (Austrija), ISM (Lietuva) ir Wielkopolska Prekybos ir pramonės rūmai (Lenkija). Žaidėjams buvo reikalinga bent viena darbo vieta su kompiuteriu ir prieiga prie interneto. Visi žaidėjai privalėjo registruotis puslapyje <http://bizarena.eu.poznan.pl> (Gaweł 2016).

Viena vertus, žaidimo dalyviai naudoja savo turimas žinias ir verslumo srities įgūdžius, pasinaudodami jau turima kvalifikacija analizuoja galimybes, priima sprendimus, nagrinėja savo veiklos rezultatus, o kita vertus – savarankiškai ieško atsakymo, kuria veiksmingiausia rinkos strategiją (Gaweł, 2016).

Žaidimo metu mokiniai suskirstyti į grupes, kuriose priima sprendimus dėl virtualios įmonės steigimo ir veikimo (pasirenka įmonės pavadinimą, pasiskirsto vaidmenimis, numato įmonės veiklos strategijas)¹. Žaidimą sudaro iš 10 sprendimų ciklų. Žaidėjai varžosi tarpusavyje siūlydami savo paslaugas. Jie priima visus sprendimus, susijusius su verslo vykdymu, įskaitant rinkodaros politiką ar žmoniškųjų išteklių valdymą. Žaidimas trunka dešimt valandų ir dažniausiai vyksta 3 dienas. Jame dalyvauja penkios komandos. Laimi ta virtuali įmonė, kuri sukuria ir pasiūlo paslaugas, kaip įmanoma geriau pritaikytas tikslinei grupei.

¹ Iš „Opis scenariusza gry Fitness Club“, Gaweł A., Pietrzykowski M., The project „Virtual Game Method in Higher Education“.

Žaidimo pradžioje kiekvieno dalyvio situacija yra vienoda. Jie turi tokį patį pradinį kapitalą ir tokias pačias galimybes patekti į rinką, gauna milijoną zlotų. Įmonių situacija pasikeičia antrojo turo metu. Tai yra komandų priimtų strateginių sprendimų rezultatas, kurį paveikia įmonės finansinė padėtis, paslaugų paklausa ir pelnas (Gaweł, 2016).

Laimi ta komanda, kuri po 10 ciklų turi didžiausią kapitalą. Kiekvienas ciklas baigiasi komentarais apie strategijos efektyvumą. Žaidėjų apdovanojimai susiję su įsteigtos įmonės veiklos sfera.

Kai vyko pirmi trys žaidimai, kiekviena komanda gamino šokoladą ir plėtė savo veiklą Europos teritorijoje. Paskutiniame žaidime dalyviai kūrė virtualius sporto klubus. Visuose žaidimuose dalyvavo 65 asmenys. Dažniausiai žaidimai organizuojami Pasaulio verslumo savaitės metu ir yra gera verslumo ugdymo priemonė.

2.3.3. Išvados ir nauda

Įgytos kompetencijos didaktinių, o ypač strateginių ir miesto, žaidimų metu leidžia stiprinti verslumo įgūdžius. Gaunama nauda iš žaidimų naudojimo mokymo procese gali būti vertinama pagal suinteresuotas grupes: jaunų ir iniciatyvių darbuotojų, karjeros konsultantų ir mokytojų.

Nauda jauniems ir iniciatyviems darbuotojams:

- naujų sričių pažinimas ir jų vertinimas;
- verslumo įgūdžių ugdymas.

Nauda karjeros konsultantams:

- gilesnis mokinio pažinimas – žaidimas leidžia geriau pažinti jauno žmogaus profesinius interesus, jo stipriąsias ir silpnąsias puses; leidžia patikrinti turimas ir deklaruojamas kompetencijas; parodo vaidmenį komandoje, profesinius įgūdžius ir interesus;

- mokinių aktyvumo skatinimas ieškant naujų sprendimų ir senų modelių laužymas – žaidimai atskleidžia kompetencijas, susijusias su kūrybišku požiūriu sprendžiant problemas ir įvertinant riziką;

- karjeros konsultanto darbo įrankis ir geresnis jo įvaizdis tarp mokinių; žaidimai atskleidžia kūrybišką karjeros konsultanto požiūrį į darbą; formuojamas kompetentingo, kūrybiško, atviro naujovėms pedagogo įvaizdis (Dołęga-Herzog, Rosalska, 2014).

Nauda mokytojams:

- mokinio pažinimas įvairiose situacijose – žaidimai leidžia pastebėti asmenybės bruožus, kurie dažniausiai nėra parodomi; tai leidžia tiksliau įvertinti jo pasiekimus ir pralaimėjimus, ypač stresinėse situacijose;

- pateikiami klausimai, susiję su įvairiais reiškiniais, techniniais procesais, kurie įtraukti į mokymo programas – žaidimai stimuliuoja susidomėjimą mokomaisiais dalykais ir pakeičia mokinio požiūrį į mokymąsi (Gulińska, 2008);

- efektyvesnis auklėjamas poveikis žaidimo metu – žaidimai leidžia perkelti atsakomybę nuo mokytojo ir jo dėstomo dalyko ant mokinio ir jo savarankiškos veiklos.

Mokytojai ir karjeros konsultantai, kuriantys ir įgyvendinantys didaktinių žaidimų scenarijus, ypač miesto ir strateginių žaidimų, privalo pasirūpinti keliais pagrindiniais žingsniais. Jie turės įtakos teisingai žaidimo eigai ir rezultatams. Visų pirma, reikia tiksliai numatyti gavėją. Po to pasirūpinti užduočių sudėtingumu. Svarbu, kad visi dalyviai laikytųsi taisyklių. Padėti gali organizacinis susirinkimas, pristatantis taisykles ir reikalavimus žaidimų dalyviams. Žaidėjų aktyvumas priklausys nuo užduočių įvairumo. Gerai paruoštas žaidimas leis išnaudoti didaktinių žaidimų privalumus, ugdyti socialines ir verslumo kompetencijas.

Nuo to laiko, kai didaktiniai žaidimai pradėti naudoti mokymosi procese, jų populiarumas vis auga. Didėja jų įvairovė, plečiasi žaidimų rinka, jais domisi vis daugiau autorių. Jaunimo ir vaikų žaidimų problematiką Lenkijoje nagrinėjo *Okoń (1987), Kapica (1991), Siek-Piskozub (1995), Kupisiewicz (2000), Bondarowicz, Staniszewski (2000), Kruszewski (2005), Surdyk (2008, 2009)*. Leidžiamas ludologijos mokslinis leidinys, oficialus Lenkijos Žaidimų tyrimų draugijos žurnalas „Homo ludens“. Užsienio literatūroje apie žaidimą rašo *Barton (1974), Gordon (1974), Huizinga (1985), Caillois (1997), Flemming (1998), Chauvel, Michel (1999), Portmann (2001), Juul (2003)*.

Literatūra:

Dołęga – Herzog H., Rosalska M. (2014). Wykorzystywanie metod kreatywnych w przygotowaniu uczniów do wyboru zawodu. Propozycje rozwiązań metodycznych, Warszawa: Koweziu.

Faria, A. J., Nulsen, R. O. (1996). Business Simulation Games: Current Usage Levels. A ten Year Update. Developments in Business Simulation & Experiential Exercises, 23/1996.

Galant J. (1987). Dostrzeganie i rozwiązywanie problemów w klasach początkowych. Warszawa: WSiP.

Gaweł A. (2016). The Management of Virtual Games During the Education Process [w:] Perspectives on Computer Gaming in Higher Education red. Wach – Kąkolewicz A., Muffoletto R.,. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Bogucki

Gaweł, A. (2006). Wirtualne gry strategiczne – narzędzie edukacji przedsiębiorczej czy eksperymentalna metoda badawcza w badaniach nad przedsiębiorczością, Przedsiębiorczość – edukacja, 12/2006.

Grzesiak J. (1984). Gry i zabawy matematyczne – zadania dla dzieci w młodszym wieku szkolnym. Życie szkoły, 4.

Gulińska, H. (2008). Gry edukacyjne w nauczaniu chemii [w:] Homo communicativus red. Surdyk, A. Szeja, J.Z. Poznań: UAM

Kapp, K. M. (2012). The Gamification of Learning and Instruction. San Francisco: Pfeiffer.

Kruszewski, K. (2005). *Gry dydaktyczne* [w:] Kruszewski K. (red.) *Sztuka nauczania. Czynności nauczyciela. Podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Król, R. (2007). *Efektywność gier dydaktycznych w procesie kształcenia*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Kupisiewicz, Cz. Kupisiewicz, M. (2009). *Słownik pedagogiczny*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Kupisiewicz, Cz. (2000). *Dydaktyka ogólna*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Graf Punkt.

Noga, M. (2009). *Zabawa jako źródło twórczych działań dziecka*, [w:] *Dziecko w świecie zabawy*, [red.] B. Dymary, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Nowakowska, O. (2011). *Wszystko gra! Gry miejskie w przestrzeni Warszawy*, *Homo Ludens*, nr 1(3).

Okoń, W. (2007). *Nowy słownik pedagogiczny*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.

Okoń, W. (1987). *Zabawa a rzeczywistość*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.

Sheldon, L. (2012). *The Multiplayer Classroom*. Boston: Course Technology.

Siek-Piskozub, T. (1995). *Gry, zabawy i symulacje w procesie glottodydaktycznym*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

Siek-Piskozub, T. (2001). *Uczyć się bawiąc. Strategia ludyczna na lekcji języka obcego*. Warszawa: PWN.

Surdyk, A. (2007). *Charakter i cele Polskiego Towarzystwa Badania Gier oraz perspektywy badań nad grami w Polsce, Kulturotwórcza funkcja gier – Gra jako medium, tekst i rytuał*, [red.] Surdyk, A., Szeja, J., tom I, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań

Surdyk, A. (2008). *Edukacyjna funkcja gier w dobie „cywilizacji zabawy”*. *Homo communicativus* 3(5).

Surdyk, A. (2009). *Status naukowy ludologii. Przyczynek do dyskusji*. *Homo Ludens: PTBG*.

Szlosek, F. (1995). *Wstęp do dydaktyki przedmiotów zawodowych*. Radom: Wydawnictwo ITE.

Warcholik, W. Leja, K. (2011). *Gry miejskie jako innowacyjne produkty turystyczne*, Kraków: *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia Geographica III/2012*, Wydawnictwo Naukowe UP.

Wawrzeńczyk-Kulik, M. (2013). *Symulacyjna gra decyzyjna jako narzędzie wspomagające nauczanie w ramach przedmiotu „Podstawy przedsiębiorczości”*. *Zeszyty Naukowe WSEI seria Ekonomia*, nr 6.

Interneto svetainės:

www.womgorz.edu.pl

www.lscdn.pl

www.graszkolneniowa.pl

www.nbportal.pl

www.criticalthinking.pl

2.4. Žinios apie ekonomiką ir teisę ir gebėjimas mokytis

Apibrėžimai:

Žinios apie ekonomiką ir teisę – tai pagrindinių, verslo vadybai poveikį darančių ekonominių ir teisinių principų išmanymas (pvz., paklausa ir pasiūla, idėjų įgyvendinimo išlaidų apskaita, darbo sutarčių tipai ir pan.).

Gebėjimas mokytis – gebėjimas ir noras kaupti naujas žinias. Susijęs su intelektu, suprantamas kaip gebėjimas mokytis ir suprasti ar susidoroti su naujomis situacijomis.

<http://www.merriam-webster.com/>

2.4.1. Mokymosi metodas: mokinių kooperatyvai

Mokinių kooperatyvas (toliau MK) – organizacija, veikianti švietimo įstaigoje. Ši organizacijos rūšis šiandien neteisingai išstumta į paribį, turi senas gyvavimo Lenkijoje tradicijas. Pirmasis MK buvo įkurtas 1900 metais. Ypatingą populiarumą MK įgijo tarpukario metais, kai tapo svarbia lygiagrečiai besiplėtojančio kolektyvinio judėjimo šalyje dalimi. Judėjimo dalyviai teigė, kad kooperatyvų kūrimo principų – verslumo, solidarumo ir bendradarbiavimo – reikia mokyti nuo mažens. Išpopuliarėjo šūkis: „Auklėkime savo vaikus kaip sąmoningus, išradingus ir kūrybingus kooperatyvų narius, kad jei užaugę gyventų teisingesnėje, geresnėje ir laimingesnėje visuomenėje nei gyvename mes“ (*Historia i terażniejszość spółdzielni, 2016*).

1939 m. MK veikė beveik 30 proc. visų šalies mokyklų (*Wolski, 2016*). Daugeliu atveju jie vykdė mokyklose pardavimo, maitinimo, bibliotekos, knygų įrišimo ir spausdinimo paslaugas. Pastarųjų atitikmuo dabar greičiausiai būtų kopijavimo paslaugų teikimas. Verta pabrėžti, kad Lenkija kooperatyvų kūrimo judėjimu neišsiskyrė iš kitų tuometinių šalių. Kolektyvinis judėjimas – ir MK kūrimo – buvo sėkmingai plėtojamas kitose Europos šalyse, įskaitant Jungtinę Karalystę ir Prancūziją.

Kolektyvinio judėjimo, kaip ir MK, žlugimas sutapo su Antruoju pasauliniu karu, tačiau pokario metais MK išgyveno savo renesansą. 1970-ieji metai buvo ypač palankūs MK. Tuo metu jie veikė tradicinėse pramonės šakose ar valstybinių monopolijų srityse. Tarp populiariausių – spaustuvės, kirpyklos, fotostudijos, žaislų ir pintų gaminių gamybos, siuvimo, mezgimo paslaugas teikiančios įmonės. Beveik kiekvienoje mokykloje veikė taupomosios kasos, kurios vėliau buvo reorganizuotos į kooperatyvų kasas. Jaunųjų Lenkijos kooperatyvų padėtis buvo tokia stipri, kad UNESCO kvietimu jie dalyvavo Tarptautiniame mokyklų kooperatyvų asociacijų simpoziume, kuris vyko Paryžiuje 1979 m.

Tikrosios kooperatyvų judėjimo problemos prasidėjo nuo 1989 m., įvykus transformacijoms ir sisteminiams pokyčiams šalies santvarkoje. Atrodė, kad MK, remiantys verslumą, grindžiamą kolektyvizmo, solidarumo ir

bendradarbiavimo principais, neatitiko naujų ekonomikos realijų, skatinančių individualų varžymąsi, konkurenciją ir maksimalų pelną. MK populiarumą mažino ir neigiamas požiūris į ankstesnę santvarką. Po kelerių metų paaiškėjo, kad, kaip pasakytų Markas Tvenas, *gandai apie MK mirtį buvo gerokai perdėti*, o MK mokymo metodas gali labai pagelbėti.

Apskaičiuota, kad šiuo metu MK veikia maždaug 6000 mokyklų visoje Lenkijoje ir į jų veiklą įsitraukė apie 300 tūkst. mokinių. Mažiausi vienija kelis asmenis, didžiausi – daugiau nei 200 (*Kondycja spółdzielni uczniowskich...*, 2015). Nors jie veikia visoje Lenkijoje, ypatingas dėmesys MK skiriamas šiose vaivadijose: Mažosios Lenkijos, Pakarpatės, Varmijos Mozūrų ir Mazovijos. Nuo 1991 m. Krokuvoje veikia mokinių verslumo plėtros fondas (toliau KMVPF), kuris siekia remti MK šalyje ir viešinti informaciją apie juos šalyje ir užsienyje, taip pat rengti MK mokytojus-globėjus.

Vienas iš svarbiausių MK tikslų, iškeltų KMVPF, – socialinės ekonomikos kompetencijos ugdymas visuomeniniame kontekste (*Monitor Polski, 2014*). Šis tikslas turi būti įgyvendinamas ugdant minėtą kompetenciją formalaus (visuose švietimo lygmenyse) ir neformalaus ugdymo srityse. Kaip vieną iš socialinės ekonomikos mokymo formų KMVPF nurodo MK. Numatoma, kad iki 2020 m. MK ir kitos kooperatyvinės veiklos formos turi veikti mažiausiai 10 proc. pradinį ir pagrindinių mokyklų.

Nacionalinėje socialinės ekonomikos plėtros programoje patvirtinta tai, kas šalyje vyko jau keletą metų. Nacionalinė kooperatyvų taryba, Nacionalinė kooperatyvų veiklos priežiūros federacija ir kitos nevyriausybinės organizacijos, bendradarbiaudamos su vietos valdžios organais, pradėjo vykdyti daug projektų, kuriais siekė stiprinti MK veiklą. Pavyzdžiui, „Mokinių kooperatyvai – jaunimas startuoja“, „Mokinių kooperatyvai kaip priemonė stiprinti jaunimo verslumą“. Lenkijos karalienės šv. Jadvygos fondas vieno iš projektų metu Poznanės regioninio socialinės politikos centro prašymu parengė nuoseklią socialinės paramos verslo švietimo programą, skirtą vyresnių klasių mokiniams.

MK – kaip jie veikia?

MK – neturinčios atskiro juridinio statuso mokyklos organizacijos. Jos veikia remdamosi bendraisiais kooperatyvų judėjimo principais ir 1982 m. kooperatyvų įstatymu. Todėl MK gali būti įsteigti visų tipų mokyklose, įskaitant tas, kurių mokiniai yra jaunesni nei 13 metų amžiaus. Kiekvienas kooperatyvas parengia savo nuostatus, reglamenuojančius jo veiklą. Nuostatuose apibrėžiama organizacija, veikla, jos veikimo būdas, valdymas, nariai, narių įgaliojimai, taikymo sritys ir klausimai, susiję su kooperatyvo ištekliais ir finansais. Remtis galima pavyzdiniais MK nuostatais, patvirtintais 1983 m. II-ojo Lenkijos kooperatyvų kongreso sprendimu, kuriuos parengė Nacionalinė kooperatyvų taryba, jį suderinusi su Švietimo ir mokslo ministerija. Svarbu, kad parengti nuostatai atitiktų mokyklos, kurioje veikia kooperatyvas, nuostatus. Nurodomi valdymo organai – generalinė asamblėja, valdyba ir stebėtojų

taryba, atsakingi už kooperatyvo veiklą, kuriuose sprendimus gali priimti tik kooperatyvo nariai. Nuostatus tvirtina mokyklos direktorius.

MK gali vienyti bet kurį mokinių skaičių, tačiau ne mažesnį kaip dešimt. Kooperatyvo veikla vykdoma mokinių su mokytojo-globėjo priežiūra. Nacionalinės kooperatyvų tarybos inspektorius ir mokyklos direktorius prižiūri MK vykdomą veiklą. Kooperatyvas, kaip mokyklos vidaus darinys, nėra mokesčių mokėtojas, jo nariai negauna mėnesinio darbo užmokesčio. Pelnas gali būti skirtas bendram tikslui – tai gali būti klasės kelionė arba bendras apsilankymas kine. MK gali bendradarbiauti su suaugusiųjų valdomu kooperatyvu, tuo atveju tai bus globojamo bendradarbiavimo atmaina.

Devyni MK steigimo etapai:

1. Mokiniai sužino apie MK steigimo, socialinės paramos verslo ir mokinių verslumo idėjas. Tai daroma verslumo ugdymo užsiėmimų, klasės valandėlių ar papildomų užsiėmimų metu. Užsiėmimus gali organizuoti mokytojas savarankiškai arba bendradarbiaudamas su trečiojo sektoriaus praktikais (NVO, Socialinės ekonomikos paramos centru, Suaugusiųjų kooperatyvų ir įmonių atstovai). Įdomus būdas, skirtas pristatyti MK veikimo principus, gali būti įtraukimas į žaidimą, kuriame mokiniai „pasimatuoja“ kooperatyvo narių vaidmenis.

2. Poreikių ir gebėjimų įvertinimas – suinteresuoti mokiniai, prižiūrimi mokytojo-globėjo, sprendžia, kas jiems yra įdomu, ką jie sugeba, nori ir moka veikti, kokią naudą tai atneš jų kooperatyvui. Taip pat įvertina mokyklos ir artimos aplinkos poreikius. Šiame etape planuojami pirmieji rinkodaros veiksmai.

3. Sudaromas mažiausiai 10 asmenų, norinčių steigti kooperatyvą, sąrašas. Nustatomas dalyvavimo laipsnis ir įnašas.

4. Pakeičiami mokyklos nuostatai, juose įrašoma, kad mokykloje pradeda veikti MK.

5. Mokytojų taryba priskiria MK mokytoją-globėją. Šio asmens vadovavimas reikšmingas kooperatyvo vykdomos veiklos sėkmei. Mokytojo-globėjo vaidmuo apima ne vien kooperatyvo veiklos priežiūrą, bet ir mokinių motyvavimą tolesnei veiklai. Nacionalinės kooperatyvų veiklos priežiūros federacijos ir Mokinių kooperatyvų vystymo fondo atlikti tyrimai apibūdina tinkamą mokytoją-globėją kaip „įsitraukusį į MK veiklą asmenį, veiksmus derinantį su mokyklos administracija, sumaniai besinaudojantį mokyklos ištekliais, užmezgantį bendradarbiavimą su vietos verslininkais ir kitomis įmonėmis, pasižymintį lyderio savybėmis, palaikantį ir pastiprinantį mokinių teigiamas savybes“ (*Kondycja spółdzielni uczniowskich...*, 2015). Šiuo metu mokytojai, norėdami tapti MK globėjais, gali pasinaudoti nemokamais kursais, seminarais, pirmaisiais vadovais, pvz., M. Grzybowskiej-Brzezińskiej knyga „Mokinių kooperatyvo vadybininkas. Mokinių kooperatyvo mokytojo-globėjo vadovas“.

6. Bendras MK narių nuostatų rengimas (pagal Nacionalinės kooperatyvų tarybos parengtą pavyzdį). Vėliau nuostatų tvirtinimas mokyklos direktoriaus.

7. Generalinės asamblėjos – aukščiausiojo kooperatyvo valdymo organo susirinkimas. Generalinė asamblėja išrenka kooperatyvo valdybą ir svarsto nuostatų priėmimo klausimą.

8. Mokyklos vadovas arba jo atstovas praneša Švietimo skyriaus mokyklos kuratoriui apie įsteigtą MK.

9. Mokyklos direktorius arba jo atstovas praneša apie MK įsteigimą Nacionalinei kooperatyvų tarybai Varšuvoje.

2.4.2. Mokinių kooperatyvas „Nie ma lipy“

MK „Nie ma lipy“ veikia šalia mokyklų susivienijimo, esančio Didžiosios Lenkijos vaivadijos Zlotovo apskrities Stara Lipka vietovėje. Kooperatyvo pavadinimas kilo nuo vietovės pavadinimo. Jo nariai yra antros ir trečios gimnazinių klasių mokiniai. Šiuo metu kooperatyvas vienija keliasdešimt aktyvių narių. Jis atviras naujiems nariams, nes į įmonę nuolat įtraukiami nauji asmenys. Mokyklą baigę mokiniai pasitraukia iš kooperatyvo veiklos, tačiau dažnai lieka jai ištikimi ir atlieka ambasadorių funkciją. Kartą per savaitę vyksta MK susitikimai, kurių metu nariai ir kooperatyvo globėjai aptaria rūpimus klausimus ir pasidalija užduotimis. Pagrindiniai MK „Nie ma Lipy“ paslaugų gavėjai yra Stara Lipka vietovės gyventojai.

Kooperatyvo įsteigimo stimulu tapo ES projektas: „Į savo sąskaitą. Kaimo vietovių jaunesniųjų gimnazinių klasių mokinių ekonominio ugdymo programa“. Projektu buvo siekiama plėsti mokinių ekonomikos žinias, ugdyti verslumo pagrindus, mažinti atskirtį tarp mieste ir kaime gyvenančio jaunimo finansinių priemonių raštingumo srityje, skatinti sąmoningą karjeros kelio planavimą (*Na własne konto, 2016 m.*). Svarbi projekto dalis – verslumo, rinkodaros ir reklamos mokymai, kurių metu mokiniai sužinojo, kas yra MK ir kaip viešinti jo veiklą.

Kooperatyvo „Nie ma Lipy“ mokiniai nusprendė leisti spaudą. Dalyvavimas mokymuose atnešė MK „Nie ma Lipy“ komandai konkrečius rezultatus – jie laimėjo konkursą už geriausią reklamą. Pergalę nulėmė ryžtas ir naujai įgyti mokinių gebėjimai. Mokiniai laimėjo garsaus YouTube.com tinklapio ir vietos savivaldos atstovų paramą. Prizu tapo finansinė parama, kurią kooperatyvo nariai skyrė reikalingai įrangai įsigyti ir filmų gamybai. Tai leido MK plėsti savo veiklą – kooperatyvas leidžia vietos laikraštį, rengia reportažus apie vietos bendruomenės gyvenimą.

Per dvejus veiklos metus MK „Nie ma Lipy“ išleido tris leidinius ir kelis vaizdo įrašus. Mokiniai įtraukti į kiekvieną leidinio kūrimo etapą: jie ieško idėjų, dalijasi užduotimis, rašo straipsnius, rengia nuotraukas. Taip pat atsako už teksto koregavimą ir redagavimą. Mokytojai-globėjai peržiūri galutinę leidinio versiją. Pirmieji du MK „Nie ma Lipy“ žurnalo leidiniai buvo atspausdinti kooperatyvo spausdintuvu (jis buvo įsigytas iš kito projekto lėšų), trečiojo numerio spausdinimas buvo užsakytas profesionalioje spaustuvėje. Svarbi darbo su leidiniu dalis yra norinčių viešintis įmonių pritraukimas, už šią sritį atsako patys mokiniai. Jie pripažįsta, kad bendravimas su verslininkais ir žurnalo pasiūlos numatymas buvo nelengvas uždavinys, tačiau leido jiems įgyti pasitikėjimo savimi (*interview su MK „Nie ma Lipy“, 2016*). Įgyti papildomų įgūdžių leido dalyvavimas kituose konkursuose ir mokymuose

(pvz., gauta fondo „Zachodni bank WBK“ dotacija programai „Veik vietoje“). Mokiniai pabrėžė, kad MK „Nie ma Lipy“ neveiktų taip sėkmingai, jei ne kitų asmenų suteikta parama. Kooperatyvo veiklą palaiko Stara Lipka vietovės seniūnas, Zlotovo apskrities savivaldybė, vietos institucijos (Savivaldybių kultūros centras, Savanorių ugniagesių brigada) ir verslininkai.

Mokytojai, mokiniai ir jų tėvai labai teigiamai vertina dalyvavimo kooperatyvo veikloje rezultatus. MK veikla padėjo jiems įgyti daugiau patirties taip vadinamųjų bendrųjų kompetencijų įprastinių įgūdžių srityje (pvz., specifinių tekstų rašymo, garso ir vaizdo medžiagos gamybos įgūdžiai) ir horizontaliųjų įgūdžių srityje (pvz., derybų įgūdžių, pasitikėjimo savimi, bendradarbiavimo ir darbo komandoje įgūdžių). Dabar mokiniai geriau išmano ekonomikos, socialinės paramos, bendruomeniškumo klausimus, gavo žinių apie įvairias valstybines ir nevyriausybinės organizacijas, veikiančias savivaldybės ir apskrities mastu.

Mokiniai atkreipė dėmesį, kad kooperatyvo veikla suteikė priklausymo kolektyvui, bendrystės, daromos veiklos svarbos ir būtinumo jausmus. Taip pat leido palyginti, kaip veiklos rezultatai atitinka klientų lūkesčius ir galimybę planuoti savo karjeros kelią – dalis kooperatyvo narių pareiškė, kad dalyvavimas kooperatyvo veikloje leido suprasti, kokia veikla norėtų užsiimti ateityje. Svarbu, kad kooperatyvo nariai įsitraukia ne tik į medžiagos, reikalingos spaudiniui, gavimą, bet ir užsiima savanoryste, nes toks poreikis yra (*interview su MK „Nie ma Lipy“, 2016*). Kooperatyvas nuolat bendrauja su savo rėmėjais ir potencialiais paslaugų gavėjais – nuolat atnaušina paskyrą Facebook.com ir YouTube.com kanale. Informacijos apie MK veiklą galima rasti Stara Lipka mokyklų susivienijimo interneto tinklapyje (*ZS Lipka, 2016*).

MK tyrimai, atliekami Nacionalinės kooperatyvų veiklos priežiūros federacijos užsakymu, parodė, kad MK veikla teigiamai veikia ir formuoja verslumo ir bendruomeniškumo pažiūras. Tarp MK veiklos daromo teigiamo poveikio minima mokyklinių žinių ir įgūdžių plėtotė iš karto keliose srityse: visuomeniškumo, pilietiškumo, skaičiavimo ir skaitmeninių, pardavimo įgūdžių, ekonomikos ir rinkos pagrindų išmanymo, socialinio egalitarizmo (lygybės) skatinimo, mokymosi per praktiką, funkcionavimo visuomenėje ir socialinių grupių sąveikos principų supratimo. MK skatina horizontaliųjų įgūdžių: strateginio mąstymo, laiko valdymo, pasitikėjimo savimi, problemų sprendimo ir paramos paieškos, bendradarbiavimo, konfliktų sprendimo ugdymą (*Kondycja spółdzielni uczniowskich..., 2015*).

MK paslaugos gavėjai gali būti mokiniai, mokytojai, darbdaviai, socialinės ekonomikos paramos centrai, kuriems yra artimas socialinės paramos idėjos tarp mokinių skatinimas. Geras pavyzdys yra Socialinių kooperatyvų asociacija. Asociacija, vykdydama įstatymų nustatyta tvarka reglamentuotą veiklą ir bendradarbiaudama su vidurinėmis ir gimnazinėmis mokyklomis, siekia skleisti žinias apie socialinę ekonomiką ir socialinės paramos verslą. Šiam tikslui pasitelkiami treningai, mokymai, susitikimai su vietinėmis socialinės paramos įmonėmis (*Wielkopolski*

Ośrodek Ekonomii Społecznej, 2014 m.). Socialinių kooperatyvų asociacijos Didžiosios Lenkijos socialinės ekonomikos centras išsikėlė uždavinį 2016-2018 metais steigti ir palaikyti MK. Dėmesio verta yra ir švietimo veiklą prie Poznanės regioninio socialinės politikos centro vykdanči grupė. Jos nariai yra socialinės ekonomikos paramos centrų, socialinių įmonių, universitetų atstovai. Grupės tikslas – „sukurti skirtinguose švietimo etapuose besiuogdančių asmenų žinių, gebėjimų įgijimo, įgūdžių formavimo, bendruomeniškumo ir socialinės paramos pažiūrų plėtojimo būdus“ (*Wielkopolska ES, 2017*).

Mokytojai taip pat nurodo MK teikiamą naudą (*Kondycja spółdzielni uczniowskich..., 2015*). MK veikla leidžia realizuoti žymią dalį įgyvendinamos mokymo programos tikslų, ypač tokių dalykų kaip ekonomikos praktika ir verslumo pagrindai. Dabartinėje bendrojoje verslo pagrindų ugdymo programoje, įtrauktoje į ketvirtąjį ugdymo etapą (skirtas vyresnių klasių mokiniams), numatytos įvairios temos, apimančios komunikaciją ir sprendimų priėmimą, rinkos ekonomikos ir verslo etikos principų išmanymą, karjeros planavimą (*MEN, 2016*). Žinioms apie realios rinkos, kurioje teks funkcionuoti jaunimui, dėsnius įgyti numatyta 60 valandų. Bendrojoje ugdymo programoje yra numatytas verslo pagrindus papildantis ekonomikos praktikos ugdymo dalykas. Šio dalyko tikslai didžiąja dalimi sutampa su MK valdymo tikslais. Svarbiausias – gebėjimas realizuoti idėją įvykdant numatytą veiklą – pradedant nuo plano parengimo, jo įgyvendinimo iki rezultatų analizės. Remiantis Švietimo ir mokslo ministerijos rekomendacijomis numatyta, kad „mokiniui turi būti sukurta tokia aplinka, kurioje jis galėtų priimti savarankiškus sprendimus vykdydamas projektinę veiklą ekonomikos srityje“ (*MEN, 2016*).

MK taip pat leidžia susipažinti su įstatymų taikymo elementais. Jo dėka mokiniai išmoka ne tik pagrindinius verslo srityje vartojamus teisinius terminus (pvz., reglamentas, kooperatyvo valdymas, stebėtojų taryba, registracija), bet ir suvokia, kad jie veikia juridinėje aplinkoje, sužino ne tik savo teises, bet ir pareigas kitų juridinių subjektų atžvilgiu, susipažįsta su juridinėmis taisyklėmis, susijusiomis su jų verslu. Geras pavyzdys – MK reakcija į mokyklų maitinimo taisyklių pakeitimą. MK, vykdančys prekybą maisto produktais mokykloje, turėjo savo pasiūlą suderinti su iš dalies pakeistais teisės aktais. MK dėka jaunimas susipažino su taisyklėmis, reglamentuojančiomis renginių, susibūrimų, loterijų organizavimą. Veikla MK gali tapti galimybe, kaip matyti iš MK „Nie ma Lipy“ pavyzdžio, užmegzti bendradarbiavimo ryšius su vietos valdžia. Taip mokiniai įgyja žinių ir įgūdžių, numatytų bendrojoje verslumo pagrindų programoje, ir mokosi bendruomeniškumo.

2.4.3. Išvados ir nauda

MK veiklos vykdymas ugdo mokinių praktinius įgūdžius, reikalingus jiems įžengiant į darbo rinką. Verslo vykdymas iš jų reikalauja lankstumo ir nuolatinio naujų žinių, gebėjimų ir įgūdžių įgijimo. Priešingai nei naudojant kitus modeliavimo įrankius – simuliatorius, – MK veikloje viskas vyksta iš tikrųjų. Šis autentiškumas gali būti MK

pranašumu lyginant su kitomis verslumo ugdyme taikomomis priemonėmis ir metodais. Neįmanoma pervertinti savarankiško mokymosi vaidmens mokymosi procese.

MK gali pasirodyti esanti labai reikalinga priemonė įvykdžius 2017 m. planuojamą Švietimo reformą Lenkijoje. Vykdamas reformą bus atkurtos 8 metų pradinį ir pagrindinį ugdymą teikiančios mokyklos, o profesinės mokyklos bus pertvarkomos į dvikryptes profesines mokyklas. Taip pat pasikeis programa ir jos dalis, skirta socialinės paramos verslo ugdymui. Reformos tikslas – kad mokymo priemonės atitiktų darbo rinkos poreikius ir stiprintų praktinio mokymo vaidmenį profesiniame mokyme (MEN, 2017). Šie tikslai sutampa su MK tikslais ir *Trio2Succes* projekto partnerių nuostatomis.

Nauda mokiniams:

- praktinių įgūdžių įgijimas verslumo, vadybos ir ekonomikos srityse;
- žinių apie vietos bendruomenę ir regione veikiančias įmones (apie veikiančias vyriausybines institucijas, tradicines regiono verslo įmones, nevyriausybines organizacijas) įgijimas;
- tokių įgūdžių kaip atsakomybė, komunikabilumas, atkaklumas, komandinis darbas, laiko valdymas, kūrybiškumas, įgijimas;
- pilietiškumo didinimas.

Nauda mokytojams:

- verslo pagrindų ir ekonomikos praktikos išplėstinių dalykų ugdymo programos elementų įgyvendinimas;
- savęs tobulinimas ir savirealizacija.

Nauda karjeros konsultantams:

- geresnis bendradarbiavimas su mokiniais.

Literatūra:

Dranikowska, A. (2014). O pracy u podstaw, czyli o ekonomii społecznej w edukacji, [w:] Wielkopolski Ośrodek Ekonomii Społecznej, Stowarzyszenie Na Rzecz Spółdzielni Socjalnych, Poznań.

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, dostęp przez: Internetowy System Aktów Prawnych: <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WMP20140000811>

Grzybowska - Brzezińska, M. Parszewski, K. Żuchowski, I. (red.). (2011). Menadżer spółdzielni uczniowskich – podręcznik opiekuna spółdzielni socjalnej, Ostrołęka.

Jankowski, J. Derc, E. (2014). Jak założyć spółdzielnię uczniowską? Podręcznik dla opiekunów SU, Warszawa.

Podstawa programowa przedmiotu Podstawy przedsiębiorczości (www.men.gov.pl).

Podstawa programowa przedmiotu Ekonomia w praktyce (www.men.gov.pl).

Podstawa programowa przedmiotu Wiedza o społeczeństwie, dostęp przez (www.men.gov.pl).

Ustawa Prawo spółdzielcze z dn. 16 września 1982 roku, dostęp przez: Internetowy System Aktów Prawnych:
<http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19820300210>

Ustawa Prawo Oświatowe z dn. Grudnia 2016 roku, dostęp przez: Internetowy System Aktów Prawnych:
<http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20170000059>

Wolski, J. (2012). *Polska kooperacja szkolna, [w:] Jak robić biznes społeczny, nr 3.*

Šaltiniai internete:

Kondycja spółdzielni uczniowskich oraz ich rola w promowaniu postaw przedsiębiorczych oraz obywatelskich, Krajowy Związek Lustracyjny Spółdzielni Pracy, Kraków, 2015 r. , dostęp przez:

<http://www.spoldzielnie.org.pl/?q=node/1050>

Młody Obywatel: Spółdzielczość uczniowska, oprac. Anna Korcz, Joanna Woźniczka, Centrum Edukacji Obywatelskiej, dostęp przez: www.ceo.org.pl

Przedsiębiorczość społeczna. Program edukacyjny, Fundacja Królowej Polski św. Jadwigi, Poznań, 2015 r., dostęp przez:

<http://wielkopolskaes.pl/index.php/komitet/grupa-ds-edukacji>

Prezentacja projektów ustaw, Ministerstwo Edukacji Narodowej, dostęp przez:

<https://men.gov.pl/ministerstwo/informacje/reforma-edukacji-prezentacja-projektow-ustaw.html>

Interneto svetainės:

Ministerstwo Edukacji Narodowej: www.men.gov.pl

Portal Rozwoju Spółdzielczości: www.spoldzielnie.org.pl

Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości Uczniowskiej: www.frsu.pl

Krajowa Rada Spółdzielcza: www.krs.org.pl

Portal Uczniowski www.uczniowskie.pl

Centrum Edukacji Obywatelskiej: www.ceo.org.pl

Zespół Szkół w Starej Lipce: www.zslipka.nazwa.pl

Portal ekonomii społecznej: www.wielkopolskaes.pl

Na własne konto: www.nawlasnekonto.pl

Cooperative News: <http://www.thenews.coop/>

2.5. Kūrybiškumas ir inovacijos

Apibrėžimai:

Kūrybiškumas – gebėjimas kurti arba sugalvoti naujų dalykų ir idėjų.

Inovacijos – naujų idėjų, įrankių, priemonių ar metodų įdiegimo procesas.

<http://www.merriam-webster.com/>

2.5.1. Mokymosi metodas: mokomosios mokinių bendrovės

Verslumo samprata yra labai plati: tai naujų idėjų, projektų įgyvendinimo siekimas, gebėjimas sėkmingai organizuoti ir valdyti savo gyvenimą ir verslą, pelningai gaminti prekes ar teikti paslaugas; tai kūrybiškumas, naujovės, pasirengimas rizikuoti siekiant numatytų tikslų; gebėjimas svajoti apie ateitį, formuoti tikslus, numatyti strategijas tikslams pasiekti (*Verslumo gebėjimų ugdymas 9-10 klasėse. Metodinės rekomendacijos, 2012*). Nepaisant verslumo kompetencijos sampratų įvairovės, jose akcentuojamos pagrindinės su verslumu siejamos vertybinės nuostatos ir asmeninės savybės – pasitikėjimas savimi, iniciatyvumas, kūrybiškumas, novatoriškumas, ambicingumas, atkaklumas, įžvalgumas, atsakingumas, tvirta vidinė motyvacija ir kt. (*Džiuljeta Ruškytė, 2016*).

Esame Europos Sąjungos dalis, kiekvienas regionas yra savitas, turi savo kūrybinių ir novatoriškų idėjų. Kad galėtume būti konkurencingi, turime remtis naujoviškais idėjomis, moksliniais tyrimais ir kūrybiškumu. Anot *Dirk Ahner*, Europos Komisijos Regioninės politikos generalinio direktorato generalinio direktoriaus (2009), kūrybiškumas ir inovacijos yra svarbiausias mūsų pastangų tikslas siekiant skatinti spartesnę ekonomikos augimą ir kurti daugiau darbo vietų.

Kaip teigia *Danuta Hubner*, Europos Komisijos Regioninės politikos komisarė (*Regionų ekonominės permainos, 2009 m.*), „Kūrybiškumas gali būti vertinamas kaip pagrindinis inovacijų pavertimas produktais ir paslaugomis. Šiuo požiūriu kūrybiškumas visada padeda, kai inovacijos teikia ekonominių rezultatų.“

Karl Heinz, Brandenburgo profesorius ir MP3 išradėjas, teigia (2009), kad tik naujausios technologijos ir novatoriškos idėjos leis Europai konkuruoti pasaulinėje ekonomikoje. Naujos idėjos yra mūsų eros turtas – ar jos būtų pritaikomos produktams, ar paslaugoms. Yra mokslinių tyrimų, rodančių, kad šiandien daugelis kompanijų didelį procentą uždirba parduodamos produktus, kurie buvo sukurti vos per paskutinius penkerius metus. Kai kuriose srityse jau įvyko verslo pasidalijimas tarp įmonių – vienos tik plėtoja ir parduoda idėjas, kitos tas idėjas įgyvendina, o dar kitos, parduodančios tuos produktus, dažnai uždeda jiems savo prekių ženklus. Esant tokiam tarptautiniam darbo jėgos pasiskirstymui, svarbu kiek įmanoma daugiau prisidėti ir prie idėjų, ir prie inovacijų.

Verslus žmogus apibūdinamas kaip kūrybingas, stebintis situaciją, aktyviai veikiantis, komunikabilus, bendraujantis, savarankiškas, energingas, iniciatyvus, atkaklus, motyvuotas, atsakingas, tolerantiškas ir turintis kitų teigiamų savybių (*Verslumo gebėjimų ugdymas 9-10 klasėse. Metodinės rekomendacijos, 2012*).

Kaip matome, kalbant apie verslumo kompetencijos ugdymą, didelis dėmesys skiriamas kūrybiškumo ir inovacijų plėtotei.

Anot R. Girdzijauskienės (2011), paskutiniaisiais dešimtmečiais kūrybiškumas analizuojamas sudėtingame asmenybės, visuomenės ir kultūros kontekste. Holistiniu, t. y. visuminiu, požiūriu kūrybiškumas apima daugelį kūrybos procesą lemiančių veiksnių (gabumus, gebėjimus, asmenybės savybes, motyvaciją, kūrybinės veiklos patirtį ir kt.). Tačiau svarbu paminėti, kad kiekvienas žmogus veikia labai apibrėžtoje socialinėje aplinkoje, kurioje kūrybinės iniciatyvos palaikomos arba nepalaikomos, sprendimai pripažįstami arba nepripažįstami, asmuo skatinamas tolesniems ieškojimams arba sulaukia aplinkinių pasipriešinimo. Todėl didžiausią įtaką žmogaus kūrybinei raiškai daro artima aplinka – mikroaplinka – šeima, mokykla, darbas.

Mokant verslumo mokykloje teorinės žinios turi būti derinamos su svarbiu „mokymo(si) veikiant“ elementu: geriausias būdas išmokyti verslumo yra praktiškai dirbti verslo srityje.

Verslumo mokymosi metodas – mokomosios mokinių bendrovės – padeda vienu metu tobulinti daug asmeninių savybių:

1. **Kūrybingumą** – gebėjimą kurti, matyti galimybes kitur, negu mato kiti.
2. **Idėjos ir intelekto galią** – gebėjimą generuoti unikalias idėjas ir sprendimus.
3. **Inovatyvumą ir nuolatinį tobulėjimą.**
4. **Savęs pažinimą** – savo tikslų, prioritetų ir principų nustatymą.
5. **Planavimą** – savo siekių, planų sudarymą.
6. **Gebėjimą organizuoti veiklą įtraukiant aplinkinius.**
7. **Siekį išbandyti viską**, kad būtų pasiektas norimas rezultatas.
8. **Rizikos suvokimą ir valdymą.**
9. **Lyderystę ir aktyvumą.**

Moksliniuose šaltiniuose dažniausiai aptariami ir ypač veiksmingais ugdant verslumą laikomi tokie praktine veikla pagrįsto mokymosi metodai: verslo imitavimas, verslo projekto rengimas, interaktyvios pratybos, bendradarbiavimas su verslo įmonių atstovais (mentoriais), vizitai į verslo įmones ir kt. Vienas iš veiksmingiausių, be to, ir Europos Komisijos labiausiai rekomenduojamų verslumo ugdymo būdų bendrojo ugdymo mokykloje, – dalyvavimas mokomųjų mokinių bendrovių veikloje. Lietuvoje mokomąsias mokinių bendroves rekomenduojama įtraukti į Ekonomikos ir verslumo mokymo programą 9 ir (arba) 10 klasėje mokantis ekonomikos ir verslumo kaip

mokymo programos dalį arba kaip nepamokinę veiklą. Šiai veiklai siūloma skirti 17 val. Taip pat mokykla gali mokiniams pasiūlyti pasirenkamąjį 17 val. mokomosios mokinių bendrovės modulį.

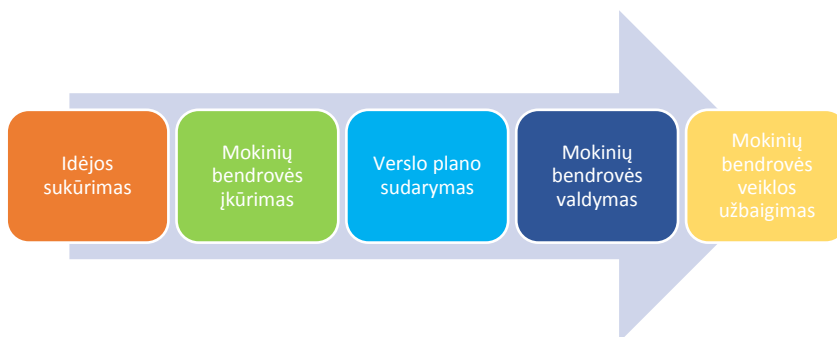
Mokomosios mokinių bendrovės (toliau MMB) – tai ne verslo žaidimas ar verslo simuliacija, tai realus verslas, kurį valdydamas mokinys patiria, kaip jis veikia, taiko mokykloje įgytas žinias, mokosi panaudoti savo talentus ir gebėjimus kurdamas ir valdydamas savo įmonę. MMB – tai mokinių sukurtas verslas, skatinantis ugdyti verslumą ir suprasti ekonomiką iš praktinės pusės.

MMB – tai unikali galimybė besimokant gimnazijoje įkurti ir valdyti savo verslą. Įkurdami MMB mokiniai įgyvendina visą verslo valdymo ciklą: kurdami trumpalaikę akcinę bendrovę ir ją valdydami pagal bendrovės veiklos įstatus mokiniai įgyja verslo įgūdžių ir praktiškai pritaiko ekonomikos sąvokas. Jie tiria rinką, nutaria, koks bus jų verslas, sukaupia kapitalą parduodami akcijas, gamina ir parduoda savo produkciją (arba teikia paslaugas) ir tvarko visą bendrovės veiklos apskaitą, vykdo rinkodarą ir uždaro įmonę. Nuo tikros įmonės mokinių bendrovė skiriasi tik tuo, kad turi ribotą kapitalą, veikia ribotą laiką, tvarkoma supaprastinta buhalterinė apskaita. MMB programa paprastai trunka iki 9 mėnesių, jos metu mokiniai įgyvendina visus tikros bendrovės gyvavimo etapus – nuo verslo idėjos iki jos praktinio realizavimo, nuo registracijos iki jos uždarymo pasibaigus mokomajai veiklai. Vieną mokinių mokomąją bendrovę įkurti gali ne mažiau kaip 4 mokiniai. MMB nėra savarankiškas juridinis asmuo.

Dalyvaudami bendrovės veikloje mokiniai įgyja planavimo ir organizavimo įgūdžių, išbando, kiek gali būti atsidavę darbui sėkmės ir nesėkmės atvejais, konkurencingoje aplinkoje ir rizikos atvejais. Taip pat moksleiviai įgyja patirties, padedančios suvokti idėjas, partnerystės ir atsakomybės vertę. Tai galimybė pažinti save kaip komandos narį, atskleisti savo asmeninius verslininko gebėjimus, tobulinti bendravimo ir bendradarbiavimo įgūdžius. Mokiniai ugdomi kaip pozityviai mąstančios, aktyvios ir atviros naujovėms asmenybės.

Kiekviena mokinių bendrovė privalo turėti verslo konsultantą, kuris padėtų mokiniams praktiniais ir strateginiais patarimais. Verslo konsultantai – žmonės, sukaupę įvairios praktinės patirties versle. Šie žmonės dirba versle arba jau yra įkūrę savo verslą. Verslo konsultantai turi galimybę pasisemti žinių ir patirties iš didžiausių Lietuvos verslo įmonių vadovų, padedančių mokiniams ir jiems geriau suprasti verslo kūrimo procesus ir rinkos situaciją Lietuvoje. Visais MMB gyvavimo etapais mokiniams padeda konsultantas – konsultuoja dėl bendrovės veiklos krypties, nustato abiem pusėms patogiausią bendravimo būdą (el. paštas, socialiniai tinklai, telefonas, verslo susitikimai ir pan.), kiekvieną mėnesį gyvai ar virtualiai susitinka ir apžvelgia mokinių rezultatus ir planą kitam mėnesiui. Taip pat konsultuoja mokinius dėl sukurto verslo – pataria priimant sprendimus, palaiko idėjas, padrašina ir skatina veikti, padeda suprasti, kaip veikia verslas, pateikia mokiniams praktinių patarimų, pasidalija savo praktinėmis žiniomis, nukreipia mokinių idėjas gera linkme. Be to, skatina mokinius kritiškai vertinti tam tikrus

teorinius dalykus, kurie, konsultanto nuomone, versle ne visuomet suveikia, padeda mokiniams pasiruošti mugėms ir konkursams.



2 pav. Mokomosios mokinių bendrovės etapai

1. **Idėjos sukūrimas.** Kaip ir visi verslai, MMB prasideda nuo idėjos. Visos mokinių idėjos yra geros. Tarkime, per dailės pamokas mokiniai sugalvoja rengti perspektyvių menininkų parodas ir parduoti jų kūrinius arba informacines technologijas mėgstantys mokiniai įsteigia mokomąją mokinių bendrovę, kuriančią interneto puslapius. Sunku kurti MMB be idėjos, kuri suburtų mokinius ir priverstų ją tikėti. Svarbu, kad idėja būtų pasiūlyta jų pačių, nes tuomet mokiniai ja stipriau tiki. Išklausus visus mokinių pasisakymus yra pabrėžiama, kad visas idėjas yra įmanoma įgyvendinti, tačiau protingiausia būtų įgyvendinti tas, kurios yra reikalingiausios rinkoje, kurioms įgyvendinti turimi visi reikalingi išteklių. Taip pat svarbu pasirinkti tokią idėją, kuri būtų priimtina daugumai mokinių, kurie kurs MMB ir idėją įgyvendins. Kurdami idėjas mokiniai atlieka rinkos tyrimą, padėsiantį bendrovei numatyti tikslią produkto ar paslaugos gavėjų grupę, taip pat apskaičiuoti planuojamą produkto ar paslaugos paklausą ir pardavimus.

2. **Mokomosios mokinių bendrovės įkūrimas.** Pradedant bet kokią veiklą reikia kruopščiai pasiruošti, numatyti galimus trukdžius ir nesėkmes, aiškiai suprasti tikslus ir savo vaidmenį. Kokiu verslu užsiims mokinių bendrovė, priklausys nuo išsikeltų tikslų ir uždavinių. Prieš priimdami sprendimą mokiniai išsamiai susipažįsta su verslo organizavimo formomis, jų privalumais ir trūkumais.

3. **Verslo plano sudarymas.** Rašydami verslo planą mokiniai pradeda domėtis rinka, rinkodara, tiekėjais, galvoja apie kainas, darbuotojus, patalpų nuomą, reklamą ir kitus dalykus, kurie yra svarbūs kuriamam verslui. Mokiniais paaiškinama, kad nusprendus pradėti verslą (taip pat ir įkūrus MMB) reikia ne tik apibrėžti veiklos kryptį, bet ir tiksliai suformuluoti verslo idėją, taigi atsakyti į klausimą: „Kas man uždirbs pinigus?“. Sudarant verslo planą yra atliekama aplinkos analizė (mokiniai įvertina savo produkto rinką – apibrėžia, kas bus produkto vartotojai, įvertina rinkos perspektyvas ir pan.). Sudarant verslo planą yra formuojamas pradinis kapitalas – mokiniai apskaičiuoja, kiek reikės pinigų jų pasirinktam verslui ir koku būdu jie tikisi reikiamą sumą sukaupti; sudaromas

rinkodaros planas, atliekama darbuotojų paieška ir priėmimas, numatoma, kas bus gaminama, kiek kainuos rinkos tyrimai ir reklama, numatomi piniginiai (finansiniai) ištekliai.

4. **Mokinių bendrovės valdymas.** Mokiniai pasirenka, koks valdymo modelis bus įgyvendinamas jų įkurtoje mokinių bendrovėje, pasidalija pareigomis ir atsakomybe. Išsirinkę tarnautojus jie patys turės valdyti bendrovę ir priimti sprendimus. Mokiniai patys nusprendžia, kokį darbą norėtų dirbti savo kuriamoje bendrovėje, įsidarbina joje.

5. **Mokinių bendrovės veiklos užbaigimas (uždarymas).** Per paskutines bendrovės veiklos savaites mokiniai turės baigti gamybą arba paslaugų teikimą. Jeigu mokiniai gamino gaminį, reikės pasistengti parduoti likusius atsargas. Jeigu mokinių bendrovė teikė paslaugas, reikėtų susisiekti su klientais ir patikrinti, ar visi įsipareigojimai jiems iki galo ir kokybiškai įvykdyti. Tarnautojai ar valdymo komandos turės pasirūpinti, kad visi bendrovės dokumentai būtų tiksliai ir kruopščiai sutvarkyti. Mokiniai taip pat turi prižiūrėti, kad būtų sumokėtos visos sąskaitos, išmokėtas darbo užmokestis, atlyginimai ir komisiniai. Būtina parengti metinę ataskaitą, kurią reikės pateikti akcininkams kartu su jiems priklausančiais dividendais. Paskutinio bendrovės valdybos susirinkimo metu mokiniai įvertins savo bendrovės veiklą, apsvarstys problemas ir laimėjimus.

Kūrybiškumui svarbus neapribotas mąstymas, toks, kuris peržengia sekcinio mąstymo ribas. Anot įvairių autorių (*Grakauskaitė, 2006; Dackert, 2001, Sahlin, 2001; Druzhinin, 1999; Ekvall, 1997; West, 1990*), kūrybiškumo plėtotei palankias aplinkos charakteristikas galima skirstyti į tokias kategorijas: pozityvus požiūris į pokyčius (parama inovacijoms, paskatos pokyčiams, permainų nebijojimas, teigiamas požiūris į veiklumą, iniciatyvą, išradingumą, darbą ir kt.); pasitikėjimu ir pagarba grįsti tarpasmeniniai santykiai (asmens autonomijos gerbimas, kitoniškumo – asmenybės, idėjų, veiklos, siekių – toleravimas, atvirumas ir kilnumas, tolerancija ir saugumo jausmas, baimės nebuvimas ir kt.); veikimo laisvė ir savarankiškumas (saviraiškos palaikymas, galimybė pritaikyti įvairius požiūrius, neapibrėžtumo toleravimas, asmeninės laisvės ir nonkonformizmo skatinimas, galimybė eksperimentuoti, bandyti, klysti, pradėti iš naujo ir nebūti už tai pasmerktam ar išjuoktam ir kt.); bendradarbiavimas (pagalba idėjų turinčiam, atvira komunikacija, reguliarūs susitikimai ir keitimasis idėjomis, grupės narių tarpusavio priklausomybė, kolegų palaikymas, bendrumo ir priklausomybės grupei jausmas ir kt.); lanksti rezultatų vertinimo strategija (keleto kūrybos rezultatų pristatymo ir skirtingų požiūrių realizavimo galimybė, nereikalavimas pateikti kūrybos rezultatų ir kt.); kūrybiškumo pavyzdžiai (kompetentingi kolegos, kūrybiškos asmenybės komandoje, kūrybiško elgesio ir rezultatų pavyzdžiai ir kt.); tinkama fizinė aplinka (natūralios apdailos medžiagos, šiltų spalvų vyravimas arba malonūs kontrastai, vizualių detalių gausa ir kt.).

Steigiant MMB galima pasiekti šių tikslų atveriant naujas perspektyvas ir naujus požiūrius kiekviename iš 5 MMB steigimo, valdymo ir uždarymo etapų. Kūrybiškumo ir novatoriško matymo kompetencijos pradedamos ugdyti nuo idėjos sukūrimo, kai yra rimtai žiūrima į visas, net pačias neįtikėčiausias, mokinių siūlomas idėjas. Įkuriant MMB

reikia būti kūrybiškiems ir lankstiems numatant galimus privalumus, trukdžius ir nesėkmes, tikslus ir uždavinius, skirstantis vaidmenimis ir funkcijomis, taip pat aiškiai suprasti tikslus ir savo vaidmenį. Kūrybiškas ir novatoriškas požiūris svarbus ir sudarant verslo planą: numatant tiekėjus, kainas, ieškant patalpų verslui vykdyti, darant reklamą, įvedant produktą į rinką ir kitus reikšmingus dalykus kuriant verslą. Kitame – mokinių bendrovės valdymo – etape mokiniai turi išlikti kūrybiški sugalvodami ir pasirinkdami darbą, kurį vykdys bendrovėje, galbūt sugalvos, kaip derinti kelis darbus vienu metu, o gal suras visai naujus sprendimus, gal įtrauks naujas technologijas reklamuodami ir parduodami savo produktus. Netgi paskutiniame etape, užbaigiant mokinių bendrovės veiklą, reikia likti kūrybiškiems, pavyzdžiui, sugalvoti, kaip greitai išparduoti likusius gaminius, arba paskutinio bendrovės valdybos susirinkimo metu gebėti įvertinti savo bendrovės veiklą, apsvarstyti problemas ir laimėjimus, numatyti kitus galimus problemų sprendimus.

Šiandien šalyje yra galimybių, leidžiančių moksleiviams plėtoti verslą, viena iš dažniausiai naudojamų – MMB. Kaip rodo mokslinių tyrimų ir kitų šaltinių analizė, dalyvavimo MMB veikloje nauda yra neabejotina. Tai suteikia mokiniams galimybę gilinti ir praktiškai pritaikyti teorines ekonomikos ir verslo pagrindų žinias, įgyti praktinių verslumo ir kitų bendrųjų gebėjimų, ugdyti vertybines nuostatas, asmenines savybes, skatina domėtis verslo kūrimo perspektyvomis, plėtoti įvairias papildomas kompetencijas.

Įkūrus MMB, kurios veikia pagal akcinės bendrovės modelį, akcijos išparduodamos už simbolinę kainą – 2,5 Eur. Lietuvos verslo atstovai, tikintys mokinių gebėjimais, perka šias akcijas – taip moksleiviai susirenka pradinį kapitalą verslui plėtoti. Praktinė patirtis atneša neįkainojamų žinių apie verslo valdymą ir jo auginimą ne tik mokyklos aplinkoje, bet ir už jos ribų, leidžia priartinti veiklą prie realios, kurti realų verslą, ir skatina mokinių kūrybišką ir inovatyvų požiūrį į situaciją.

2014-2015 mokslo metais MMB veikloje dalyvavo 39 Europos valstybių mokiniai, daugiausia 16-18 metų (*Komarkova, Conrads, Collado, 2015b; Europos Junior Achievement; Lietuvos Junior Achievement*). Eurobarometro apklausų, kuriose dalyvavo 36 Europos valstybių asmenys nuo 15 metų amžiaus, ataskaitos „Verslumas“ 2012 duomenimis, vienas iš svarbiausių veiksnių, skatinančių kurti ir plėtoti verslą, yra praktinis verslumo ugdymas, pagrįstas MMB bendrovių veikla. 15-20 proc. mokinių, dalyvavusių tokių bendrovių steigimo veikloje, vėliau patys kūrė verslą (*Flash Eurobarometer, 2012; Entrepreneurship 2020 Action Plan, 2013*).

Iš literatūros šaltinių analizės matyti, kad maždaug trečdalis iš mokomųjų mokinių bendrovių veikloje dalyvavusių mokinių jaučiasi įgiję praktinių verslumo gebėjimų ir ateityje planuoja kurti savo verslą (*Flash Eurobarometer, 2012; Entrepreneurship 2020 Action Plan, 2013; LJA*).

Remiantis *D. Ruškytės (2016)* tyrimo duomenimis, mokiniai, dalyvavę tokiose programose, geriausiai ugdė šias kompetencijas: veiklumą; ambicingumą; iniciatyvumą, išradingumą. Tad mokiniams dalyvaujant mokomųjų mokinių

bendrovių veikloje, kurioje taikomi patirtiniu, probleminiu mokymusi ir mokymusi bendradarbiaujant grindžiami metodai, veiksmingas verslumo kompetencijos ugdymo būdas suteikia galimybę realiai susipažinti su visais įmonės veiklos etapais ir praktiškai juos įgyvendinti, ugdytis bendruosius ir verslumo gebėjimus, formuoti pozityvų požiūrį į verslą ir jo kūrimą, skatina iniciatyvumą, inovatyvumą, kūrybiškumą, atsakingumą, bendradarbiavimą, padeda pasiekti bendrojo ugdymo programoje numatytų tikslų.

Pasaulinė statistika rodo, kad mokiniai, dalyvavę tokiose programose, ateityje turi galimybę sėkmingai vykdyti verslą ar įsidarbinti vadovais (*alkas.lt*).

2.5.2. VŠĮ „Lietuvos Junior Achievement“ patirtis

Neabejotinai didžiausią darbo su MMB patirtį turi 1919 metais kelių JAV verslininkų iniciatyva įkurta organizacija „Junior Achievement“. Šiuo metu „Junior Achievement“ – tai pasaulinis tinklas, veikiantis 120 šalių visame pasaulyje, didžiausias finansinio raštingumo, pasirengimo karjerai ir verslumo ugdymo programų tiekėjas. Šių programų išskirtinis bruožas yra mokyklinių žinių pritaikymas praktiškai. Lietuvoje pirmoji „Junior Achievement“ MMB buvo įsteigta 1993 metais. Per 23 programos veikimo metus moksleiviai įsteigė 2198 bendrovių visoje Lietuvoje, kurių bendra apyvarta sudaro apie 700 000 Eur. 2015-2016 mokslo metais šalies mokyklose pagal VŠĮ „Lietuvos Junior Achievement“ (toliau LJA) programą veiklą vykdė 162 MMB, į jas įsitraukė 1102 mokiniai (9-12 kl.) iš 87 mokyklų, esančių 42 miestuose ir miesteliuose.

LJA yra nepelno organizacija, jaunimo verslo ir ekonominio švietimo programų lyderė Lietuvoje, remiama Lietuvos verslo įmonių, fondų ir privačių asmenų. LJA misija – ugdyti jaunimą laisvosios rinkos dvasia, skatinti jį siekti geresnio gyvenimo rinkos ekonomikos sąlygomis, mokyti suprasti, kas yra verslas, puoselėti iniciatyvą, verslumą, lyderio savybes. LJA aukšti mokymo standartai leido Lietuvos komandai 2001 metais tapti „Junior Achievement“ verslo simuliacijos varžybų pasaulio čempione, o 2003, 2008 ir 2010 metais pakartoti šį pasiekimą. Lietuvos komandos 2004-2009 metais (6 metus iš eilės) tapo Europos čempionėmis.

LJA veikla pasižymi kompleksišku – ji apima ir įvairius praktinių įgūdžių ugdymo metodus, tokius kaip MMB, Jaunojo kolegos diena, kompiuterinio modeliavimo varžybos (Titan), įvairius konkursus ir stovyklas, mokytojai ir mokiniai turi galimybes dalyvauti respublikos ir tarptautiniuose konkursuose, mugėse, seminaruose, kituose renginiuose. Lietuvoje LJA ugdymo programos kasmet pasiekia per 20 tūkst. mokinių iš daugiau nei 300 mokyklų. LJA veikloje aktyviai dalyvauja ir verslo atstovai – jie konsultuoja MMB, dalijasi patirtimi pamokų, konkursų, Jaunojo kolegos dienų ir kitų renginių metu.

MMB yra viena efektyviausių „Junior Achievement“ verslumo ugdymo programų. 2016 m. lapkričio 25 d. Europos komisija Bratislavoje Europos verslininkystės skatinimo apdovanojimuose, kurių tikslas buvo skatinti

inovatyvų požiūrį ir kūrybiškas idėjas, spartinti verslų kūrimąsi Europoje, LJA konkurso nominacijoje „Verslumo dvasios skatinimas“ apdovanota už MMB programą ir šios programos respublikinius ir tarptautinius konkursus.

Šalies MMB kasmet dalyvauja ir rungtiasi regioninėse (Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Marijampolėje, Šiauliuose ir Alytuje) ir respublikinėse LJA organizuojamose mugėse. Mugėje mokiniai pristato įgyvendintus verslo projektus, sukurtus produktus ir teikiamas paslaugas. Mugė – tai galimybė moksleiviams parodyti sukurtus sėkmingo verslo pavyzdžius, pasidalinti patirtimi su bendraminčiais ir gauti vertingų pastabų iš profesionalų. Kiekvienais metais LJA organizuoja nacionalinius MMB konkursus. Patyrusių verslininkų komisija vertina bendrovių veiklą, idėjas, bendrovių pristatymo gebėjimus, inovatyvumą, socialinės atsakomybės aspektus, ir kt. Bendrovės varžosi dėl galimybės atstovauti Lietuvai Europos „Junior Achievement“ MMB konkurse. Konkurso metu vyksta ir visuomenei atvira mugė, kurioje prekiaujama bendrovių produkcija. Tai puiki galimybė mokiniams užsidirbti pinigų ir garsinti vardą.

Geriausios 2015-2016 mokslo metų Lietuvos MMB konkursas vyko 2016 metų gegužės 6 dieną prekybos centre „Ozas“, Vilniuje. Konkurse dalyvavo 44 mokinių bendrovės (250 mokinių ir mokytojų iš 30 mokyklų, esančių 12 miestų ir miestelių), kviestinių valstybinių institucijų ir verslo organizacijų atstovai, LJA darbuotojai ir LJA Alumni. Mugės metu vyko mokinių bendrovių stendų, interviu, prisistatymų, ataskaitų konkursai. Renginio metu buvo galima susipažinti su kiekvienos bendrovės veikla, įsigyti jų gaminamų produktų. Geriausia MMB nustatyta sumuojant surinktus taškus už šias konkurso dalis: MMB interviu, MMB stendas, MMB ataskaita ir MMB prisistatymas.

Geriausia 2016 metų Lietuvos MMB buvo pripažinta Kauno LSMU gimnazijos MMB „Foamita“. 2016 m. birželio 15 d. Valdovų rūmuose, Vilniuje, Banko Nordea ir Verslo žinių organizuojamame iškilmingame „Lietuvos verslo lyderiai“ renginyje bendrovės „Foamita“ vadovui Pauliui Kiaušui „Jaunojo metų vadovo“ nominaciją įteikė Lietuvos Respublikos prezidentė Dalia Grybauskaitė. Per apdovanojimus Paulius Kiaušas džiaugėsi, kad yra tokia iniciatyva, skatinanti jaunos verslus. „Sėkmė neturi būti tikslas, o tik pasekmė gero, efektyvaus darbo komandoje. Tai pasekmė noro pakeisti, padaryti kažką geriau“, – sakė jaunas verslininkas.

MMB „Foamita“ 2016 m. liepos 25-28 d. atstovavo Lietuvai Liucernoje (Šveicarija) vykusiame Europos MMB konkurse JA Europe Company of the Year Competition (COYC).

Mokomosios mokinių bendrovės „Foamita“ sėkmės istorija

Kaune įsikūrusios MMB „Foamita“ nariai 2016 metais baigė 11 klasę, tačiau jaunas amžius jiems netrukdo kurti inovatyvius produktus. „Foamitos“ nariai siūlo sprendimą besibarstantiems daiktams bagažinėje. Vaikinai sukūrė specialų įtaisą, kuris prilaiko daiktus automobilio bagažinėje ir neleidžia šiems išsibarstyti. Šis išradimas lėmė, kad bendrovė pripažinta geriausia MMB Lietuvoje, o jos vadovas Paulius Kiaušas – Jaunuosiu metų vadovu.



Anot jaunų verslininkų, idėja sukurti būtent tokį daiktus prilaikantį automobilyje produktą kilo spontaniškai, ekonomikos pamokos metu, ir tapo atsakymu į realią problemą, su kuria susiduria daugelis žmonių. Nors idėja buvo sugeneruota greitai, nuo jos iki galutinio produkto gamybos ir pardavimo praėjo keletas mėnesių. Pirmiausiai reikėjo įsteigti bendrovę, parengti verslo planą. Daug kūrybiškumo pareikalavo patrauklaus produkto dizaino ir reklamos kūrimas. Pati laikiklio gamyba irgi tapo iššūkiu, nes reikėjo surasti siuvimo įmonę, kuri jį pagamins, susitarti dėl sąlygų, pasirinkti, iš kokių medžiagų jis bus gaminamas. Pagaminti keli laikiklių prototipai, kurie buvo testuojami, ir galiausiai pasirinktas tas variantas, kuris išspręstų besibarstančių daiktų automobilyje problemą. Keturi draugai, MMB nariai, turėjo pasidalyti funkcijomis ir prisiimti atsakomybę už savo darbą. Reikėjo atsakingo už produkto dizainą ir reklamą, finansus ir kainodarą žmogaus, įmonės atstovo, atsakingo už pardavimus ir ryšių palaikymą (daugiausiai socialiniuose tinkluose), ir bendrovės vadovo, kuris būtų atsakingas už visą procesą, žmonių ir išteklių valdymą.

Bendrovė pagamino apie 100 vnt. laikiklių, kurie buvo sėkmingai parduoti. Prekyba jais vyko mugėse ir mokyklų bendruomenėse. Bendra apyvarta siekė apie 1000 Eur. Po devynių mėnesių darbo, mokslo metų pabaigoje, MMB „Foamita“ buvo uždaryta ir tarp akcininkų paskirstyti dividendai. Paaiškėjo, kad bendrovės veikla buvo sėkminga ir atnešė draugams pelno. Gal tai nebuvo labai dideli pinigai, bet jaunuoliai gavo neįkainojamos praktinės patirties. Daugiausiai mokiniai vertina įgytą dalykinio bendravimo, finansinės apskaitos ir pardavimo įgūdžių patirtį. MMB „Foamita“ vadovas Paulius Kiaušas džiaugėsi, kad dar mokyklos suole per daug nerizikuojant buvo galima išbandyti, kaip veikia verslas, išmokti valdyti darbuotojus.

Darbas MMB suteikė galimybę mokiniams ne tik pajusti, kaip organizuojamas verslas, bet ir patobulinti savo kompetencijas. Vaikiniai mokomojoje bendrovėje pirmą kartą susidūrė su begale intensyvių veiklų – kūrė verslo idėjas, tyrė ir analizavo rinką, pristatinėjo savo bendrovę ir produktą, mokėsi dirbti komandoje, bendrauti ir bendradarbiauti su žmonėmis iš verslo pasaulio ir kūrybiškai spręsti su verslu iškilusias problemas.

Įgyta praktinė patirtis sustiprino paauglių pasitikėjimą savo jėgomis ir keturi draugai nusprendė įkurti tikrą uždarają akcinę bendrovę ir toliau užsiimti verslu. Sukurtas automobilių daiktų laikiklis sėkmingai pardavinėjamas Lietuvoje, bet jauni verslininkai optimistiškai žiūri į ateitį ir ieško galimybių užsienio rinkose.

2.5.3. Išvados ir nauda

Šiuolaikinių mokslininkų darbuose verslumas ir kūrybiškumas nagrinėjamas kaip sudėtingas ir daugialypis fenomenas. Kai kurie autoriai kūrybiškumą sieja su individo mąstymu ar gebėjimais, kiti analizuoja kaip kūrybos procesą ir jo rezultatus. Paskutiniaisiais dešimtmečiais kūrybiškumas analizuojamas sudėtingame asmenybės, visuomenės ir kultūros kontekste. Holistiniu požiūriu kūrybiškumas apima daugelį kūrybos procesą lemiančių veiksnių (gabumus, gebėjimus, asmenybės savybes, motyvaciją, kūrybinės veiklos patirtį ir kt.). Verslumo esmę ryškiausiai ugdymo požiūriu atskleidžia *Ekonominio raštingumo ir verslumo strategija ir Integruojamųjų (papildomųjų) programų gairės*: „Verslumas – tai asmens mąstymo būdas ir socialinės, vadybinės bei asmeninės kompetencijos, ne tik leidžiančios turimas žinias pritaikyti kasdieniniame gyvenime, ne tik organizuoti savo veiklą, bet ir prisiimti riziką už padarytus sprendimus“.

Visas verslumo ir kūrybiškumo ugdymas turi būti nukreiptas į galutinį rezultatą – išugdyti asmenybę, gebančią savarankiškai ir atsakingai veikti. Viena efektyviausių verslumo ugdymo programų yra Lietuvos „Junior Achievement“ MMB.

Mokomosios mokinių bendrovės nauda mokiniams:

- susipažinimas su visais verslo bendrovės veiklos etapais;
- verslo žinių ir praktinių įgūdžių įgijimas;
- žinių integracija – susiejamos įvairių sričių: ekonomikos, finansų, vadybos, rinkodaros, matematikos, psichologijos žinios;
- problemų sprendimo gebėjimų ugdymas, t. y. ugdomi mokinių gebėjimai tokiose srityse kaip planavimas, sprendimų priėmimas, komunikacija ir atsakomybės prisiėmimas;
- ryšių užmezgimas, skirtingų interesų asmenų įtraukimas į veiklą, bendradarbiavimas, darbas komandoje, mokymasis prisiimti naujus vaidmenis;
- praktinis mokymasis rengti ir pildyti įvairius verslo dokumentus trimis etapais: pasirengimas ir bendrovės steigimas, veiklos vykdymas ir dalyvavimas prekybos mugėse, veiklos rezultatų finansinės atskaitomybės rengimas ir veiklos rezultatų vertinimas;
- asmeninės iniciatyvos aktyviai ir kūrybingai veikti, būti pasiruošusiam susidurti su rizika ir jos pasekmėmis įgyvendinant idėjas rodymas.

I. Donielienė, V. Každailytė, A. Širiakovienė atliko MMB dalyvių apklausą (2012), kurios metu mokiniai nurodė veiklos naudą. Visiems projekto dalyviams patiko ir sukėlė gerų emocijų vykdoma įmonės veikla. Mokinių išvardytos naudos: džiaugsmas kurti, ekonominė nauda, įsijautimas į verslininko vaidmenį, įgyvendintas poreikis vadovauti kitiems, įgyvendintas poreikis pačiam sau ir kitiems įrodyti savo išmanymą, įgyvendintas poreikis matyti konkrečius savo veiklos rezultatus. Įvardydami dalyvavimo MMB veikloje naudą, mokiniai išskyrė ir ateities perspektyvos aspektą. Dauguma dalyvių pabrėžia, kad įgyta verslo patirtis, įdomiai vykdoma veikla skatina ateityje susimąstyti apie savo verslo kūrimą. Dalyvavimas projekte suteikė mokiniams pasitikėjimo rinktis su ekonomika ir verslu susijusias universitetinių studijų sritis.

Mokomosios mokinių bendrovės nauda mokytojams:

MMB įtraukimas į mokymo procesą daro teigiamą poveikį ir stiprina mokytojų motyvaciją. Ši veikla iš mokytojų reikalauja specifinių žinių, įvairių mokymo metodikų taikymo. Veiklos pradžioje mokytojas mokiniams perteikia pagrindines žinias ir išaiškina svarbiausias verslo sąvokas. Vėliau jo vaidmuo įgauna pagalbininko, konsultanto ir tylaus stebėtojo bruožų. Mokytojas sprendimų priėmimų atsakomybę privalo perleisti mokiniams, nes tik prisiimdami atsakomybę mokiniai galės tobulinti savo verslumo savybes ir įgūdžius. Tai iš mokytojų reikalauja specialaus pasirengimo ir papildomo laiko, tačiau mokymo procesui suteikia novatoriškumo, patrauklumo ir konkurencingumo.

Mokytojų vaidmuo – teikti pagalbą skirtingais programos etapais, bet mokiniams reikalingi ir konsultantai iš tikrų įmonių, kurie papasakotų apie savo patirtį ir padėtų daugiau sužinoti apie verslą ir verslumą.

Dalyvavimas MMB programoje suteikia **mokytojams galimybių**:

- tobulinti profesinius ir pedagoginius įgūdžius;
- dalyvauti nacionalinių ir tarptautinių tinklų veikloje;
- bendrauti ir bendradarbiauti su realaus verslo įmonių darbuotojais ir vadovais.

Mokomųjų mokinių bendrovių nauda verslui:

• mokymas skirtas parengti kvalifikuotus būsimus darbuotojus ir verslininkus, pasirengusius įžengti į darbo rinką be poreikio suteikti jiems pradinį mokymą ir turinčius bendrovėje įgytus administravimo, IT, ekonomikos ir kalbos kultūros įgūdžius ir patirtį;

• verslo įmonės gali išbandyti idėjas ir inovacijas mokomųjų mokinių bendrovių tinkle ir skatinti jaunų žmonių iniciatyvą ir kūrybiškumą jų įmonių naudai;

- įmonės gali reklamuoti savo produktus ir paslaugas per mokomųjų mokinių bendrovių tinklą;
- verslo įmonių ir mokomųjų mokinių bendrovių bendradarbiavimas galėtų būti labai gera aplinka įmonių socialinės atsakomybės projektams.

Pastaruoju metu Lietuvoje rūpinamasi inovatyviu ugdymu ir siekiama didinti ugdymo įvairovę šalies mokyklose diegiant naujas mokymo programas ir tobulinant edukacinius švietimo sistemos modelius. MMB atkeliavo į Lietuvą iš tarptautinės praktikos. Jauniems žmonėms sudaromos puikios sąlygos dalyvauti rengiamose regioninėse, o vėliau – nacionalinėse mokomųjų bendrovių mugėse, kuriose moksleiviai gali pateikti savo verslo idėjas ir pristatyti realius produktus. Geriausiai gauna galimybę išbandyti save, kaip jaunuosius verslininkus, tarptautinėje erdvėje. Visa ši informacija yra labai naudinga ir įdomi investuotojams, tikintiems jaunimo idėjomis ir prisidedantiems prie jaunųjų verslininkų rėmimo. Tai tvirtas pagrindas moksleiviams, leidžiantis išbandyti, atrasti save, pasisemti praktikos ir įvaldyti komandinį darbą. Vykdoma veikla gali padėti ne tik kuriant, vystant verslą ar studijuojant, bet ir kasdienėse situacijose, kadangi skatina atsakomybę, kūrybiškumą, imlumą pokyčiams, toleranciją, bendradarbiavimą ir pasitikėjimą savo jėgomis siekiant užsibrėžtų gyvenimo tikslų.

Pasaulinė statistika rodo, kad mokiniai, dalyvavę tokiose programose, ateityje turi galimybę sėkmingai vykdyti verslą ar įsidarbinti vadovais. Lyderystės pamatas ir verslo pagrindai, įgyti dar mokyklos suole, kloja tvirtą pamatą šviesiai moksleivių ateičiai.

Plačiau apie Lietuvos „Junior Achievement“ galima paskaityti jų interneto puslapyje www.lja.lt, sekti naujienas <https://www.facebook.com/JALithuania/?rc=p>. Taip pat apie vykdomas veiklas ir mokymus informacijos galima rasti adresu <http://verslumomokymai.lt/tag/lietuvos-junior-achievement/page/2/>. Žemiau literatūros sąrašė nurodyti leidiniai, kurie leis geriau susipažinti su nagrinėjama tema ir verslumo ugdymu.

Literatūra:

Dackert, I. (2001) Integration and creative experiences after a merger of two organizations within the Social Insurance Service. Lund, Sweden: Lund University, Department of Psychology.

Donielienė I., Každailytė V., Širiakovienė A. (2012) Vyresniųjų klasių mokinių verslumo ugdymo galimybės mokomosiose mokinių bendrovėse. Šiaulių universitetas, Jaunųjų mokslininkų darbai, Nr. 4 (37).

Druzhinin, V. N. (1999) Psikhologiya obshchikh sposobnostei [Psychology of general abilities]. Saint Petersburg, Russia: Piter.

Ekval, G. (1997) Organizational conditions and levels of creativity. Creativity and Innovation Management, 6, p.195-205.

Girdzijauskienė R., Penkauskienė D., Sruoginis L.V., Bukantienė J., Grinytė L., Matonytė A. (2011) Kūrybiškumo ugdymui palankios aplinkos mokykloje tyrimas. Tyrimo ataskaita, Vilnius.

Grakauskaitė-Karkockienė, D. (2006) Kūrybos psichologijos pagrindai. Vilnius: Logotipas.

Kūrybiškumas ir inovacijos. Konkurencingumo skatinimas regionuose. (2009) Panorama info regio.lt, pavasaris Nr. 29

Ruškytė D. (2016) *Verslumo kompetencijos ugdymo taikant mokomosios mokinių bendrovės modelį veiksmingumas. Daktaro disertacijos santrauka. Socialiniai mokslai, edukologija (07 S) Vilnius.*

Sahlin, N.-E. (2001) *Kreativitetens filosofi [The philosophy of creativity]. Nora: Nya Doxa.*

Verslumo gebėjimų ugdymas 9-10 klasėse. Metodinės rekomendacijos. (2012) Projektas „Mokymosi krypties pasirinkimo galimybių didinimas 14-19 metų mokiniams, II etapas: gilesnis mokymosi diferencijavimas ir individualizavimas siekiant ugdymo kokybės, reikalingos šiuolaikiniam darbo pasauliui“. Redakcinė grupė: D. Bareikienė, R. Česonienė, N. Jucienė, E. Kvederis, S. Likienė, I. Neseckienė, I. Niuniavaitė, dr. E. Savičius, dr. L. Statauskienė, D. Strielkūnienė; Ugdymo plėtotės centras.

West, M. A. (1990) *The social psychology of innovation in groups. In M. A. West & J. L. Farr (Eds.), Innovation and creativity at work. Psychological and organizational strategies. Chichester, U. K.: Wiley. p. 309-333.*

Šaltiniai internete:

<http://alkas.lt/2016/01/27/lietuvos-jaunimas-geba-kurti-versla-dar-mokyklos-suole/#more-222567>

http://vddb.laba.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:E.02~2011~D_20110802_144259-58750/DS.005.0.01.ETD

<http://www.lja.lt/index.php/kvie%C4%8Diame-prisijungti/verslo-konsultantai>

<http://www.mokyklu-apdovanojimai.lt/project/mokiniu-mokomoji-bendroves-isleista-knyga-as-iveikiau-nebijok-kovoti/>

<http://vz.lt/vadyba/verslo-valdymas/2016/06/15/jaunasis-metu-ceo--is-kauno#ixzz4TsL6lXhw>

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_lt.htm

www.lja.lt

<https://www.facebook.com/JALithuania/?rc=p>

<http://verslumomokymai.lt/tag/lietuvos-junior-achievement/page/2/>

http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_345_en.pdf

<http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/action-plan/>

3. Baigiamasis žodis

Šiuolaikinei ekonomikai ir darbo rinkai būdingas didelis neapibrėžtumas ir dažna konkrečių profesijų ar įgūdžių paklausos kaita. Tikėtina, kad prisitaikant prie besikeičiančių darbo rinkos sąlygų itin aktualūs gali tapti verslumo įgūdžių įgijimas ir plėtra. Šis klausimas tampa ypač svarbus, kai kalbama apie jaunimą, kuris pirmą kartą įžengia į darbo rinką ir pradeda savo karjeros kelią. Jaunimo nedarbo problema yra opi daugumai Europos Sąjungos šalių, kuriose nedarbo lygis tarp jaunesnių nei 24 metų žmonių siekia apie 19 proc. (*Eurostat duomenys*). Tikėtina, kad jaunimo verslumo sugebėjimų ir savybių ugdymas gali jiems padėti prisitaikyti prie ekonomikos pokyčių ir ateityje pagerinti darbo rinkos sąlygas nacionalinio ir vietinio užimtumo mastu. Verta pabrėžti, kad ugdant mokinių kūrybiškumą siekiama paskatinti juos įsteigti savo verslą ar verslo įmonę. Galima daryti prielaidą, kad iniciatyviausias ir labiausiai verslus jaunimas nesustos prie paprasčiausio tipo bendrovių ar individualių įmonių steigimo, tačiau stengsis įkurti efektyvų ir klestinti savo verslą. Jie taps potencialiais darbdaviais savo bendraamžiams ir jaunesniems kolegoms.

Verslumo gebėjimai ir įgūdžiai padeda ne tik aktyviai dalyvauti ekonominiame gyvenime, bet ir geriau suprasti sudėtingus socialiniame gyvenime vykstančius procesus, kurie sukuria šiuolaikinių darbo rinkų tikrovę. Verslumo kompetencijų įgijimas, kad ir tokių, apie kurias kalbama šiame vadove, vysto atvirą ir sąmoningai savo galimybes suvokiančią asmenybę, kuri gali susidoroti su sudėtingais tikrovės iššūkiais. Taigi, galima tikėtis, kad intensyviai palaikomi ir didelį kūrybinį potencialą turintys mokiniai, pasinaudoję atrastomis ir naujai atsivėrusiomis galimybėmis, stiprins savo šalių ekonomiką prisideddami prie inovatyvių bendrovių, įmonių, verslo įkūrimo.

Rengdami šį vadovą norėjome pabrėžti, kad verslumo įgūdžių ugdymas yra svarbus ne tik verslo įmonių įsteigimui ateityje, tačiau yra vienas iš svarbiausių veiksnių, lemiančių sėkmingą jaunimo įsitraukimą į darbo rinką. Suprantama, kad verslumo įgūdžių ugdymas ir įgijimas nėra lengvas uždavinys. Jis reikalauja didelio atsidavimo iš mokytojo, iš mokinio – gilaus įsitraukimo į procesą, taip pat žinių ir patirties. Žinoma, šios kompetencijos negali būti išugdytos mokant teorijos, nes įgyjamos tik praktinės veiklos metu.

Tikimės, kad šis vadovas parodys galimą praktinio darbo kryptį verslumo kompetencijų ugdymo procese.

***Vilniaus rajono Pedagoginės psichologinės tarnybos specialistų komanda:
Agnieška Ragucka, Beata Juknevičiūtė, Olga Bartkevič ir Roman Juchnevič***

Redagavo: Oksana Aleknavičius

Spaustuvė: UAB Mylida

Nemenčinė, 2017

ISBN: 978-609-9597-3-5