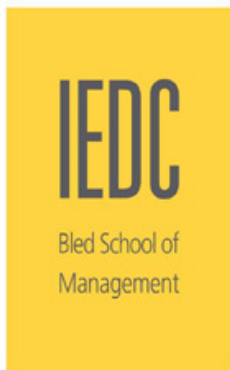




Martina Ferik prodekanica je za razvoj i međunarodnu suradnju u *Visokoj školi za ekonomiju, poduzetništvo i upravljanje Nikola Šubić Zrinski* i direktorica *Inovacijsko razvojnog centra Zrinski*. Gost je predavač na *Sveučilištu Lehigh University* (Iacocca Institute) u SAD-u i koordinator projekata za provedbu nacionalne *Strategije za učenje za poduzetništvo 2010-2014*.

Powered by:



A School with a View

Kreativnost i inovativnost u obrazovanju za poduzetništvo studenata

Martina Ferik

Nositelji tako nužnih gospodarskih promjena sutrašnjice su u školama danas. Zbog toga je bitno učiti mlade ljude na način da budu spremni participirati u gospodarstvu kakvo će biti sutra. To predstavlja izazov za obrazovne institucije, osobito one koje se specifično bave poduzetništvom. Konkretno to od obrazovnih institucija nalaže da anticipiraju promjene koje će se dogoditi i kompetencije koje će gospodarstvo trebati kako bi mladi ljudi našli ili stvorili posao. Ukoliko se uzme u obzir da je dio malih i srednjih poduzeća u obimu gospodarskih subjekata 97-99%, itekako je razumljiva izrazita orijentacija obrazovanja na poticanje poduzetništva. U užem se smislu poduzetništvo definira kao pokretanje i upravljanje poslovnim subjektom. Međutim, u širem je smislu poduzetništvo u funkciji razvijanja poduzetničkih sklonosti, vještina i sposobnosti, što uključuje i razvoj određenih odlika osobnosti poput stvaralaštva, inicijativnosti, samostalnosti, odgovornosti i drugih kvaliteta, te usvajanja osnovnih ekonomskih koncepata (*Strategija učenja za poduzetništvo, 2010.*).

Gospodarstvu su potrebni kreativni i inovativni mladi ljudi. Kreativnost je proces dolaženja do novih ideja, a inovativnost je sposobnost njihovog realiziranja. Kako bi se razvijala kreativnost i poticala inovativnost, nužno je u tom smjeru postaviti i graditi sustav *obrazovanja za poduzetništvo* studenata. Kreativnost je mentalni proces koji uključuje stvaranje novih ideja, pojmova, ili rješenja problema, ili novih poveznica između postojećih ideja ili pojmova.

Kolokvijalno kreativnost možemo definirati kao:

- stvaranje ili predlaganje nečeg djelomično ili sasvim novog;
- stvaranje postojećeg predmeta s novim svojstvima ili karakteristikama;
- zamišljanje novih mogućnosti koje još uvijek nitko nije osmislio;



- gledanje ili izvođenje nečeg na sasvim drugačiji način od onog načina koji se prije smatrao normalnim ili mogućim.

Kreativnost je stoga stvaranje novih ideja kroz povezivanje starih informacija na nov način. Bitno je naglasiti da se kreativnost može učiti i razvijati. Također je bitno razumjeti da je za kreativnost kao i za bilo koje druge vještine, potrebno uložiti vrijeme, ustrajnost i interes. Razlučujemo kreativne osobe, kreativni proizvod, kreativni proces i kreativnu okolinu. (Rhodes)

Etimološki, termin inovacija potiče od latinske riječi *innovare* što znači "napraviti nešto novo". Inovacija u suštini predstavlja unapređenje tehnologije. Konkretno, inovacija je novi proizvod, usluga, proces ili tehnologija nastala primjenom vlastitih ili tuđih rezultata znanstveno-istraživačkog rada, otkrića i saznanja, kroz vlastiti koncept, ideju ili metodu za njeno stvaranje, koja je sa odgovarajućom vrijednošću plasirana na tržište.

Peter Drucker navodi: "Poduzetništvo se zasniva na prepoznavanju prilika za inovacije i njihovu najbržu moguću tržišnu i ekonomsku valorizaciju. Inovacije kreiraju resurse". Upravo zbog toga možemo konstatirati da je inovacija u širem smislu riječi svaki zahvat kojim se smanjuju inputi, tj. troškovi proizvodnje i administracije, povećava [produktivnost](#) ili iskorištenje opreme ili vremena, poboljšava kvaliteta proizvoda ili usluga, povećava sigurnost, smanjuje škart, unaprijeđuje plasman i drugo, odnosno svaka mjera koja vodi ka porastu konkurentnosti. Osobito je važna uloga inovacija u poduzetništvu, pa se [poduzetništvo](#) i definira kao trajno nastojanje da se traženjem inovacija i njihovom komercijalizacijom ostvari [profit](#). Sukladno prethodnim konstatacijama, inovacije u širem smislu riječi obuhvaćaju organizacijske, poslovne, administrativne i druge vrste inovacija, od sitnih korisnih ideja do krupnih zahvata reorganizacije ili izmjena poslovne politike.

Osnovna zadaća obrazovanja za poduzetništvo su kompetentni, konkurentni i poduzetni ljudi. Oni su zapravo klijenti obrazovnim institucijama. Obzirom da brojnost obrazovnih institucija raste, borba za klijentima je sve žešća. Pri izboru adekvatne obrazovne institucije, osim renomea, klijenti traže ishode tj. kompetencije koje će imati po završetku obrazovanja, a koje će se ogledati u njihovoj poslovnoj uspješnosti.

Kompetencija je rezultat obrazovnog procesa, a može se mjeriti njihovom uspješnošću poslije, ali i za vrijeme studiranja. Ukoliko se poduzetništvo promatra u širem smislu kao niz karakteristika ličnosti, znači da su oni poduzetni neovisno o tome osnovali svoje poduzeće ili radili u nekom drugom. Upravo zbog činjenice da je poduzetnost danas postalo način života pojedinca, tj. jedna od temeljnih pretpostavki uspješnog života pojedinca i društva, poduzetnička je kompetencija proglašena jednom od temeljnih kompetencija potrebnih za život i rad u društvu znanja koju putem obrazovanja treba osigurati svakom pojedincu (Europska komisija). Obrazovanje za poduzetništvo koje je usmjereno na kreiranje novog, inicijativnost sudionika obrazovnog procesa, njihova samostalnost, spremnost na preuzimanje rizika i ostale karakteristike o kojima je prethodno bilo riječi, zahtijevaju i odgovarajuće metode poučavanja.

U cilju obrazovanja poduzetnog studenta, nužno je nju/njega staviti u centar obrazovnog procesa. Maknuti svjetlo sa profesora/nastavnika i pustiti studenta da traži odgovore. Naravno da je teorija bitna. No poslovanje i vođenje poduzeća ima svoja pravila. Student ukoliko traži odgovore na pitanja i traži odgovore s tim motivom, a ne samo s motivom da prođe ispit, dulje pamti materiju jer odmah prepoznaje njenu uporabnu vrijednost. Inače najčešće zaboravlja naučeno. Naime promjena fokusa studenta s predavača na usvajanje znanja u cilju rješavanja zadataka pruža mogućnost za stvaranje odgovarajuće interakcije između obrazovnog sadržaja, studenta i predavača.

Hrvatski zavod za zapošljavanje je zbog činjenice da su mladi po završetku studija teško zapošljivi lansirao program *Stručno osposobljavanje za rad bez zasnivanja radnog odnosa* što je izvrsna ideja te se mladima za 1.600,00 kn pruža prilika za dobivanje prvog radnog iskustva. No pitanje koje se postavlja vezano za



visokoobrazovani kadar: Koja su oni praktična znanja stekli tijekom studiranja (3-5 godina) te koje je upotrebne vrijednosti stečeno znanje u odvijanju radnog procesa s aspekta poslodavca?

Upravo zato učiti i stjecati vještine poduzetništva kroz rad je izuzetno efikasan, kompetencijama usmjeren model studiranja. Predavačima na raspolaganju stoji veliki "arsenal" aktivnih metoda učenja i poučavanja kao što su problemska nastava, projektna nastava, poslovne simulacije, poslovne igre, terenska nastava i mnoge druge. Također, mogu se koristiti metode brainstorminga, govornog lanca, sjedenja u krugu, dramskih igara, upotrebe multimedije itd. Tim aktivnim metodama često prethodi *ex cathedra* ili tradicionalan pristup učenja teorije, no i ne mora. Student može učiti i teoriju, a da uopće nema osjećaj da uči, nego da rješava odgovarajući zadatak. Upravo zato jedinstvom primjene sadržaja i odgovarajućih aktivnih metoda učenja postižu se obrazovni ciljevi, a usvojenost znanja i sposobnosti uvelike ovisi o korištenim nastavnim metodama.

Kako bi se usvojenost znanja i sposobnosti podigla, potreban je i viši stupanj nastavnčkih kompetencija. Upravo zato obrazovno okruženje igra važnu ulogu u stjecanju znanja i kompetencija. Obrazovanje za poduzetništvo studenta stavlja u sam centar zbivanja jer drugačije ne može postići zadovoljavajuću razinu kompetencije potrebne da opstane u tržišnim uvjetima. U cilju stjecanja vlastitog samopouzdanja za upravljanje poduzećem ili nekim njegovim dijelom, najbolji obrazovni rezultati postižu se primjenom integrativnog učenja, kooperativnog učenja i učenja putem otkrivanja. Navedeni koncepti usvajanja kompetencije primjereni su dinamičkoj prirodi tržišnog poslovanja i razumijevanju i ovladavanju svih njegovih pojavnih oblika. Bitno je naglasiti da poduzetničko obrazovanje studenata zahtijeva sustavan i suptilan pristup jer zadire i u samu ličnost osobe.

Poticanje i razvijanje kreativnosti i inovativnosti studenata u cilju podizanja poduzetničkog kapaciteta mogu uspješno realizirati samo predavači s uspješnom poslovnom karijerom. Ovdje se prije svega radi o vjerodostojnosti predavača-mentora. Kao što je u uvodu bilo naznačeno, kompetentni mladi ljudi su cilj obrazovanja za poduzetništvo. Kompetencija se sastoji od znanja, vještina i stavova. Znanje se može dobiti tijekom procesa stjecanja vještine. Vještina se dobiva isključivo radom i vježbanjem. Poduzetništvo je provođenje ideje u djela (Europska komisija). Stavovi se teško mijenjaju, mijenjaju se na osnovi iskustva. Stav u odnosu na rad se mijenja radom. Po svemu sudeći je obrazovanje za poduzetništvo najefikasnije realizirati kroz poduzetnički poduhvat.

Kako? Pustiti studente u samostalno vođenje poslovanja. Pustiti ih da iskuse padove, da griješe dok su u sigurnim rukama predavača-mentora koji znaju kako se nositi s izazovima turbulentnog poslovnog svijeta. Greške za vrijeme studiranja se puno manje plaćaju nego one poslije kada samostalno krenu u poslovanje. A najteže su prve 3 godine u poslovanju kada je ključno upotrijebiti vlastitu kreativnost i inovativnost. Poslovni proces u obrazovanju može biti virtualan ili stvaran. Simulacije se zbog izrazitog rizika realizacije same aktivnost koriste u obrazovanju vojnika, pilota i liječnika. Nužno je da oni steknu vještinu prije nego što mogu preuzeti odgovornost za živote drugih ljudi. Obzirom da je rizik u poslovanju sve veći, poslovne simulacije predstavljaju izrazito efikasan način obrazovanja jer putem njihovog korištenja studenti dobivaju vještinu, a nema rizika. Uz virtualan može se koristiti i stvaran model obrazovanja na način da se studentima omogući vođenje projekata i stvarnih studentskih poduzeća. U tom slučaju oni, uz nadgledanje procesa od strane profesora, imaju najbolje iskustvo jer su aktivni sudionici u gospodarskim procesima.

Nevisno o tome koriste li visokoškolske institucije u procesu obrazovanja za poduzetništvo virtualne ili stvarne modele obrazovanja studenata, ključno je omogućiti profesoru/nastavniku ulogu trenera. Tada su studenti u mogućnosti razvijati svoju kreativnost i inovativnost u studentskim projektima i/ ili studentskim poduzećima. Obrazovni proces tada postaje nenametljiv i fleksibilan, didaktički i metodički izbalansiran i prilagođen suvremenim zahtjevima. Takvom se pristupom potreba za trenerom itekako



aktualizira. Što je veći stupanj samostalnosti u radu studenata, to je odgovornost i značaj predavača-trenera veći.