

Nova poduzetnička znanja i aktivne metode učenja i podučavanja - primjer dobre prakse s Veleučilišta Vern', Zagreb

Gordana Ćorić, Poduzetništvo i Poslovna etika, Veleučilište VERN', Zagreb

GSM: + 385 (0) 91 48 25 898, E-mail: gordana.coric@gmail.com

Ljiljana Kukec, Franšizno poslovanje, Veleučilište VERN', Zagreb

E-mail: lkukec@inet.hr

Zvonimir Repač, Lider konzultant, Zagreb

E-mail: zvonimir.repac@gmail.com

Sažetak

Podučavanje poduzetništva još uvijek je područje velikog broja rasprava koje se kreću od toga je li uopće moguće podučavati poduzetništvo pa do diskusija o najboljim pristupima učenju za poduzetništvo. U ovom radu autori zastupaju stav da je podučavanje poduzetništva moguće i poželjno, kao i da se veliki učinci u podučavanju poduzetnika mogu postići (a) vlastitim primjerom predavača (learning by being) te (b) omogućavanjem stjecanja vlastitog iskustva studenata (learning by doing).

Metodološki se polazi od provjere učinkovitosti modela podučavanja poduzetništva na sve četiri razine: poduzetništvo učenjem, razumijevanjem, činjenjem te bivanjem poduzetnikom. Postavke se analiziraju na konkretnom primjeru izbornog kolegija Franšizno poslovanje i uzorku od 25 studenata.

Uz pomoć prikupljenih iskustava povezivanja obrazovne institucije s poduzetničkom praksom u osobi koja podučava (istovremeno je poduzetnik i poučavatelj), ponuđeni su modeli za definiranje novih programa te utvrđene pretpostavke za pružanje učinkovitih okvira za stjecanje novih poduzetničkih znanja i vještina te predložene metode aktivnog učenja i podučavanja.

Svrha je ovog rada davanje dodatnog argumenta u prilog razumijevanja potrebe korištenja iskustava najboljih praksi u izgradnji obrazovnih programa (kurikuluma, nastavnih zadataka) uz pomoć predloženih metoda aktivnog podučavanja poduzetništva s ciljem podizanja kvalitete programa učenja za poduzetništvo. Rad također daje svoj doprinos razumijevanju potrebe angažiranja predavača s iskustvom djelovanja u poduzetništvu i u nastavi.

Ključne riječi: *učenje i podučavanje poduzetništva, aktivne metode podučavanja, nova poduzetnička znanja, franšizno poslovanje*

1. Uvod

Strategija razvoja Europske unije naglašava važnost razvoja poduzetništva, poduzetničke kulture i poduzetničkog načina razmišljanja. To je naglašeno još na lisabonskom sastanku 2000. godine, kada je definiran cilj da Europa do kraja 2010. godine treba postati „na znanju utemeljena najkompetitivnija, dinamička ekonomija na svijetu, sposobna za održivi ekonomski razvoj s višim i boljim zapošljavanjem te boljom socijalnom kohezijom“ (Green Paper: Entrepreneurship in Europe, 2003). Kako bi naglasila europsku dimenziju u obrazovanju i odgovorila na potrebe Lisabonske

strategije, Europska komisija definirala je 8 domena ključnih kompetencija za cjeloživotno učenje: (1) sposobnost komuniciranja na materinskom jeziku, (2) sposobnost komuniciranja na stranom jeziku, (3) razumijevanje i korištenje znanja iz matematike, znanosti i tehnologije, (4) sposobnost korištenja digitalne tehnologije, (5) sposobnost učenja, (6) socijalne i civilne vještine u multikulturalnom okruženju, (7) poduzetništvo, te (8) sposobnost kulturnog ophođenja. Uključivanje poduzetništva među poželjne kompetencije predstavlja značajan korak prema integriranju poduzetništva u sve razine obrazovanja.

Dokument koji je 2003. godine proizašao iz zaključaka lisabonskog sastanka daje sljedeću definiciju poduzetništva: „Poduzetništvo je kreativni kapacitet pojedinca koji mu omogućuje da samostalno ili unutar organizacije u kojoj djeluje prepozna priliku i iskoristi ju u svrhu stvaranja nove vrijednosti ili ekonomskog uspjeha“ (Green Paper: Entrepreneurship in Europe, 2003.).

Druga definicija poduzetništva koju je Jeffry Timmons dao 2003. godine, nadovezuje se na prethodnu definiciju i detaljnije ju pojašnjava: “Poduzetništvo je način razmišljanja, zaključivanja i djelovanja usmjeren na traženje prilike, uz odgovarajuće vodstvo. Poduzetništvo rezultira stvaranjem, povećanjem, realizacijom i obnovom vrijednosti kako za vlasnike, tako i za sve sudionike i dionike (Timmons & Spinelli, 2003.).

Poduzetništvo je fenomen koji se može promatrati iz mnogih kutova i disciplina kao što su sociologija, psihologija, marketing, menadžment, ekonomija, financije i povijest što je samo jedan dio disciplina koje mogu dati vlastitu definiciju poduzetništva. Definicije poduzetništva možemo okvirno svrstati u tri grupe: definicije koje se odnose na osobne karakteristike poduzetnika, definicije koje promatraju proces poduzetništva i njegov rezultat te definicije fokusirane na aktivnosti koje poduzetnik provodi (Kaufmann & Dant, 1998.).

U namjeri da se definira, kategorizira i objasni pojam poduzetnika, uglavnom se pokušava objasniti karakter, osobnost, ponašanje poduzetnika, ali jedini zaključak do kojeg se dolazi je taj da poduzetnika ima svih dobi i s raznim motivacijama ulaska u poduzetništvo. Među karakteristikama koje su zajedničke svima jesu: strast za prepoznavanjem i traženjem prilika na tržištu, preuzimanje (razumnog) rizika, te slijeđenje tog puta i u trenucima kad je ishod potpuno neizvjestan. Karakterizira ga i stajalište da je on sam odgovoran za svoj život (unutarnji lokus kontrole), a ne neki vanjski utjecaji (Whetten & Cameron, 2005.; Kukec, 2009.).

2. Edukacija za poduzetništvo

Poduzetništvo kao znanost ima interdisciplinarni karakter: može ga se definirati uže (u okviru društvenih znanosti) te šire (kao kognitivnu znanost u okviru interdisciplinarnog područja znanosti). U kontekstu podučavanja, poduzetničko obrazovanje se može promatrati kroz 3 cilja – naučiti kako (1) razumjeti poduzetništvo, (2) postati poduzetan/poduzetna, te (3) postati poduzetnik/ca (Senegović, Ćorić, Bautović, 2011.).

Veliku ulogu u razvoju poduzetničkog načina razmišljanja ima edukacija za poduzetništvo. Istraživanje Europske komisije pokazalo je da su osobe koje su prošle neki oblik poduzetničke edukacije i prakse poduzetnije, lakše se zaposle nakon školovanja, inovativnije su te su češće osnivači novih poduzetničkih kompanija (European Commission, DG for Enterprise and Industry, 2012). Drugim riječima, edukacija za poduzetništvo ima pozitivan učinak na poduzetnički način razmišljanja i poduzetničke namjere mladih, njihovu zapošljivost te konačno na njihovu aktivnu ulogu u društvu i gospodarstvu. Osim toga, istraživanje dalje navodi da se uvođenjem programa kreativnosti, inovativnosti i poduzetništva u edukaciju povećava europski poduzetnički potencijal. Neop-

hodno je pojačavati poduzetničko razmišljanje i djelovanje kod mladih te društvenu klimu za poduzetništvo, što bi pravilna edukacija za poduzetništvo mogla osigurati. Za ostvarenje tog cilja, postavljeni su i specifični ciljevi koje bi edukacija morala zadovoljiti: (1) poboljšanje poduzetničkog načina razmišljanja kod mladih kako bi bili što samosvjesniji i kreativniji u bilo čemu što će raditi (što, s druge strane, povećava njihovu atraktivnost za poslodavce); (2) kontinuirano ohrabriavanje inovativnosti u pokretanju poduzetničkih pothvata, te (3) povećavanje njihove uloge u društvu i gospodarstvu.

Edukacija za poduzetništvo definirana je kao proces koji pojedincima daje koncept i vještine prepoznavanja prilika koje su drugi previdjeli, te stjecanja pronicljivosti, samoefikasnosti i znanja da djeluju tamo gdje se drugi nisu usudili (Harrison & Leitch, 2008). Okosnica te edukacije jesu predavači koji su i nositelji te promjene putem novih pristupa podučavanju/učenju kroz aktivno učenje i osiguranje novih iskustava za studente u i izvan učionica (Ikavalko et al., 2008.). Još je Sofoklo u 5. stoljeću prije Krista rekao: Učimo radeći. Sve dok to ne pokušamo, ne možemo biti sigurni da znamo ono što mislimo da znamo.

3. Aktivno učenje

Nakon ovih promišljanja, potrebno je поближе predstaviti pojam aktivnog učenja, koje u zadnjih desetak godina privlači sve više pozornosti, kako predavača, tako i istraživača. Iako se još mnoga predavanja odvijaju po tradicionalnom „predavačkom“ modelu, sve je više zagovornika aktivnog učenja/podučavanja. Podučavanje je kroz povijest bilo vezano uz ex cathedra predavanja s centralno pozicioniranom osobom predavača. Moderan način podučavanja koji je neophodan za poduzetničku edukaciju prebacio je fokus s predavača na studente.

Suvremeni način prenošenja znanja odnosi se na aktivno učenje/podučavanje koje podrazumijeva različite aktivnosti vezane uz određena gradiva koja su zadana studentima, što uključuje sve osim njihovog pasivnog sjedenja i slušanja. Nadalje, aktivno učenje primjenjivo je u svim programima učenja od osnovnoškolskog do doktorskog studija, te u svim znanstvenim disciplinama. Literatura poistovjećuje aktivno učenje s aktivnim podučavanjem jer se smatra da su to neposredno povezane aktivnosti s istim rezultatima. (Robson, 2011.; VanWinkle, 2005.), te će u ovom radu biti promatrane kao provedba aktivnog učenja i podučavanja i bit će sinonim za istu aktivnost gledanu s obje strane kao način davanja i primanja znanja.

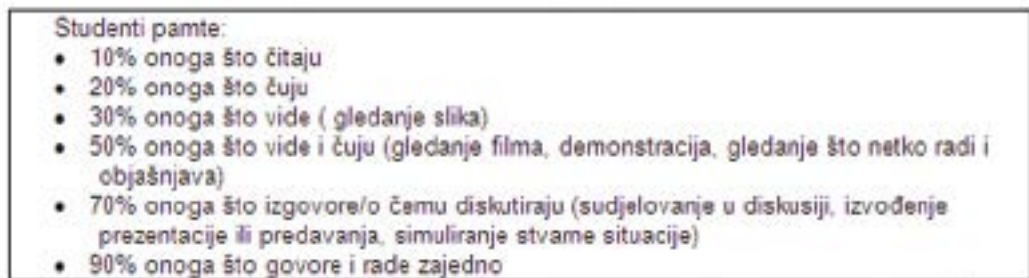
Svaka znanstvena disciplina ima svoje specifičnosti i zakonitosti vezane uz klasično prenošenje znanja pa tako ima i uz aktivno podučavanje/učenje. Nema točno definirane strategije koja bi se mogla nazvati jednoznačnom tehnikom aktivnog učenja, jer aktivno je podučavanje/učenje sve ono što u procesu prijenosa znanja te stjecanja vještina i kompetencija može pomoći pri usvajanju znanja i njegovoj primjeni u životnom ili poslovnom okruženju. Prilikom organizacije takve nastave studenti su aktivno angažirani u nastavi, bilo da se radi o diskusiji na određenu temu, pisanju, čitanju, gledanju filmova, obradi studija slučaja, diskusiji s gostima predavačima, istraživanju provedenom na satu ili nakon nastave i slično.

Na taj način naglasak nije na prijenosu znanja koliko na stjecanju vještina, vrijednosti i kompetencija koje će doprinijeti jačoj motiviranosti studenata i razvijanju višeg nivoa razmišljanja kao što su analiza, sinteza i evaluacija (Bonwell & Eison, 1991.). Prema pojmovniku Hrvatskog kvalifikacijskog okvira pojam znanje odnosi se na činjenična i teorijska znanja, odnosno na stečene zasebne informacije (pojmovi, njihove definicije i slično) te njihovo povezivanje. Nadalje, vještine se dijele na spoznajne (logičko i kreativno razmišljanje), psihomotoričke (fizička spretnost te upotreba

metoda, instrumenata, alata i materijala) i socijalne vještine i odnose se na sve ono što omogućava primjenu (činjeničnih i teorijskih) znanja, odnose s drugima unutar različitih društvenih skupina, ili kombinaciju različitih vještina. Na kraju, kompetencije u užem smislu (samostalnost i odgovornost) označavaju postignutu primjenu nekih konkretnih znanja i vještina. Posjedovanjem određenih znanja i vještina, podučavana osoba ima preduvjete za stjecanje prava na pripadajuću samostalnost i odgovornost, odnosno posjedovanje određenih kompetencija u užem smislu (Lončar-Vicković & Dolaček-Alduk, 2009.).

Ove definicije jasno pokazuju da se definiranje, ali i primjena vještina i stečenih kompetencija jasno povezuju s praksom. U prilog tome govore i rezultati istraživanja koje je proveo US Department of Health, Education and Welfare (VanWinkle, 2005.). Oni su pokazali da studenti pamte 10% onoga što pročitaju, 30% onoga što vide, ali zato čak 90% onoga što usvoje pri praktičnom radu. Cjelovit prikaz postotaka pamćenja pri različitim aktivnostima prikazan je na Slici 1.

Slika 1: Postotak pamćenja materije pri raznim aktivnostima



Izvor: adaptirana tablica iz članka Active Teaching – Active Learning (VanWinkle, 2005) i članka Active Learning Methodology (Sarva, Nadu, 2008)

Umjesto pasivnog slušanja, vođenjem studenata kroz što raznolikije aktivnosti (čitavanje, diskutiranje, gledanje filmova, pisanje, istraživanje, prezentiranje...) povećavaju se njihove mogućnosti učenja i pamćenja. Ugrađivanjem stavova i vrijednosti koje svaki pojedinac nosi u sebi u ponuđene praktične aktivnosti, dolazi do povećane motiviranosti studenata za daljnje aktivnosti u kojima oni imaju prilike potvrditi svoje kvalitete i steći nova znanja. Potvrđivanjem vlastitih kvaliteta i stjecanjem znanja povećava se samopouzdanje i osjećaj samoeфикаsnosti za daljnje djelovanje te se time u konačnici zapravo osnažuje buduća pozicija studenata na tržištu rada. Tako dobivamo pozitivan začarani krug koji daje odlične rezultate, kako edukativne, tako i praktične.

Konceptualni okvir za aktivno učenje uključuje sve - od jednostavnih zadataka do onih vrlo složenih te uključuje i neke podvrste aktivnog učenja koje se dijeli na kolaboracijsko (suradničko) učenje te učenje uz pomoć rješavanja problema (Prince, 2004.). Za ovaj rad najinteresantnije je upravo suradničko učenje. Prema autorima Johnson i Johnson (1989.) suradničko učenje podrazumijeva zajednički rad studenata koji imaju zajednički cilj. To je grupna strategija učenja koja uključuje 5 bitnih elemenata: (1) pozitivnu povezanost za postizanje zajedničkog cilja, (2) interakciju licem u lice (face to face), (3) preuzimanje individualne odgovornosti, (4) razvoj socijalnih vještina, te (5) grupnu samoprocjenu (self-assessment).

Neki istraživači smatraju da suradničko učenje povećava postignuće studenata, produktivnost, prijenos znanja i motivaciju (Johnson & Johnson, 1989.; Sharan, 1980.; Slavin 1990.). Neki liko je razloga zašto suradničko učenje tako dobro djeluje, a jedan od njih je i taj da je suradničko

ko učenje po svojoj karakteristici aktivna metoda koja pospješuje stjecanje znanja i to iz nekoliko razloga. Slabiji studenti bi najvjerojatnije odustali pri nekoj teškoći u procesu učenja, no suradničkim učenjem događa se da ih bolji studenti vode. U tom procesu bolji studenti potvrđuju svoje znanje i verificiraju praznine te ih nadopunjuju. Individualni studenti bi možda i kasnili sa zadatkom ili ga preskočili, no dok imaju saznanje da i drugi ovisе o njima spremniji su na točnost (Felder & Brent, 2009.).

Na kraju, ako poduzetničku edukaciju povežemo s aktivnim i suradničkim učenjem/podučavanjem te ga stavimo u kontekst Kolbovog kruga učenja (Kolb, 1984.), dobivamo sljedeći model:

Slika 2: Kolbov krug učenja



Izvor: Ferk Novaković, M., Bogdanović, M. (2011). Razvoj poduzetničke kompetencije kroz korištenje poslovnih simulacija. http://bib.irb.hr/datoteka/515019.Zbornik_radova_prve_meunarodne_konferencije_o_uenju_za_poduzetnitvo.pdf (Sačuvano 20.4.2012)

Kolbov krug učenja podijeljen je na četiri dijela i u njega se može ući u bilo kojem segmentu. Ovaj će model poslužiti za detaljnije predstavljanje primjera dobre prakse, odnosno iskustva u realizaciji nastave kolegija Franšizno poslovanje na Veleučilištu VERN' koji je predstavljen u ovom radu kao primjer dobre prakse, ali i kao model na kojem je utemeljen praktični projekt u sklopu tog kolegija.

4. Primjer dobre prakse – veleučilište vern'

Veleučilište VERN' najveće je hrvatsko privatno veleučilište iz Zagreba, orijentirano na poduzetničko poslovno obrazovanje, koje trenutno pohađa oko 2000 aktivnih studenata (www.vern.hr). Preko 200 predavača predaje redovnim i izvanrednim studentima na 4 dodiplomska studija (Ekonomija poduzetništva, Poslovna informatika, Turizam - turistički i hotelski menadžment, te studij Novinarstva), kao i na 5 diplomskih stručnih studija (Poduzetnički menadžment, Upravljanje poslovnim komunikacijama, Računovodstvo i financije, Menadžment održivog razvoja turizma, te IT menadžment). U svojoj misiji Veleučilište ističe: Akademskom izvrsnošću i društveno odgovornim poduzetničkim djelovanjem razvijamo kompetencije stručnosti, poduzetnosti i poslovnosti kroz interakciju, ispunjenje i zadovoljstvo.

4.1. Predstavljanje kolegija franšizno poslovanje

„Franšizing je poseban pravni oblik organizacije u kojoj razvoj poslovnog koncepta i provođenje istoga u praksu izvode dva različita pravna subjekta“ (Shane, 2005.). Franšizno poslovanje je zapravo model rasta poslovanja koji značajno smanjuje neizvjesnost u najrizičnijim fazama rasta: pokretanju poduzeća, fazi brzog rasta. To je također i globalni fenomen jer je prisutan u skoro svim zemljama svijeta, a najzastupljeniji i maksimalno iskorišten upravo u razvijenim zemljama. Franšizno poslovanje, bilo sa gledišta davatelja ili primatelja, jest poduzetnička aktivnost, budući da u svakom pogledu odgovara definiciji poduzetništva. Stoga je u svijetu franšizno poslovanje vrlo čest kolegij na sveučilištima, no u Republici Hrvatskoj još nije općeprihvaćen niti kao način poslovanja. Razlog leži u činjenici da je za Hrvatsku još uvijek karakteristična (1) slabija poduzetnička klima (Alon, Alpeza i Erceg, 2007.), (2) sporo i neučinkovito funkcioniranje pravnog sustava (koji ne može zaštititi prava primatelja, ali niti davatelja franšize), (3) nedovoljno direktno uključivanje institucija i banaka u franšizno poslovanje, (4) nedovoljna potpora institucija te još uvijek (5) nedovoljno znanje o ovom načinu poslovanja uslijed (6) malog broja stručnjaka u svim segmentima za franšizno poslovanje (Kukec, 2009.).

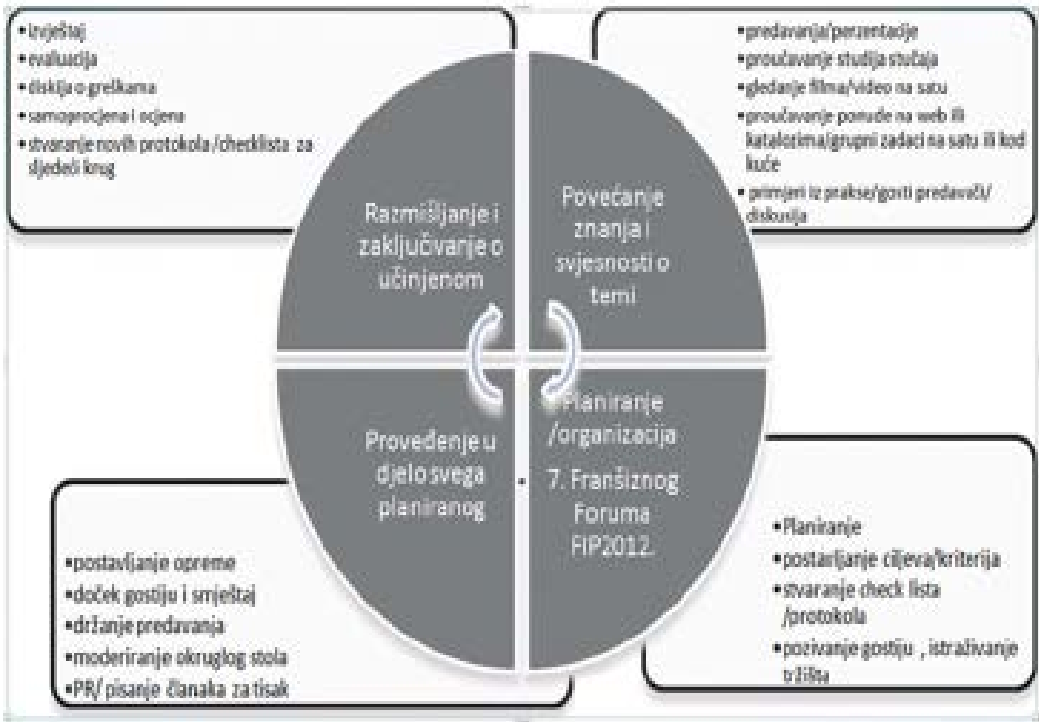
Iz tog je razloga proizašla i potreba za edukacijom o ovom načinu poslovanja i u sklopu formalnog obrazovanja pa je u akademskoj godini 2011./2012. stvoren kolegij Franšizno poslovanje koji može biti uključen kao samostalni kolegij na bilo kojoj obrazovnoj instituciji, ali i na radionicama. Kolegij je zamišljen kao prilika za interaktivno usvajanje znanja o franšiznom poslovanju te osposobljavanje studenata za (a) prepoznavanje potencijala uspješnih tvrtki za širenje putem franšize, (b) upravljanje franšiznim sustavom, te (c) kupovinu franšize (ukoliko to žele).

Autorice programa kolegija Franšizno poslovanje uporište za koncept našle su u misiji Veleučilišta VERN' te ponudile program koji cilja na razvoj kompetencija stručnosti, poduzetnosti i poslovnosti. Osim uobičajenih metoda podučavanja kroz interakciju (vođenjem rasprava, izradom vježbi, i sl.), zorno predstavljanje praktičnih primjera, te utvrđivanje izloženog gradiva putem zadataka na temelju studija slučaja, kratkih provjera, seminarskih radova, provođenje istraživačkog rada, prikupljanje članaka i njihovog komentiranja, autorice su kao ključnu komponentu kolegija zamislile u obliku glavnog praktičnog zadatka u formi organiziranja 7. Međunarodnog franšiznog foruma sa sajmom franšiza u prostorijama Veleučilišta VERN', pred sam kraj semestra.

Svi zadaci tijekom semestra osmišljeni su na način da posluže kao priprema za održavanje foruma/sajma. Tako su studenti proveli istraživanje tržišta franšiza u Hrvatskoj kako bi identificirali potencijalne sudionike sajma. Nadalje, jedan od praktičnih primjera rada jest kritički osvrt na web stranicu Hrvatske udruge za franšizno poslovanje s idejama za njezino poboljšanje (Izvedbeni plan kolegija Franšizno poslovanje, 2012.).

4.2. Ciklus učenja na primjeru kolegija franšizno poslovanje

Prevođenje tih aktivnosti u model Kolbovog učenja na primjeru kolegija Franšizno poslovanje sastoji se od sljedeće 4 faze: (1) povećavanje znanja i svjesnosti o zadanoj temi/aktivnosti kroz predavanja, vježbe, istraživanja, diskusije i sl., (2) planiranje i priprema obrazovnog događaja uz postavljanje ciljeva, smišljanje aktivnosti, izrade lista provjere, itd., (3) konkretno iskustvo (realizacija planirane aktivnosti), te (4) razmišljanje i analiza učinjenog, stvaranje zaključaka, te preporuka za poboljšanje. Ovaj je model prikazan na Slici 2.

Slika 3: Kolbov krug učenja primijenjen na kolegiju Franšizno poslovanje

Izvor: Vlastiti rad autora na osnovi podataka s <http://www.businessballs.com/kolblearningstyles.htm>

Nadalje, za razumijevanje procesa učenja u ovom modelu, poslužit će Tablica 4: Pregled aktivnosti u sklopu kolegija Franšizno poslovanje po fazama Kolbovog kruga učenja.

Tablica 4: Pregled aktivnosti u sklopu kolegija Franšizno poslovanje po fazama

#0	FAZA	PREGLED AKTIVNOSTI U SKLOPU KOLEGIJA FRANŠIZNO POSLOVANJE
1 ^o	POVEĆANJE ZNANJA I SVJESNOSTI O TEMI ☐ Konceptualizacija: Što nešto znači? =	Nastavnik svojim radom na satu i zadaćama koje zadaje kao domaću zadaću radi na povećanju znanja i svjesnosti kod studenata o temi. Prezentiraju se nova znanja ili ona stečena kroz prijašnji krug. Aktivno i suradničko učenje je okosnica i ovog dijela i sastoji se od: ☐ <ul style="list-style-type: none"> • → predavanja i rada na satu. ☐ • → individualnog rada i grupnog rada kod kuće ili na satu. ☐ • → diskusije o nekoj temi. ☐ • → grupno ili individualna obrada studija slučaja, diskusija. ☐ • → diskusija u vezi s primjerima iz prakse (gosti-praktičari). ☐ • → gledanjem filmova s diskusijom na temu i zaključcima. ☐ • → proučavanjem ponude kako preko weba tako iz stranih kataloga, itd. ☐ <p>Na taj način povećava se svjesnost o zadanoj temi, ali i praktično i teorijsko znanje. Ako to promatramo prema modelu autora Johnson i Johnson (1989) studenti na taj način dobivaju pozitivnu povezanost djelomice radi zajedničkog cilja, a djelomice radi „face to face“ rada što im je pomaže u razvoju socijalnih vještina i preuzimanju individualne odgovornosti. =</p>
2 ^o	PLANIRANJE AKTIVNOSTI ☐ ☐ Planiranje: Što će se dogoditi? Što želite promijeniti? =	Planiranje: konkretne aktivnosti koja se u ovom slučaju odnosi na organizaciju 8. Međunarodnog franšiznog foruma s izložbom franšiza (a u nekom drugom kontekstu može se odnositi na bilo koju aktivnost koja je stvarima, a ne simulirana i koja ima snagu javnosti kako bi rezultati bili opipljivi i stvarni, a ne simulirani, kako bi sve bilo testirano na „živoj publici“). ☐ U ovoj fazi se: ☐ <ul style="list-style-type: none"> • → radi konkretan i vrlo detaljan plan aktivnosti. ☐ • → postavljaju ciljevi zadane aktivnosti. ☐ • → postavljaju različiti kriteriji. ☐ • → definira i kreira svaka podaktivnost. ☐ • → izrađuju check-liste (liste provjere i podsjećanja). ☐ • → provode istraživanje tržišta franšiza i trenutna situacija. ☐ <p>Cilj ovih aktivnosti je predvidjeti veliki broj različitih situacija i scenarija, te postaviti jasne ciljeve i kriterije, kako bi svaki student bio u potpunosti svjestan što je njegov posao u grupi. Na početku održavanja kolegija, izvršeno je ispitivanje interesa svakog studenta za ovu aktivnost, zatim njihovi stavovi i vjerovanja u vezi sa zadanom temom. U tu svrhu napravljena je i anketa među studentima o njihovom prihvaćanju franšiznog poslovanja kako mogućeg modela širenja poslovanja. =</p>
3 ^o	ISKUSTVO ☐ ☐ Iskustvo: Posvećivanje zadatku =	Iskustvo se odnosi na samu glavnu aktivnost (7. Međunarodni franšizni forum) i njezinu praktičnu realizaciju u prostorijama Veleučilišta Vem u Zagrebu. Njegovi sastavni dijelovi su: ☐ <ul style="list-style-type: none"> • → izložbeni dio na kojem će biti prezentirana franšizna ponuda iz regije. ☐ • → predavački dio u kojem će na video zidu biti prezentirana nova znanja o franšizama (teorija), aktualna ponuda zanimljivih franšiza ili održana predavanja od strane studenata na teme od njihovog i javnog interesa. ☐ • → okruglog stola o franšiznom poslovanju koji je zamišljen kao skup stručnjaka iz regije s razmjenom iskustava iz regije i Hrvatskih institucija (Srbija, Makedonija, BiH, Slovenija). ☐ <p>Studenti će pripremiti sve etape organizacije Foruma, a bit će uključeni i u moderiranje samog okruglog stola. =</p>
4 ^o	ANALIZA ☐ ☐ Razmišljanje: Što ste primijetili? =	Analiza je zaključna faza u ovom diskusu koja se bazira na: ☐ <ul style="list-style-type: none"> • → diskusiju o učinjenom i rezultatima. ☐ • → samoprocjeni i evaluaciji. ☐ • → stvaranju zaključaka i teorija koje će biti primjenjivi u životu i budućim aktivnostima. ☐ • → stvaranje izvještaja i evaluacije učinjenog. ☐ • → izradu preporuka za bolju izvedbu pri sljedećem projektu. =

Dakle, ovaj je edukativni modul u ovom obliku prvi puta prenesen u nastavnu praksu u Hrvatskoj, putem izbornog kolegija na smjeru Ekonomija poduzetništva na Veleučilištu VERN' u Zagrebu. On je potpuno samostalan i primjenjiv na svim edukativnim ustanovama koje se bave podučavanjem u poduzetništvu, a i šire. Ovako osmišljen, posjeduje sve elemente koji su neophodni za usvajanje potrebnih znanja i razvijanje bitnih vještina.

Poduzetništvo kao specifičan fenomen zahtijeva, više nego druge discipline, specifične pristupe pri prijenosu tog znanja. Tu se stvara posebna potreba za kreativnom nastavom koja bi zainteresirala studente, olakšala im usvajanje gradiva i aplikaciju istoga u njihovom budućem radnom okruženju te ih, u svakom slučaju, učinila poduzetnima dajući im osim znanja i vještine koje će im pomoći za trajno usvajanje znanja. To može biti prednost na tržištu rada koja je mladima danas vrlo potrebna za zapošljavanje.

Primjenom Kolbovog kruga učenja uočena je uska povezanost programa i izvedbe kolegija s aktivnim učenjem u učionici te suradničkog rada studenata na zajedničkom projektu što dovodi do kvalitetnijeg usvajanja znanja i njegove praktične primjene te je tako stvoren učinkovit model za stjecanje vještina i kompetencija primjenjivih u svakodnevnom životu i na tržištu rada. Osmišljenim vođenjem od jednostavnih zadataka prema kompleksnijim dobiva se cjelina koja ima praktičnu i javnu vrijednost, te može biti replicirana kao model aktivnog učenja i na druge programe. U konačnici, svrha toga je maksimalizacija kompletnog intelektualnog angažmana studenata (Bonwell, 2012.).

5. Karakteristike predavača poduzetništva

Prema anketi provedenoj među studentima Veleučilišta VERN' 2008. godine, preferirani načini poučavanja uključuju interaktivnost, neposrednu primjenjivost, povezivanje teorije i prakse, uvid u praktične slučajeve i slično, što upućuje na potrebu stavljanja većeg naglaska na konstruktivistički pristup poučavanja u ispunjavanju obrazovnih, odgojnih i funkcionalnih ciljeva (Čorić, Meter, Akalović-Antić, 2011.). Konstruktivistički pristup studente smatra aktivnim, a ne pasivnim dionikom procesa učenja. Znanje se ne prima izvana ili od nekoga drugog, već se stječe kroz osobnu interpretaciju i obradu informacija koje se primaju osjetilima. Student je u središtu učenja, a predavač ima ulogu savjetnika i pomagača. Studentima treba dopustiti da stvaraju znanje, a ne prenositi im znanje tijekom predavanja (Duffy & Cunningham, 1996.). Zaključak je da su studenti u većini otvoreni za nove metode poučavanja, što uvelike olakšava uvođenje programa poput ovoga zamišljenoga u kolegiju Franšizno poslovanje.

Prema Davidu McClellandu, karakteristike poduzetnika jesu inovativnost, spremnost na razumno preuzimanje rizika, upornost, odgovornost, samouvjerenost/samopouzdanje, predanost/uporni rad te sposobnost postavljanja ciljeva (Brusić et al., 2009.). Poduzetnici koji dolaze iz redova brzorastućih poduzeća (gazela) odlikuju se još posjedovanjem vizije, energije i strašću za rastom (poslovni magazin Hrvatske gazele, business.hr, 2011.).

Još uvijek je nedovoljno pozornosti posvećeno definiranju potrebnih i poželjnih karakteristika predavača poduzetničkih predmeta. No, vrlo često se spominje da bi predavači poduzetništva trebali imati izraženu samoefikasnost, koja nužno ima utjecaj na odluke u vezi s razvojem njihove karijere, ali i na njegovu djelotvornu izvedbu i predanost u nastavi u cilju postizanja visokih postignuća njegovih studenata. Na Slici 5 predstavljena su poželjna obilježja predavača poduzetništva koje su identificirali stručnjaci-sudionici simpozija na visokoj razini 7-8.4.2011. u Budimpešti, te 13.-15.7.2011. u Istanbulu.

Slika 5: Pregled karakteristika predavača poduzetništva prema mišljenju sudionika simpozija o edukaciji predavača poduzetništva



Izvor: Vlastiti rad autora na osnovi podataka s http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/teacher_education_for_entrepreneurship_final_report_en.pdf

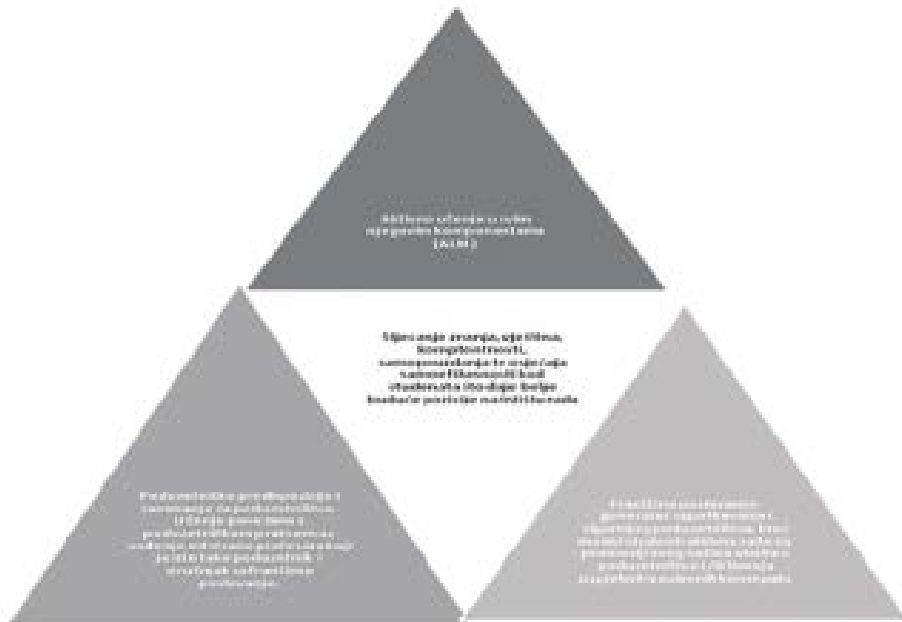
Poželjne kvalitete predavača poduzetništva uključuju sljedeće: strast prema onome što rade, pozitivan stav, sposobnost inspiriranja drugih, samouvjerenost u vezi sa svojim podučavanjem, sposobnost vođenja studenata (bez čekanja na upute nadređenih), proaktivnost, vjerovanje u ono što rade, energičnost, sposobnost prenošenja strasti za poduzetništvom te motiviranja studenata, posjedovanje vizije, otvorenost prema novim idejama i mogućnostima istovremenog rada na većem broju tema i pitanja, otvorenost u pogledu načina uključivanja različitih dionika u poduzetništvo i obrazovanje. Nadalje, idealan predavač poduzetništva posjeduje pedagoške, edukatorske i metodičke kvalitete, dobro je pripremljen za izvedbu nastavnog plana i programa poduzetničkog obrazovanja unutar škole, te kreativno koristi resurse koje ima na raspolaganju u lokalnoj zajednici. Ujedno je i odlično umrežen u lokalnoj zajednici, prema širokoj mreži dionika, uključujući i poduzetnike. Osim toga, predavač poduzetništva mora biti fleksibilan, pomicati granice u odnosu na norme utvrđene u obrazovnom programu bez pretjeranog izlaganja riziku neizvršenja posla. Posjeduje uravnotežen pristup, čvrsto stoji na zemlji i profesionalno je vrlo odgovoran.

Skupina ključnih aktivnosti koje predavač poduzetništva poduzima uključuju pozorno slušanje, prepoznavanje dobrih ideja, njihovo pretvaranje u izglednu priliku te predstavljanje dobrih ideja onima koji mogu utjecati na njihovu realizaciju. No, prije svega, predavači poduzetništva trebali bi ostvariti cilj svakog predavača – doprinijeti razvoju mladih ljudi kod kojih su probudili strast za stvaranjem, osobnim rastom i učenjem.

Kako se čini da je teško naći sve te osobine u jednoj osobi, realnije je očekivati da će ih moći posjedovati timovi predavača, odnosno okruženja koja njeguju poduzetnički pristup te stoga treba istaknuti argument da su poduzetničke škole (računajući i one kojima poduzetništvo nije primarni fokus, ali njeguju ga kao pristup) jednako potrebne kao i predavači poduzetništva.

Ilustracija kompleksnosti pristupa aktivnog učenja i podučavanja predstavljena je na Slici 6.

Slika 6: Aktivno učenje u svim svojim komponentama na primjeru podučavanja poduzetništva



Izvor: Vlastiti rad autora

Slika 6 pokazuje piramidu djelovanja komponenti aktivnog učenja na primjeru kolegija Franšizno poslovanje.

6. Zaključak

U ovom su radu autori pokušali dokazati na konkretnom primjeru kolegija Franšizno poslovanje ponuđenom studentima Veleučilišta VERN' da je podučavanje poduzetništva ne samo moguće, već i poželjno te da se podučavanju poduzetništva treba pristupiti vrlo promišljeno. Naime, kako je poduzetništvo jedna od ključnih kompetencija cjeloživotnog učenja, poduzetnički bi predmeti trebali vrlo lako naći mjesto i u obrazovnim institucijama i programima kojima ono nije primarni fokus, ali bi polaznici takvih programa imali značajne koristi od učinkovitog upoznavanja s poduzetništvom kao konceptom.

Nadalje, kvalitetno podučavanje poduzetništva uključuje izloženost studenata predavačima koji imaju osobno poduzetničko iskustvo i svojim su djelovanjem dokazali razumijevanje poduzetničke prakse, ali istovremeno imaju potrebna pedagoška znanja i odgojne sposobnosti te u svo-

joj nastavi omogućavaju studentima stjecanje vlastitog iskustva, koje omogućava najkvalitetnije učenje i pamćenje.

Predstavljeni kolegij poslužio je kao primjer korištenja elemenata modela podučavanja poduzetništva učenjem, razumijevanjem i činjenjem te dao mogućnosti razumijevanja kako biti poduzetnikom. Projektom pripreme i organizacije međunarodnog franšiznog foruma i sajma pružen je okvir za učinkovito iskustveno stjecanje novih poduzetničkih znanja i vještina uz pomoć metode aktivnog i suradničkog učenja i podučavanja.

Angažiranjem predavača s iskustvom te poduzetničkim i predavačko-pedagoškim djelovanjem, postiže se višestruki pozitivan učinak te otvara prostor za rano poduzetničko djelovanje studenata.

New Entrepreneurial Knowledge and Methods of Active Teaching and Learning - Good Practice of the University of Applied Sciences Vern', Zagreb

Abstract

Teaching entrepreneurship is still a subject of discussions ranging from whether it is possible to teach entrepreneurship to the discussion about the best approaches to teaching entrepreneurship. In this paper the authors advocate for teaching entrepreneurship as possible and desirable effort, and that significant effects in teaching entrepreneurs can be achieved (a) by teachers' own examples (learning by being), and (b) by facilitating the acquisition of students' own experiences (learning by doing).

Methodology is based on testing the model of the effectiveness of teaching entrepreneurship at all four levels: entrepreneurship by learning, by understanding, by doing and by being an entrepreneur. These postulates are analyzed on the example of the elective course Franchising and the sample of 25 attending students.

Drawing conclusions raised from already existing experiences with linking educational institutions with entrepreneurial practices in the person of teacher (entrepreneur and instructor in the same person), this paper offers some models for definition of new programs, and sets conditions for the provision of effective framework for the acquisition of new knowledge and entrepreneurial skills, through proposed methods of active learning and teaching. The purpose of this paper is to provide an additional argument in order to understand the advantages of best known practices in building educational program (curriculum, teaching assignments). The proposed methods of active teaching and learning of entrepreneurship are tools for improving the quality of teaching and learning programs for entrepreneurship. The paper also gives a contribution to understanding the need for engaging teachers with both entrepreneurial and teaching experience.

Keywords: *Learning and Teaching Entrepreneurship, Active Teaching Methods, New Entrepreneurial Knowledge, Franchising*

Literatura

1. Abhiyan, S.S., Nadu, T. (2008). *Active Learning Methodology*. Krishnamurti Foundation India Chennai, Partnership with The School
2. Alon, I., Alpeza, M. & Erceg, A. (2007). *Implementation of Franchising as a Business Model in Croatian Business Context*, rad predstavljen na konferenciji o franšiznom poslovanju u Rotterdamu 2007.
3. Bloom, B. S., Engelhart, M. D., Furst, E. J., Hill, W. H., & Krathwohl, D. R. (1956). *Taxonomy of educational objectives: the classification of educational goals; Handbook I: Cognitive Domain* New York, Longmans, Green, 1956 p. 150
4. Bonwell, C.C., Eison, J. A. (1991). *Active Learning: Creating Excitement in the Classroom*. <http://www.oid.ucla.edu/about/units/tatp/old/lounge/pedagogy/downloads/active-learning-eric.pdf> (Sačuvano: 15.4.2012.)
5. Brusić, A., Cvitanović, V., Gregov, Z., Kutnjak, V., Tomić, D., Žanić, V. (2009). *Poduzetništvo 1*. (Udžbenik). Zagreb: Veleučilište VERN', Biblioteka Business Class

6. Cavalier, J.C., Klein, J-D., Cavalier, F.J. (1995). Effects of Cooperative Learning on Performance, Attitude, and Group Behaviors in a Technical Team Environment. *Educational Technology Research and Development*, vol. 43, br. 3, str. 61-72. <http://www.springerlink.com/content/1042-1629/> (Sačuvano: 22.4.2012.)
7. Commission of the European Communities (2003). Green Paper: Entrepreneurship in Europe. Brussels, COM(2003) 27 final, http://europa.eu/legislation_summaries/other/n26023_en.htm (Sačuvano: 24.4.2012.)
8. Ćorić, G., Meter, J., Akalović Antić, J. (2011). Uvođenje e-learninga na izvanredni studij Veleučilišta Vern'. U: Plenković, M. (ur.): Društvo i tehnologija 2011. Zagreb: Hrvatsko komunikološko društvo, 214-226
9. Ćorić, G., Kukec, Lj. (2012). Izvedbeni plan kolegija Franšizno poslovanje. Interni dokument. Veleučilište VERN'
10. European Commission. (2011). Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor "A report on Teacher Education and Training to prepare teachers for the challenge of entrepreneurship education". (Final report) Bruxelles: Entrepreneurship Unit, Directorate-General for Enterprise and Industry. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/teacher_education_for_entrepreneurship_final_report_en.pdf (Sačuvano: 15.4.2012.)
11. European Commission. (2012). Effects and Impact of Entrepreneurship Programmes in Higher Education. Bruxelles: Entrepreneurship Unit, Directorate-General for Enterprise and Industry <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/documents/education-training-entrepreneurship/str>, (Sačuvano: 15.4.2012.)
12. Europski parlament i Vijeće Europske unije. (2006). Preporuka Europskog parlamenta i savjeta o ključnim kompetencijama za cjeloživotno učenje (od 18. 12. 2006). 2006/962/EC. Metodika. vol. 11, br. 20 (1/2010), str. 174-182. http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=92192 (Sačuvano: 15.2.2010)
13. Felder, R.M., Brent, R. (2009). Cooperative Learning. Department of Chemical Engineering, N.C. State University
14. Ferik Novaković, M., Bogdanović, M. (2011). Razvoj poduzetničke kompetencije kroz korištenje poslovnih simulacija. U: Tafra, V., Tafra, I. (ur.) Učenje za poduzetništvo (zbornik radova). Zagreb: Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje. 141-153
15. Harrison, R.T., Leitch, C.M. (2008). Entrepreneurial learning, conceptual framework and applications. *Routledge Studies in Entrepreneurship*, str. 315
16. Ikävalko, M., Ruskovaara, E., Seikkula-Leino, J. (2008). Rediscovering Teacher's Role in Entrepreneurship Education. Lappeenranta University of Technology Finland
17. Johnson, D.W., & Johnson, R.T. (1989). Cooperation and Competition: Theory and Research. Edina, MN: Interaction Book Company
18. Johnson, D.W., Johnson, R.T. & Smith, K.A. (1991). Active Learning: Cooperation in the College Classroom. Edina, MN: Interaction Book Company
19. Kaufmann, P.J., Dant, R.P. (1998). Franchising and the Domain of Entrepreneurship Research. *Journal of Business Venturing*, Vol. 14, br. 1, str. 5-16(12). Elsevier science inc.
20. Kolb, D.A. (1984). *Experiential learning - Learning: experience as the source of learning and development*. New Jersey, USA: Prentice-Hall
21. Kukec, Lj. (2009). Izazovi primjene franšiza kao modela širenja poslovanja u Hrvatskoj. Magistarski rad. Sveučilište J.J. Strossmayera, Ekonomski fakultet, Osijek
22. Lončar-Vicković, S., Dolaček-Alduk, Z. (2009). Ishodi učenja - Priručnik za sveučilišne nastavnike. http://www.unios.hr/uploads/49ishodi%20ucenja_prirucnik.pdf (Sačuvano: 14.4.2012)
23. Poslovni magazin Hrvatske gazele (2011). business.hr
24. Prince, M. (2004). Does Active Learning Work? A Review of the Research. Bucknell University, Department of Chemical Engineering, vol. 93(3), str. 223-231
25. Robson, J. (2011). Active Teaching and Learning. <http://w3.gre.ac.uk/~bj61/talessi/at1.html> (Sačuvano: 20.4.2012.)
26. Senegović, I., Ćorić, G., Bautović, M. (2011). Podučavanje poduzetništva – kako učiti od drugih na primjerima dobrih praksi programa za razvoj obiteljskog poduzetništva. U: Tafra, V., Tafra, I. (ur.) Učenje za poduzetništvo (zbornik radova). Zagreb: Visoka škola za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje. 391-403
27. Shane, S.A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship*. Cheltenham, Edward Elgar

28. Shane, S.A. (2005). *From Ice Cream to the Internet: Using Franchising to Drive the Growth and Profits of Your Company*. Pearson Education Inc., str. 105.
29. Sharan, S. (1980). *Cooperative Learning in Small Groups: Recent Methods and Effects on Achievement, Attitudes, and Ethnic Relations*. *Review of Educational Research*, vol. 50, str. 241-272
30. Singer, S., Šarlija, N., Pfeifer, S., Borozan, Đ. & Oberman Peterka, S. (2007). *Global Entrepreneurship monitor: Što čini Hrvatsku poduzetničkom zemljom, Rezultati GEM 2006- za Hrvatsku*. CEPOR, Zagreb, str. 71
31. Slavin, R.E. (1990). *Cooperativel Earning: Theory, Research and Practice*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
32. Slavin, R.E. (1991). *Student Team Learning: A Practical Guide to Cooperative Learning*. Englewood Cliffs, NJ. NEA Professional Library
33. Stevenson, H. (1993). *The Nature of Entrepreneurship*. U: Abell, D., Köllermeier, T. ur. *Dynamic Entrepreneurship in Central and Eastern Europe*. 2nd edition. The Hague: Delwel Publishers
34. Stevenson, H., Hamermesh, R., Marshall, P.W. & Roberts, M.J. (2002). *Entrepreneurship: It can be Taught*. HBS New Business. <http://hbswk.hbs.edu/item/2905.html> (Sačuvano: 20.4.2012)
35. Timmons, J.A., & Spinelli, S. (2003). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century*, 6th int'l ed., McGraw Hill, N.Y.
36. VanWinkle, R. (2005). *Active Teaching – Active Learning, Teaching Techniques and Tools*. Oregon State University. <http://extension.oregonstate.edu/catalog/4h/4-h0259l.pdf> (Sačuvano: 20.4.2012)
37. Whetten, D.A. & Cameron K.S. (2005). *Developing Management Skills*, 6th (international) edition. Pearson Prentice Hall – Pearson Education International