

Przykład dobrej praktyki w przygotowaniu młodzieży do wejścia na rynek pracy. Uczniowska firma: geneza – cele – organizacja

Magdalena Brzozowska

Uniwersytet Zielonogórski

Abstrakt. *W polityce Unii Europejskiej przedsiębiorczość uznawana jest za podstawowe źródło innowacji i konkurencyjności. Zgodnie z ramami kompetencji kluczowych przedsiębiorczość oznacza zdolność jednostki do wcielania pomysłów w czyn. Obejmuje ona twórczość, inicjatywność i podejmowanie ryzyka, a także zdolność do planowania przedsięwzięć i doprowadzenia ich do zamierzonych celów. Najlepszym sposobem nauki o przedsiębiorczości jest jej bezpośrednie doświadczanie i praktyka. Firmy prowadzone przez uczniów w szkołach pozwalają na stworzenie prawdziwej działalności gospodarczej na małą skalę lub jej realistyczną symulację. Uczniowskie firmy stanowią ważną opcję w ramach strategii stymulowania postaw i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości. Jako przykład dobrych praktyk edukacyjnych, uczniowskie firmy stanowią jedną z bardziej efektywnych metod wspierania ducha przedsiębiorczości w szkołach. Młodzi ludzie zyskują świadomość możliwości związanych z przedsiębiorczością, a poprzez działalność w uczniowskiej firmie zdobywają umiejętności, które mogą okazać się przydatne w ich przyszłej karierze zawodowej. Wykształcenie tych cech pozwala nie tylko na przejęcie w przyszłości roli przedsiębiorcy, lecz także na aktywne uczestnictwo w życiu społeczno-gospodarczym.*

Słowa kluczowe: *przedsiębiorczość, uczniowska firma, rynek pracy*

An example of good practice in preparing young people to enter the labour market. A student company: genesis – aims – organization

Abstract. *Entrepreneurship is perceived in the current European Union's policy as a major driver of innovation and competitiveness. According to the Key Competence Framework, the entrepreneurship competence refers to an individual's ability to turn ideas into action. It includes creativity, initiative and risk taking, as well as the ability to plan and manage projects in order to achieve objectives. The best way of learning about entrepreneurship is through direct experience and practice. Companies at schools develop on a small scale a real economic activity or its simulation in a realistic way. They are an important option within any strategy for stimulating entrepreneurial attitudes and skills. Student companies are an example of good practice in education and certainly one of the more effective methods for fostering an entrepreneurial spirit at schools. It means making young people aware of the possibilities of entrepreneurship and equipping them with a wide set of skills that will assist them not only in their future professional career. Development of these features allows not only to take over the entrepreneurship role in the future, but also to take active part in economic and social life.*

Key words: *entrepreneurship, student company, labour market*

Wprowadzenie

198 |

Obecnie w większości państw europejskich zauważalny jest wzrost zainteresowania kształceniem postaw przedsiębiorczości wśród młodzieży. Coraz większego znaczenia nabiera przygotowanie młodych ludzi do wykonywania konkretnego zawodu, jak również rozwijanie takich cech i umiejętności, które ułatwią przyszłym absolwentom funkcjonowanie w warunkach zmiennego rynku pracy. Wobec tego za istotne uznaje się kształtowanie takich cech osobowych, jak kreatywność, odpowiedzialność, a także umiejętności m.in. krytycznego myślenia, efektywnej komunikacji w grupie i przejmowania inicjatywy.

Promowanie postawy przedsiębiorczej wśród młodzieży stanowi jeden z najważniejszych punktów agendy politycznej Unii Europejskiej. W dokumencie przyjętym przez Parlament Europejski i Radę Edukacji przedsiębiorczość ujmowana jest w kategorii kompetencji kluczowej, warunkującej rozwijanie innych sprawności i umożliwiającej realizację procesu uczenia się przez całe życie¹. Na poziomie UE stwierdza się także, że istotą działań ukierunkowanych na realizację tych postulatów jest wzmacnianie umiejętności i postaw przedsiębiorczych poprzez uczenie się przez działanie (doświadczanie przedsiębiorczości w praktyce) we współpracy ze środowiskiem przedsiębiorców. W polityce oświatowej krajów wysoko rozwiniętych najważniejsze znaczenie mają obecnie inicjatywy zorientowane na umacnianie związków edukacji z rynkiem pracy. Jedną z propozycji realizujących priorytety w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczości młodzieży jest możliwość prowadzenia firm przez uczniów wszystkich szczebli kształcenia w różnych typach szkół.

Niektóre państwa zdobyły już na tym polu doświadczenia i zdołały rozwinąć efektywny system rozwiązań w zakresie przygotowania młodych ludzi do wejścia na rynek pracy. Przykładem dobrych praktyk są firmy uczniowskie w Niemczech, które mają charakter długoterminowej strategii na szczeblu federalnym i stanowią skuteczne narzędzie pobudzania i kształtowania postaw przedsiębiorczości wśród młodzieży. W świetle dyskusji nad kierunkiem reform polskiego systemu edukacji wobec wyzwań nowoczesnej gospodarki zebrane już na tym polu

.....
¹ Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie, Bruksela, 18.12.2006.

doświadczenia niemieckie wydają się wysoce inspirujące. Warto zatem bliżej przyjrzeć się możliwościom zaistnienia w szkolnej rzeczywistości firm prowadzonych przez uczniów, które oprócz tego, że zapoznają młodych ludzi z realiami rynku, integrują edukację ze światem pracy oraz wpisują się w proces popularyzacji przedsiębiorczości wśród młodzieży, mogą również stanowić przykład realizacji dobrych praktyk w zakresie wzmocnienia integracji szkoły ze środowiskiem lokalnym.

Geneza i rozwój uczniowskich firm

Pierwsza uczniowska firma powstała w 1919 r. w Stanach Zjednoczonych w myśl zasady *learning business by doing business*². Dla uczniów była to szansa poznania i zrozumienia zasad rodzimego systemu gospodarczego poprzez założenie i prowadzenie własnej działalności z pomocą doświadczonych ludzi. Kapitał startowy gromadzono przede wszystkim dzięki sprzedaży akcji. Uczniowie byli odpowiedzialni za produkcję i sprzedaż towaru, decydowali o losach firmy, zajmowali się księgowością, aby na koniec roku szkolnego przedstawić bilans zysków i strat.

W Europie pierwsza firma uczniowska została ustanowiona w Anglii na początku lat 60. pod nazwą *mini-enterprises* (mini przedsiębiorstwa) przy wsparciu brytyjskiej organizacji *Young Enterprises*³. Grupą docelową projektu była młodzież w wieku 16–19 lat, która poprzez uczestnictwo w projekcie przygotowywała się do życia zawodowego i nabywała niezbędnych umiejętności, aby w przyszłości móc rozpocząć własną działalność gospodarczą. W 1985 r. przy wsparciu Ministerstwa ds. Handlu i Przemysłu, Ministerstwa Edukacji oraz władz większości szkół wyższych powstał program *Mini-Enterprises-in-Schools-Project* (Mini Firmy w Projektach Szkolnych). Zmianie uległy niektóre cele pedagogiczne na korzyść bardziej ogólnych. Oznaczało to, że proces sprawnego i efektywnego zarządzania firmą przestał być główną intencją inicjatorów projektu.

² M. Brodersen: *Die amerikanischen Junior-Achievement-Firmen und die deutsche Juniorenfirmen. Ein Vergleich*, [w:] *Handlungslernen in der Berufsausbildung – Juniorenfirma in der Diskussion*, red. K.-H. Sommer, Stuttgart: Deugro-Verlag, 1985, s. 132.

³ C. G. Buhren: *Ursprünge im Vereinigten Königreich und in Irland. Das Beispiel England*, [w:] *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist. Handbuch*, red. V. Köditz, A. Jammes, Essen: COMED-Verlag, 1994, s. 18.

Większe znaczenie zyskało natomiast rozwijanie kreatywności, kształtowanie zdolności komunikacyjnych oraz wspieranie własnej inicjatywy i samodzielności uczniów⁴.

Prawdziwy rozkwit przedsiębiorczego kształcenia nastąpił w 1988 r., kiedy w Paryżu odbyła się globalna debata oświatowa zorganizowana przez OECD⁵. Konferencja poświęcona była zagadnieniom dotyczącym wychowania i ekonomii w zmieniającym się społeczeństwie (*Conference on Education and the Economy In Changing Society*). W monografii *Towards an Enterprising Culture* (W kierunku kultury przedsiębiorczości) wydanej przez OECD podkreślono, że konieczne są zmiany w zakresie metod kształcenia. Wobec tego uznano, że w przygotowywaniu młodzieży do funkcjonowania w warunkach zmiennego rynku pracy priorytetowe znaczenie ma promowanie aktywnych postaw i umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, takich jak kreatywność, elastyczność, własna inicjatywa, u podstaw których leży uczenie się poprzez praktykę, natomiast programy przedsiębiorczości uczniowskiej zostały oficjalnie uznane i zalecone jako opcja w ramach krajowych programów nauczania⁶.

Na przestrzeni lat zamysł tworzenia uczniowskich firm kontynuowano w wielu krajach Europy i świata. Intensywny rozwój tej formy nastąpił w latach 80. m.in. we Francji z inicjatywy stowarzyszenia *Jeunes Entreprises*, w Belgii za sprawą *European Federation of Young Enterprises* oraz w Szwecji pod hasłem *Ung Företagsamhet*. Warto w tym miejscu wspomnieć, że osobliwość szwedzkiego modelu polegała na skierowaniu projektu do młodzieży z grupy NEET (*Not in Education, Employment or Training*), czyli nie uczącej się i bezrobotnej⁷. Podobne projekty miały

⁴ Tamże, s. 19.

⁵ Organisation for Economic Co-Operation and Development (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) jest międzyrządową organizacją gospodarczą powołaną w 1960 r. na mocy Konwencji Paryskiej. W jej skład wchodzi 34 najbardziej rozwinięte gospodarczo państwa świata o ustroju demokratycznym, w tym Polska (od 1996 r.). Głównym celem OECD jest koordynacja polityki społeczno-ekonomicznej krajów członkowskich w celu stymulowania wzrostu gospodarczego, zatrudnienia, rozwoju społecznego oraz międzynarodowego handlu. Por. T. Sowa, *Informacje o organizacji OECD*, <<http://www.mg.gov.pl/Wspolpraca+miedzynarodowa/Miedzynarodowe+organizacje+gospodarcze/Wspolpraca+z+OECD/Informacje+o+organizacji+OECD>> (data dostępu: 10.10.2013).

⁶ I. Mortag: *Erziehung zu unternehmerischem Handel – eine globale Herausforderung*, [w:] *Globalisierung der Wirtschaft – Internationalisierung der Lehrerbildung*, red. A. Kruze, I. Mortag, D. Schulz, Leipzig 2006, s. 73.

⁷ W. Fix: *Auch im Ausland gibt es Juniorenfirmen*, „Der kleine Boss“ 1984, nr 3, s. 8.

także miejsce w Australii, Ameryce Środkowej, Japonii, Kanadzie, na Filipinach i w Południowej Afryce⁸.

W Niemczech pierwsza uczniowska firma *Zahnfabrik AG* powstała w 1975 r. we Friedrichshafen, w kraju związkowym Badenia-Wirtembergia. Pomysłodawcami byli profesor Wolfgang Fix i Konrad Kutt, kierownik projektu w Federalnym Instytucie ds. Kształcenia⁹. Głównym celem, który przyświecał stworzeniu tego typu przedsiębiorstw, było uzupełnienie kształcenia zawodowego o profilu handlowym o 3–4 godziny tygodniowo poprzez tzw. *Training on the Job* (szkolenie w zawodzie). Warto jednak zaznaczyć, że eksperymentalny model szkolnego przedsiębiorstwa znacznie różnił się od późniejszych i miał charakter tzw. realnej firmy ćwiczeniowej (*reale Übungsfirma*), zakładanej przy istniejących już na rynku przedsiębiorstwach – innymi słowy była to mała firma w dużej firmie (*Kleinfirma in der Großfirma*)¹⁰. Głównym celem była konfrontacja dotychczasowych doświadczeń uczniów z funkcjonowaniem „prawdziwej” firmy, rozwój kreatywności oraz polepszenie motywacji do nauki i pracy. Jesienią 1983 r. w ramach tzw. próby modelowej powstały kolejne firmy uczniowskie¹¹.

Ważnym wydarzeniem w historii rozwoju uczniowskich firm w Niemczech stała się konferencja, która odbyła się w czerwcu 1991 r. w Poczdamie pod wymownym hasłem *Education for Enterprise* (Edukacja dla przedsiębiorczości). Wówczas Federalno-Krajowa Komisja ds. Planowania Oświaty i Wspierania Badań zaakceptowała projekt pod nazwą *Erziehung zur Eigeninitiative und Unternehmensgeist* (Wychowanie do własnej inicjatywy i przedsiębiorczości), który miał istotne znaczenie w promowaniu ducha przedsiębiorczości w szkołach i zapoczątkował *de facto* intensywny rozwój uczniowskich firm w Niemczech¹².

.....
⁸ Tenże: *Juniorenfirmen. Ein innovatives Konzept zur Förderung von Schlüsselqualifikationen*, Berlin 1989, s. 25.

⁹ K. Kutt: *Juniorenfirmen werden mit 25 endlich grün*, „UnternehmensGrünJournal“ 2008, nr 1, s. 2.

¹⁰ T. Scherrieb: *Der Modellversuch Juniorenfirmen unter der Trägerschaft der Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben*, [w:] *Handlungslernen in der Berufsausbildung...*, dz. cyt. s. 49.

¹¹ Tamże, s. 50.

¹² C. G. Bühren: *Erziehung zur Eigeninitiative: Ursprünge und Zielsetzungen*, [w:], *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist. Handbuch*, red. V. Köditz, A. Jammes, Essen: COMED-Verlag, 1994, s. 12.

Od lat 90. zaczęły pojawiać się kolejne programy i projekty ukierunkowane na wspieranie przedsiębiorczości młodzieży. Do najbardziej znanych inicjatyw należy program *SCHÜLER UNTERNEHMEN was!*, funkcjonujący nieprzerwanie od 1994 r. dzięki Fundacji Heinz Nixdorf z ramienia Niemieckiej Fundacji Dzieci i Młodzieży¹³. Kolejnym powszechnie znanym projektem jest *JUNIOR*, realizowany pod patronatem Instytutu Niemieckiej Gospodarki w Köln. Program pilotażowy, który początkowo był realizowany w około 30 szkołach średnich w Magdeburgu i Halle (Saksonia-Anhalt), w krótkim czasie swoim zasięgiem objął wszystkie kraje związkowe. Obecnie *JUNIOR*, w ramach którego organizowane są projekty różniące się pod względem złożoności i adresowane do różnych grup wiekowych (*JUNIOR Basic*, *JUNIOR Tech*, *Fit für die Wirtschaft*), realizowany jest na szczeblu federalnym i wspierany m.in. przez Federalne Ministerstwo Gospodarki i Technologii¹⁴. Warto także wspomnieć o programach uczniowskich firm zorientowanych na edukację na rzecz zrównoważonego rozwoju, jak np. *Programm 21 – Bildung für eine nachhaltige Entwicklung*¹⁵ oraz konkursach na najlepsze firmy, jak np. *Stell Dir vor, Du bist der Boss* (Wyobraź sobie, że jesteś szefem), wspierany na szczeblu federalnym przez Ministerstwo Gospodarki, którego głównym zamierzeniem było przeciwdziałanie bezrobociu wśród absolwentów szkół średnich¹⁶. Oprócz programów i projektów, w ramach których uczniowie mają możliwość prowadzenia własnej firmy w szkołach, funkcjonują także tzw. sieci informacji, jak np. *Netzwerk Berliner Schülerfirmen (NBS)*, które stanowią platformę służącą wymianie doświadczeń uczestników firm uczniowskich, oferują możliwość odbycia szkoleń dla nauczycieli i warsztatów dla uczniów, jak również stanowią cenne źródło informacji dla osób zainteresowanych tematyką uczniowskich firm w Niemczech¹⁷.

.....
¹³ Program *SCHÜLER UNTERNEHMEN was!*, *Lebensnahes Lernen in den Schülerfirmen*, <<http://www.dkjs.de/themen/alle-programme/fachnetzwerk-schuelerfirmen/>>, (data dostępu: 16.08.2013).

¹⁴ Projekt *JUNIOR*, *JUNIOR Programme für eine nachhaltige Entwicklung*, <<http://www.juniorprojekt.de/junior-programme/>> (data dostępu: 16.08.2013).

¹⁵ Program 21 – Bildung für eine nachhaltige Entwicklung, *BLK-Programm „21“ und Programm Transfer-21*, <<http://www.blk21.de/index.php?p=181>>, (data dostępu: 09.08.2013).

¹⁶ Por. I. Mortag: *Erziehung zu...*, dz. cyt., s. 72.

¹⁷ *Netzwerk Berliner Schülerfirmen, Was ist eine Schülerfirma?*, <http://www.nebs.de/ASIG_NEBS/Programm.php>, (data dostępu: 23.11.2013).

Definicja i cele uczniowskich firm

Koncepcja uczniowskich firm opiera się na tzw. wychowaniu do własnej inicjatywy (*Erziehung zur Eigeninitiative/ Education for Enterprise*), określającym cele i metody kształcenia, dla których wspólne są trzy elementy: realizm, gospodarność i samodzielność uczniów¹⁸. W takim ujęciu firmy uczniowskie to projekty o charakterze ekonomicznym, których głównym zadaniem jest wyposażenie uczniów w kompetencje kluczowe oraz umożliwienie zdobycia doświadczenia przed startem na rynek pracy. Najczęściej firmy uczniowskie definiowane są na potrzeby projektów wspierających przedsiębiorczość młodzieży i określane jako „narzędzie pedagogiczne oparte na doświadczeniu praktycznym, obejmującym prowadzenie kompletnego przedsiębiorstwa oraz na interakcji ze środowiskiem zewnętrznym (tzn. ze światem biznesu lub społecznością lokalną)”¹⁹.

| 203

Przywołana definicja pozwala na wyodrębnienie dwóch podstawowych modeli uczniowskich firm, zróżnicowanych pod względem realiów ich funkcjonowania. W pierwszym przypadku mowa jest o firmach, w których uczniowie rozwijają prawdziwą działalność gospodarczą, choć odbywa się to w środowisku chronionym i służy przede wszystkim celom pedagogicznym. Drugi z modeli obejmuje tzw. przedsiębiorstwa treningowe, czyli realistyczne symulacje firmy funkcjonujące w wirtualnej rzeczywistości. Należy jednak zaznaczyć, że w obydwu typach działalności firm zakładanych przez uczniów w szkołach realizowane są wszystkie czynności związane z prowadzeniem prawdziwego przedsiębiorstwa – począwszy od wyboru zarządu firmy, przez gromadzenie kapitału startowego, prowadzenie badań marketingowych, poszukiwanie pomysłu na produkt lub usługę i jej promocję, aż po organizację sprzedaży i gromadzenie dokumentacji firmy.

Drugim kryterium podziału uczniowskich firm jest czas ich funkcjonowania. Mniej obciążającym przedsięwzięciem jest zorganizowanie takiej działalności w trakcie roku szkolnego, prowadzona jest ona wtedy od kilku miesięcy do dwóch semestrów. Inną propozycją są firmy zakładane w perspektywie długoterminowej, w których doświadczenie zdobywane

¹⁸ V. Köditz: *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist. Kompendium der Projekte*, Berlin 1996, s. 5.

¹⁹ *Mini przedsiębiorstwa w szkolnictwie średnim. Sprawozdanie końcowe grupy ekspertów*, oprac. Komisja Europejska, wrzesień 2005, s. 15.

w kolejnych miesiącach ma uczyć młodych ludzi realizmu, przybliżyć tajniki działalności gospodarczej oraz stwarzać możliwości doskonalenia lub weryfikacji pomysłu na własną działalność gospodarczą.

W analizach dotyczących uczniowskich firm zwraca się szczególną uwagę na zestaw wiedzy i umiejętności określanych w kategoriach kompetencji. Zasadniczo strukturę kompetencji tworzą wiedza teoretyczna, umiejętności praktyczne i cechy osobowe jednostki. W definicji przyjętej za Johan-nesem Weinbergiem kompetencje oznaczają rzeczywisty zasób wiedzy i umiejętności, których człowiek nabywa w ciągu życia i którymi dysponuje²⁰. Aktywność w firmach uczniowskich pomaga rozwijać samodzielność w myśleniu i działaniu, uczy sprawnej i skutecznej komunikacji oraz pracy w grupie, a także wzmacnia poczucie odpowiedzialności i sprawstwa. Jeden z pierwszych inicjatorów programów przedsiębiorczości młodzieży w Niemczech, prof. W. Fix, dokonał klasyfikacji kompetencji nabywanych przez uczniów w ramach działalności firm uczniowskich, ujmując je w trzy grupy: kompetencje fachowe, metodyczne i społeczno-personalne²¹.

W zakresie pierwszej grupy szczególne znaczenie ma możliwość poznania przez uczniów struktury przedsiębiorstwa oraz zrozumienie sensu strategicznych decyzji w zarządzaniu przedsiębiorstwem. W świetle przeprowadzonych badań do najważniejszych kompetencji fachowych nabywanych dzięki działalności w uczniowskiej firmie należy znajomość handlu, elastyczność i umiejętność przejmowania zróżnicowanych ról, a także dobra organizacja oraz przedsiębiorczość w działaniu.

W obrębie drugiej grupy kompetencji – metodycznych – wyróżnia się gotowość uczniów zarówno do samodzielnego działania, jak i do pracy w zespole. Wiąże się z tym m.in. kształtowanie umiejętności definiowania problemów i rozwiązywania konfliktów w grupie, a także podejmowania decyzji, planowania i kontrolowania rozkładu obowiązków w firmie. Kompetencje te mogą być rozwijane w wyniku obserwacji i naśladownictwa pewnych czynności, jak również stanowić efekt świadomego działania według poznanych wcześniej reguł.

Obok wyżej omówionych obszarów wiedzy i umiejętności praca w szkolnej firmie wspiera również u uczniów szereg kompetencji społecznych i personalnych, jak gotowość do kooperacji i przejmowania

²⁰ J. Weinberg: *Kompetenzlernen*, „QUEM-Bulletin“ 1996, nr 1, s. 3.

²¹ W. Fix: *Juniorenfirmen...*, dz. cyt., s. 17.

odpowiedzialności za podejmowane działania, rozwój zdolności komunikacyjnych, wśród których znajduje się m.in. sztuka odpowiedniej argumentacji, zawierania kompromisów, metody efektywnej autoprezentacji itp.²²

Organizacja uczniowskich firm

| 205

Pomimo realizowania celów, strategii i rozkładu pracy prawdziwego przedsiębiorstwa, uczniowskie firmy są w pierwszej linii projektami szkolnymi z założonymi celami pedagogicznymi. Młodzi pracownicy formułują własny biznesplan i operują realnym kapitałem. Zajmują się też księgowością, reklamą, prowadzą regularne analizy rynku, aby oferowane produkty czy usługi odpowiadały rzeczywistym potrzebom rynku. Szkolne przedsiębiorstwa funkcjonują w rozmaitych branżach²³. Wiele firm lokuje się w sektorze przemysłowym, inne świadczą usługi, gdzie spektrum aktywności rozwija się od cateringu przez agencję reklamową aż po profesjonalną firmę doradztwa energetycznego.

W wielu krajach szkolne przedsiębiorstwa borykają się jednak z trudnościami o charakterze administracyjnym, wynikającymi z niejasnego statusu prawnego firm prowadzonych przez uczniów. Brak właściwych uregulowań i procedur względem tych organizacji, a także kwestia opodatkowania, ubezpieczeń czy odpowiedzialności cywilnej mogą mieć niekorzystny wpływ na zaangażowanie oraz chęć realizacji tego typu programów przez szkoły. Uczniowskie firmy, postrzegane w pierwszej kolejności jako narzędzia edukacyjne, nie mogą podlegać tym samym wymogom administracyjnym, które dotyczą prawdziwych przedsiębiorstw. W Niemczech w wyniku ustalenia właściwych ram regulacyjnych funkcjonują cztery typy młodzieżowych przedsiębiorstw²⁴:

1. Uczniowska firma jako projekt szkolny, nieposiadająca statusu prawnego, funkcjonująca według ustawy o szkolnictwie obowiązującej w danym kraju związkowym.

.....
²² W. Fix: *Lernen als Abenteuer*, [w:] *Handlungslernen in der Berufsausbildung...*, dz. cyt., s. 15–19.

²³ Por. G. de Haan, D. Grundmann, M. Plesse: *Nachhaltige Schülerfirmen. Eine Explorationsstudie*, Berlin 2009, s. 6–7.

²⁴ D. Mette, A. Schelzke: *Schülerfirmen. Unternehmerisches Denken und Handeln im Spannungsfeld Schule-Wirtschaft*, Berlin 2008, s. 58–59.

2. Uczniowska firma pod patronatem szkolnego stowarzyszenia (np. rady rodziców), bez osobowości prawnej, funkcjonująca na rzecz użyteczności publicznej.
3. Uczniowska firma powołana w ramach krajowych lub międzynarodowych programów wspierania przedsiębiorczości, funkcjonująca według zasad ustalonych przez organizatora, który zapewnia jej status prawny.
4. Uczniowska firma jako działalność gospodarcza z możliwością wyboru odpowiedniej formy prawnej.

Każda z powyższych form niesie ze sobą inne wymagania, obowiązki, ma swoje wady i zalety. Do najczęściej wybieranych przez uczniów wariantów należą jednak firmy funkcjonujące jako szkolne przedsięwzięcie (1) bądź zorganizowane przy wsparciu krajowych programów przedsiębiorczości (3)²⁵. Zaletami takich form działalności jest przede wszystkim brak opodatkowania, gdyż zgodnie z literą prawa uczniowskie firmy nie są przedsiębiorstwami produkcyjnymi i nie stanowią realnej konkurencji dla lokalnych przedsiębiorstw. Plusem jest również relatywnie niski koszt uruchomienia i prowadzenia takich firm, gdyż funkcjonują one przy szkole, instytucji lub stowarzyszeniu, które zapewniają im status prawny, ubezpieczenie oraz ustalają zakres odpowiedzialności cywilnej. Należy jednakże pamiętać, że firmy uczniowskie uczestniczą w obrocie gospodarczym, dlatego też zobligowane zostają do zachowania granicy niskich obrotów i zysków²⁶. Wart podkreślenia jest również fakt, że proces ustanowienia i prowadzenia firm odbywa się wyłącznie w ramach projektu szkolnego bądź programu przedsiębiorczości, zatem czas funkcjonowania określany jest przez organizatora, a prowadzenie firmy odbywa się z reguły tylko w trakcie roku szkolnego.

Podsumowanie

Współczesny rynek pracy w perspektywie dynamicznego procesu globalizacji coraz częściej generuje w młodych ludziach niepewność efektywnego

²⁵ Por. A. Finke: *Wir gründen eine Schülerfirma oder wie man den Unternehmensgeist an die Schule lockt*, Berlin 1999.

²⁶ Obecnie w Niemczech górna granica średnich obrotów firmy o charakterze szkolnego projektu wynosi 30 000 € w skali roku, natomiast średnia zysków to maksymalnie 3 835 €. W momencie przekroczenia tego limitu firma uczniowska zostaje uznana za podmiot gospodarczy podlegający obowiązkowi podatkowemu.

i satysfakcjonującego podjęcia aktywności zawodowej tuż po zakończeniu edukacji. Zdobywanie formalnego wykształcenia nie jest obecnie równoznaczne z nabyciem umiejętności praktycznych i stabilnością zatrudnienia. Jedną z przyczyn takiego stanu jest rozbieżność między wymaganiami stawianymi przez pracodawców a rzeczywistym przygotowaniem młodzieży oraz brak możliwości wcześniejszej konfrontacji własnych planów zawodowych z zapotrzebowaniem i realiami rynku pracy. Firmy ze swej strony poszukują młodych, doświadczonych pracowników, lecz rzadko udzielają młodym ludziom wsparcia w zakresie praktycznego przygotowania do zawodu. Wyniki badań wskazują, że do największych mankamentów szkolnictwa należy właśnie incydentalny charakter współpracy między szkołą a partnerami społecznymi, co w rezultacie skutkuje niskim poziomem kompatybilności praktyk zawodowych z programem szkolnym oraz przewagą zajęć teoretycznych nad praktycznymi²⁷.

W dobie gospodarki opartej na wiedzy pojawiają się zatem nowe wyzwania stojące przed systemem edukacji. Zgodnie z intencją założeń programowych na szczeblu krajowym, jak również europejskim, celem wszelkich działań edukacyjnych powinno być kształcenie człowieka o wysokich kompetencjach, kreatywnego, elastycznego, słowem przedsiębiorczego. Z perspektywy edukacji przedsiębiorczość zorientowana jest na odkrywanie i wykorzystywanie szans, którym towarzyszy zdolność samodzielnego, twórczego myślenia i gotowość do podejmowania ryzyka. Wykształcenie tych cech pozwala nie tylko na przejęcie w przyszłości roli przedsiębiorcy, lecz również na aktywne uczestnictwo w życiu społeczno-gospodarczym.

Założenia te znajdują podatny grunt do realizacji w ramach działalności uczniowskich firm, które stwarzają uczniom doskonałe warunki do kształtowania umiejętności z zakresu planowania, organizowania przedsiębiorstwa i zarządzania nim czy efektywnego współdziałania w zespole oraz dają możliwość zastosowania zdobytej wiedzy w praktyce. Firma uczniowska znacząco wzmacnia też poczucie identyfikacji uczniów ze szkołą i uczestniczy w budowaniu pozytywnego wizerunku szkoły – placówki postrzeganej jako miejsce rzeczywistego wspierania

.....
²⁷ PKPP Lewiatan: *Kwalifikacje pracowników a popyt na rynku pracy*, <www.egospodarka.pl/55033,Kwalifikacje-pracownikow-a-popyt-na-rynku-pracy,1,39,1.html>, (data dostępu: 20.11.2013).

inicjatywy, samodzielności i postaw przedsiębiorczości u młodych ludzi. Firma uczniowska nie powinna być jednak ograniczona murami szkoły. Budowanie więzi między szkołą a lokalną społecznością, jak również zaangażowanie fachowców (jako mentorów i doradców) w kształcenie zawodowe młodzieży ma kluczowe znaczenie w efektywnym prowadzeniu przez uczniów własnej działalności i przynosi korzyści wszystkim uczestniczącym w przedsięwzięciu podmiotom.

Dynamicznie zmieniająca się rzeczywistość społeczna i ekonomiczna stawia wyraźne wymagania względem absolwentów wszystkich typów szkół. Najważniejszym zadaniem stojącym przed systemem edukacji jest przygotowanie uczniów do wytyczania własnej drogi rozwoju oraz umiejętnego planowania procesu jej realizacji. Warto zatem zadbać o to, aby uczeń na bazie własnych doświadczeń zyskał możliwość poznania świata i samego siebie oraz mógł dokonywać świadomych wyborów i decyzji. Koncepcja uczniowskich firm wychodzi naprzeciw tym postulatam. Umożliwia młodym ludziom zdobycie cennej wiedzy i poznanie realiów rynku pracy, aby w ten sposób lepiej mogli przygotować się do wyzwań współczesnego świata.

Literatura

- Brodersen Martha: *Die amerikanischen Junior-Achievement-Firmen und die deutsche Juniorenfirmen. Ein Vergleich*, [w:] *Handlungslernen in der Berufsausbildung – Juniorenfirma in der Diskussion*, red. Karl-Heinz Sommer, Stuttgart: Deugro-Verlag, 1985.
- Buhren Claus G.: *Erziehung zur Eigeninitiative. Ursprünge und Zielsetzungen*, [w:] *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist. Handbuch*, red. Völker Köditz, Anne Jammes, Essen: COMED-Verlag, 1994.
- Buhren Claus G.: *Ursprünge im Vereinigten Königreich und in Irland. Das Beispiel England*, [w:] *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist. Handbuch*, red. Völker Köditz, Anne Jammes, Essen: COMED-Verlag, 1994.
- Finke Antje: *Wir gründen eine Schülerfirma oder wie man den Unternehmensgeist an die Schule lockt*, Berlin 1999.
- Fix Wolfgang: *Auch im Ausland gibt es Juniorenfirmen*, „Der kleine Boss“ 1984, nr 3.
- Fix Wolfgang: *Juniorenfirmen. Ein innovatives Konzept zur Förderung von Schlüsselqualifikationen*, Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1989.
- Fix Wolfgang: *Lernen als Abenteuer*, [w:] *Handlungslernen in der Berufsausbildung – Juniorenfirma in der Diskussion*, red. Karl-Heinz Sommer, Stuttgart: Deugro-Verlag, 1985.

- Haan Gerhard de, Grundmann Diana, Plesse Michael: *Nachhaltige Schülerfirmen. Eine Explorationsstudie*, Berlin 2009.
- Köditz Völker: *Erziehung zu Eigeninitiative und Unternehmensgeist. Kompendium der Projekte*, Berlin 1996.
- Kutt Konrad: *Juniorenfirmen werden mit 25 endlich grün*, „UnternehmensGrünJournal“ 2008, nr 1.
- Mette Dieter, Schelzke Arno: *Schülerfirmen. Unternehmerisches Denken und Handeln im Spannungsfeld Schule-Wirtschaft*, Berlin 2008.
- Mini przedsiębiorstwa w szkolnictwie średnim. *Sprawozdanie końcowe grupy ekspertów*, oprac. Komisja Europejska, wrzesień 2005.
- Mortag Iris: *Erziehung zu unternehmerischem Handel – eine globale Herausforderung*, [w:] *Globalisierung der Wirtschaft – Internationalisierung der Lehrerbildung*, red. Aida Kruze, Iris Mortag, Dieter Schulz, Leipzig 2006.
- Netzwerk Berliner Schülerfirmen, *Was ist eine Schülerfirma?*, <http://www.nebs.de/ASIG_NEBS/Programm.php>, (data dostępu: 23.11.2013).
- PKPP Lewiatan: *Kwalifikacje pracowników a popyt na rynku pracy*, <www.egospodarka.pl/55033,Kwalifikacje-pracownikow-a-popyt-na-ryнку-pracy,1,39,1.html>, (data dostępu: 20.11.2013).
- Program 21 – Bildung für eine nachhaltige Entwicklung, *BLK-Programm „21“ und Programm Transfer-21*, <<http://www.blk21.de/index.php?p=181>>, (data dostępu: 09.08.2013).
- Program SCHÜLER UNTERNEHMEN was!, *Lebensnahes Lernen in den Schülerfirmen*, <<http://www.dkjs.de/themen/alle-programme/fachnetzwerk-schuelerfirmen/>>, (data dostępu: 16.08.2013).
- Projekt JUNIOR, *JUNIOR Programme für eine nachhaltige Entwicklung*, <www.juniorprojekt.de>, (data dostępu: 16.08.2013).
- Scherrieb Thomas: *Der Modellversuch Juniorenfirmen unter der Trägerschaft der Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben*, [w:] *Handlungslernen in der Berufsausbildung – Juniorenfirma in der Diskussion*, red. Karl-Heinz Sommer, Stuttgart: Deugro-Verlag, 1985.
- Sowa Tomasz: *Informacje o organizacji OECD*, <<http://www.mg.gov.pl/Wspolpraca+miedzynarodowa/Miedzynarodowe+organizacje+gospodarcze/Wspolpraca+z+OECD/Informacje+o+organizacji+OECD>>, (data dostępu: 10.10.2013).
- Weinberg Johannes: *Kompetenzlernen*, „QUEM-Bulletin“ 1996, nr 1, s. 3.
- Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie*, Bruksela, 18.12.2006.