

Výchova k podnikavosti na středních školách

OBSAH

Výchova k podnikavosti na základních školách.....	1
PROGRAMY JUNIOR ACHIEVEMENT PRO STŘEDNÍ ŠKOLY	1
FIKTIVNÍ FIRMY NA STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH.....	4
PODNIKATELSKÉ KROUŽKY NA STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH	6
PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE.....	7
Použitá literatura.....	19

PROGRAMY JUNIOR ACHIEVEMENT PRO STŘEDNÍ ŠKOLY

JA peníze

Tento program by měl pomoci mladým lidem naučit se nakládat s vlastními finančními prostředky, rozvíjet schopnosti a dovednosti potřebné pro orientování se ve světě financí.

Výukový program obsahuje následující celky:

- vznik a vývoj peněz,
- měnová soustava,
- měnová politika,
- bankovní instituce a jejich funkce,
- moderní platební nástroje,
- hlavní zdroje příjmů,
- naše příjmy a výdaje,
- studentské finance,
- životní jistoty a peníze,
- ochrana spotřebitele,
- práce s informacemi.

Součástí každé kapitoly je test a úlohy k ověření nabytých znalostí. Aplikace je přístupná na adrese www.japenize.cz.

Počítačová simulace JA Titan

Jedná se o výukový předmět založený na řídicím a ekonomickém simulačním cvičení ukazující studentům problematiku v rozhodování ve firmě a pomáhá jim pochopit základní tržní principy. Studenti jsou rozděleni do skupin (firem), které existují na stejném trhu, prodávají stejný výrobek a navzájem si konkurují.

Cílem je naučit studenty využívat získané teoretické poznatky ke strategickému ekonomickému myšlení, porozumět finančním zprávám (rozvaze, výsledovce a toku hotovosti), naučit analyzovat chování konkurenčních subjektů (firem) a tomu přizpůsobit rozhodování ve vlastní firmě.

Výukový předmět obsahuje:

- seznámení se strukturou a obsahem finančních zpráv,
- seznámení se softwarem hry JA TITAN a rozhodovacími parametry,
- vlastní úpravu simulace,
- analýzu chyb,
- pochopení a procvičení úspěšných herních strategií.

Tato simulace k dispozici v moderní e-learningové podobě na adrese <http://titan.ja.org>.

Studentská společnost JA (JA firma)

Studenti v rámci výuky tohoto předmětu založí vlastní obchodní společnost, jež funguje pod vedením učitele případně i konzultanta. Studentská společnost JA umožňuje účastníkům proniknout do problematiky fungování společnosti od jejího založení až po likvidaci. Jedná se o reálnou činnost, nikoliv fiktivní.

Cílem je rozvinout schopnost studentů pracovat v týmu, komunikovat, samostatně organizovat a rozhodovat, nést odpovědnost za svá rozhodnutí, zprostředkovat studentům kontakt s představiteli obchodního světa.

Předmět zahrnuje:

- výběr výrobku či služby, kterou bude Studentská společnost JA poskytovat,
- sestavení právního rámce Studentské společnosti JA,
- vytvoření podnikatelského plánu,
- získání kapitálu,
- sestavení managementu společnosti,
- rozdělení pracovních úkolů,
- výroba produktů nebo poskytování služeb,
- vedení účetnictví,
- likvidace společnosti,
- sestavení výroční zprávy.

JA Inkubátor junior

Projekt je zaměřen na zvyšování motivace studentů středních škol prostřednictvím motivačních a tematických seminářů. Po absolvování výuky dochází u studentů k rozvoji řady klíčových kompetencí, které jim usnadní vstup na trh práce. Pro přípravu JA doporučuje využít Studentskou společnost JA.

Cílem je motivovat žáky středních škol k pozitivnímu a kreativnímu myšlení, úspěchu a odvaze realizovat své originální nápady. Výukový předmět se skládá z motivačních a tematických seminářů nesoucích tyto názvy:

- Práce s nápadem,
- Práce v týmu,
- Jak prodat nápad,
- Prezentační dovednosti,
- Event management,
- Zodpovědné podnikání,
- Business etiketa.

Materiály mohou být použity ve výuce libovolně, dle potřeb školy nebo vyučujícího. Jsou dostupné po vyplnění přihlášky na www.jacr.cz nebo po zaslání žádosti na e-mail jacr@jacr.cz.

Etika v podnikání

Výukový předmět s možností mezinárodní spolupráce Etika v podnikání poskytuje studentům z celého světa příležitost zapojit se do studentských diskusí z oblasti etiky v podnikání prostřednictvím moderních komunikačních metod, především pomocí internetu a e-mailové pošty.

Cílem je prostřednictvím skupinových diskusí nejprve ve třídě a později v případě zájmu se zahraniční partnerskou školou umožnit studentům praktický nácvik etického rozhodování v podmínkách tržní ekonomiky a rozvíjet etické cítění studentů. Existuje zde příležitost porovnat aspekty odlišných kulturních a sociálních prostředí a porozumět jim.

Předmět se skládá z 12 případových studií, každá je zaměřena na jeden tematický celek. Názvy jednotlivých celků jsou:

- Co je etika,
- Základní hodnoty,
- Osobní hodnoty,
- Osobní žebříček hodnot,
- Hlavní hodnoty v praxi – jak morálně rozhodovat,
- Nesoulad mezi hodnotami – proč je tak těžké udělat správnou věc,
- Překážky v cestě ke správnému rozhodování – 4 druhy motivace,
- Osobní hodnoty a etika v podnikání,
- Etika v podnikání ve vztahu ke společnosti,
- Podnikání, společnost a svět,
- Proč vaše budoucnost záleží na etice,
- Etika – kdo jste a kým se stáváte.

Jako materiály slouží případové studie, metodika pro učitele, slovník a další materiály jsou k dispozici v elektronické podobě a v českém a anglickém jazyce. Učitelům jsou zpřístupněny po přihlášení školy k výuce.

FIKTIVNÍ FIRMY NA STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH

Fiktivní firma je nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí žáků středních a vyšších odborných škol. Poskytuje jim možnost aktivně rozvíjet své obchodní dovednosti a znalosti. Jedná se o virtuální společnost, která je vedena, jako by skutečně existovala. Simuluje reálné procesy, produkty a služby.

V českých podmínkách je zakládána žáky pod dohledem jejich vyučujícího a ve spolupráci s **Centrem fiktivních firem** (<https://cefifportal.nuv.cz/>), které výuku ve fiktivní firmě koordinuje. V zahraničí se fiktivní firmy používají i pro vzdělávání dospělých. Kromě studentů vyšších odborných a vysokých škol jimi procházejí i nezaměstnaní v rekvalifikaci, handicapovaní lidé, ženy vracějící se z mateřské dovolené nebo třeba vězni.

Fiktivní firma odpovídá reálné společnosti svojí formou, strukturou a funkcí, řídí se stejnými právními předpisy, využívá stejné podklady z hospodářské praxe. Fiktivní firmy spolu obchodují navzájem podle běžných obchodních zvyklostí. Její pracovníci uskutečňují všechny základní podnikové činnosti, jako jsou např.:

- nákup, prodej, reklama
- písemný i telefonický hospodářský styk
- fakturace a účtování
- činnosti podnikového sekretariátu

Cílem výuky ve fiktivní firmě je trénovat iniciativu, samostatnost a také poskytnout žákům znalosti, jak založit a vést obchodní společnost nebo živnost. Žáci se učí pracovat v týmu, přijímat odpovědnost, rozvíjet iniciativu a zlepšovat své měkké a také odborné dovednosti. Důležitý je i trénink prezentace výsledků jak svých, tak celé společnosti.

Práce ve fiktivní firmě integruje jednotlivé odborné ekonomické předměty a poskytuje žákům znalosti a dovednosti, které upotřebí při zakládání vlastní firmy, nebo které jim umožní získat zaměstnání po dokončení jejich vzdělávání. Předmět fiktivní firma je ideálním řešením učební praxe.

Ačkoliv nejsou používány reálné peníze, ale fiktivní, ostatní akce probíhají ve stejné podobě, jako je tomu v reálném světě – firmy jsou zakládány podle stejné legislativy jako reálné společnosti, živnostenské listy jsou vydávány, povinné odvody placeny, platební příkazy jsou zadávány, faktury vystavovány, účty vedeny, mzdy vypláceny. Fiktivní firma používá nástroje marketingu jako je průzkum trhu, reklama, připravuje se na veletrhy.

Fiktivní firma často spolupracuje s reálným podnikatelským subjektem – prodává jeho výrobky, poskytuje jeho služby, nese jeho jméno nebo svým jménem sponzora připomíná. Na oplátku dostává propagační předměty, rady a někdy i technickou a materiální pomoc.

Výhody pro reálné firmy plynoucí ze spolupráce s firmou fiktivní:

- Dobře připravená pracovní síla
- Snížené náklady na vyhledávání nových zaměstnanců
- Snížení času nutného na zapracování
- Vyvarování se chybám při umísťování nových pracovníků
- Dobré public relations
- Možnost volně otestovat průzkum trhu pro nové výrobky

Fiktivní firmy škol mohou mezi sebou i soutěžit. Každoročně je vyhlašována celostátní soutěž fiktivních firem sítě CEFIF, do které se mohou školy přihlásit. Vítěz získává finanční odměnu a dále jsou losované věcné ceny, za každých 15 firem v soutěži je vylosována 1 věcná cena. Vítěz je vyhlašován na mezinárodním veletrhu. Školy se mohou také hlásit do mezinárodních soutěží fiktivních firem (více např. zde: <https://www.helvartis.ch/en/>).



(Veletrh fiktivních firem. Zdroj: <https://sokolin.cz/veletrh-fiktivnich-firem-v-praze>)

PODNIKATELSKÉ KROUŽKY NA STŘEDNÍCH ŠKOLÁCH

Podnikatelské kroužky na středních školách mohou být součástí neformálních aktivit, které škola realizuje. Vhodným ročníkem pro rozvoj podnikatelských dovedností žáků je 1. – 2. ročník. V případě, že by škola chtěla realizovat aktivitu **fiktivních či reálných firem**, je vhodné tuto aktivitu realizovat ve 3. – 4. ročnících, kdy jsou již ve třídách přítomni žáci, kteří dosáhli věku 18 let, a mohou tedy projít procesem zaregistrování případné firmy.

Realizací kroužků na školách dochází k inovaci výchovně-vzdělávacích metod v podobě zavedení projektové výuky pro oblast podnikatelských dovedností.

V rámci realizace kroužků si žáci středních škol procvičí mimo jiné i tyto dovednosti:

- a) rozvoj komunikačních kompetencí (nepřipravený mluvený projev)
 - b) rozvoj prezentačních dovedností
 - c) rozvoj schopnosti řešit problémy
 - d) rozvoj schopnosti činit rozhodnutí
 - e) rozvoj schopnosti plánovat
 - f) obchodní dovednosti
 - g) marketingové činnosti
 - h) finanční gramotnost
 - i) organizace času – časový management
 - j) rozvoj kreativních dovedností
 - k) rozvoj zručnosti
 - l) rozvoj asertivních schopností
 - m) řešení konfliktů
 - n) rozvoj týmové spolupráce
- kriticky myslet, vnímat problémy v okolí, nacházet inovativní podnikatelská řešení, aplikovat získané znalosti a dovednosti mezipředmětově
 - rozvoj podnikatelského myšlení
 - rozvoj společenské zodpovědnosti
 - rozvoj vnímání trvalé udržitelnosti

V rámci aktivit v podnikatelských kroužcích dochází rovněž k rozvoji mezipředmětových vztahů, zejména v těchto předmětech:

Český jazyk, matematika, ICT, zeměpis, občanská výchova, etická výchova, mediální výchova.

PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE

V následující části je podán přehled podnikatelských kroužků a aktivit na podporu podnikavosti žáků na středních školách, které vznikly v rámci různých (zejména evropských) projektů realizovaných v posledních letech v České republice.

Projekt Rozvoj podnikatelských dovedností žáků (ROPODOV)

Prvním z nich je realizace podnikatelských kroužků na základních a středních školách v Olomouckém kraji v rámci realizace ESF projektu *Rozvoj podnikatelských dovedností žáků* (ROPODOV), CZ.1.07/1.1.25/03.011, jehož řešitelem byla Univerzita Palackého v Olomouci a který byl realizován v průběhu roku 2014.

Jednalo se o pilotní projekt, v rámci kterého se jednotlivé školy teprve seznamovaly s problematikou výchovy k podnikavosti a se samotným tématem podnikání. Byla zvolena forma mimoškolní zájmové činnosti – podnikatelských kroužků, která umožňuje jednak přirozenější zapojení jednotlivých žáků, jednak nejsou kladeny v těchto počátečních fázích, kdy se jednotlivé základní školy s touto tematikou teprve seznamují, tak velké nároky na dodržení požadovaných učebních výstupů, jako je tomu v případě školních vzdělávacích programů. Tento přístup se ukázal být jako velmi prozíravý, neboť žáci i učitelé byli nuceni obsáhnout celou řadu nových poznatků, ale zároveň zvládnout řadu nových dovedností, včetně vlastní výroby zvolených produktů. Jako problematický se v podmínkách řešení ESF projektu ukázal zejména nastavený systém financování, neboť základní školy nebyly do projektu zapojeny jako partneři s finanční účastí, tudíž veškerá správa financí musela být realizována zdlouhavě přes řešitele projektu – Univerzitu Palackého, která má nastavena specifická pravidla pro objednávkový systém, jenž je v řadě konkrétního zboží nastaven na principu hromadných objednávek za univerzitu jako celek. Také nastavení samotných pravidel financování ESF projektu značně limitovalo rychlost dodávání materiálu pro kroužky, neboť nebylo možno nakupovat za hotové peníze, ale pouze fakturačně, a zároveň také docházelo ke zpoždění předávání finančních prostředků ze strany dotačního orgánu. Nedořešena je v rámci projektové dotační politiky také problematika nakládání s finančními prostředky, které by žáci získali z podnikatelské činnosti. S ohledem na možné komplikace v této oblasti jsme zvolili formu vydání fiktivních peněz, tzv. inovačních korun, se kterými školy nakládaly v rámci prodej výrobků na předvánočních akcích, které byly na daných školách pořádány.

Přes uvedené obtíže se školy svého zadání zhostily velice dobře, a ačkoliv měly na realizaci podnikatelského záměru vymezen velmi omezený čas, neboť celý projekt byl realizován pouze po dobu 9 měsíců roku 2014, úspěšně zvládly všechny naplánované fáze a v rámci předvánočních trhů na svých školách zrealizovaly prodej vyrobených produktů.

Na každé škole pracoval v kroužku učitel dané školy, který buď sám kroužek vedl, nebo v něm vykonával pedagogický dozor. V každém kroužku zároveň pracoval mentor zkušený pedagog s dlouholetou praxí, který vedl řadu studentských minipodniků na středních školách a zároveň pracoval jako lektor společnosti Junior Achievement. V rámci realizace kroužků navštívili školy

také zkušenosti podnikatelé z Olomouckého kraje, kteří předávali žákům své zkušenosti a pomáhali jim projít jednotlivými fázemi podnikatelského záměru.

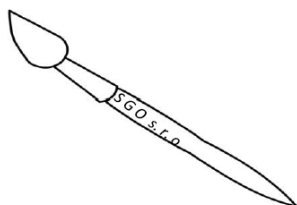
Na závěr projektu školy zpracovávaly zprávu o činnosti svého kroužku, níže je prezentována jako příklad zpráva Slovanského gymnázia v Olomouci:

SLOVANSKÉ GYMNÁZIUM, PASTEUROVA 19, OLOMOUC

1 Základní informace o sdružení

Název organizace:	SGO, s.r.o
Adresa organizace:	Pasturova 19, 772 00 Olomouc
Právní forma organizace:	obchodní společnost
Sídlo organizace:	učebna VV, Pasturova 19, 772 00 Olomouc
Personální zajištění organizace:	 Prezident: Gabriela Piáčková Výrobní ředitel: Sára Řihošková Finanční ředitel: Barbora Bartovská Personální ředitel: Veronika Rychlá Marketingový ředitel : Natálie Rudolfová

Logo sdružení:



2 Vize, poslání a cíle sdružení

Jsme obchodní společnost, která si klade za cíl oživit rukodělné činnosti na půdě gymnázia, protože této činnosti není v našich osnovách věnována patřičná pozornost a chceme tím dokázat, že se umíme uživit i rukama, a nejen hlavou. Ve vyučovacích předmětech nám totiž chybí předmět zaměřený na pracovní činnosti, příp. management, a my pak nevíme, co dělat s rukama. Cítíme, že naše ruce jsou nevyužity. Tak jsme je zaměstnaly.

Na naší škole jsme nenašly konkurenci, zpočátku naši činnost provázely rozpaky ze strany některých spolužáků nebo ze strany některých vyučujících, dokonce i posměch. Ale velmi brzy jsme všechny našimi výrobky přesvědčily o šikovnosti našich rukou a nápaditosti našich hlav.

Chci podotknout, že členy naší obchodní společnosti jsou pouze dívky a všechny naše výrobky byly vyrobeny ručně a za použití výhradně přírodních materiálů. Při výběru jsme vycházely ze současných moderních trendů.

Mezi spolužáky se největším lákadlem staly plátěné tašky, které jsme zdobily různými technikami a byly skutečně IN. Učitelé, rodiče a zájemci o studium, kteří se účastnili Dne otevřených dveří, v průběhu kterého jsme výrobky prodávaly, zaujaly plstěné postavičky, hlavně tučňáků. Určitě to bylo dáno tím, že se na podzim uskutečnila v kinech premiéra filmu Tučňáci z Madagaskaru. Tím bylo potvrzeno, že volba výroby tučňáků byla správná. Dokonce postaviček tučňáků byl nedostatek. V tomto případě jsme nenaplnily poptávku a brzy jsme musely napsat Vyprodáno.

Zde si může někdo položit otázku, proč tak málo výrobků z některé kategorie, např. plstěných výrobků. Jedná se o výrobky, které jsou na výrobu časově velmi náročné. Výroba jednoho tučňáka se pohybuje v rozmezí asi 3,5 hodiny. Pouze lidé, kteří si vážící ruční výroby, vědí, o jak časově náročnou činnost se jedná. Nicméně, na kvalitně odvedenou práci našich rukou jsme vsadily.

3 Vyhodnocení finančního plánu

Přímé vklady do sdružení činily 3 081 Kč. Dle správného podnikatelského záměru měl zisk z prodeje výrobků pokrýt vstupní náklady a nákup materiálu pro další možnou výrobu. Při závěrečném hodnocení jsme byly příjemně překvapené.

4 Vyhodnocení marketingového plánu

Po vyhodnocení všech záznamů a účetních dokladů jsme se dopracovaly k následujícím závěrům.

Prodaných výrobků

taška plátěná	60 ks
tučňák plstěný	4 ks
brož zvíře	44 ks
minisek v krabičce	11 ks
anděl plstěný	9 ks

Výrobků na skladě

motýl plstěný	1 ks
taška plátěná	10 ks
anděl plstěný	3 ks

Jak je ze srovnání vidět, největší zájem byl o brože. Z celkového počtu vyrobených 50 ks se prodalo 44 ks, co představuje celých 88 %.

Dalším velmi zajímavým artiklem byly plátěné tašky. Z celkového počtu 70 ks se prodalo 60 ks, což představuje 85 %. Plstění tučňáci byli sice nejúspěšnější v poměru vyrobených a prodaných kusů, jejich úspěšnost prodeje byla 100%, ale při tak malém počtu by objektivita úspěšnosti asi nebyla správná. Stejně jako tučňáci, jsou na tom i minísci. Jejich prodejnost byla opět 100%, ale při počtu 11 ks.

Motýl, ačkoliv byl pouze jeden, nenašel svého nového majitele. Zajímavým zjištěním byl i prodej andělů. Ačkoliv se jarmark uskutečnil na počátku adventu, z počtu 9 andělů se prodalo pouze 6 ks, tj. 33%. Neuvádíme zde ještě jeden neprodaný výrobek a tím je náš maskot – slonice. Byl velmi pracně vyroben, ale nebyl nabídnut k prodeji. Zůstává ve firmě.

K závěrečnému hodnocení ještě patří jedna poznámka. Žáci sice prodávali své výrobky, ale za prodej obdrželi tzv. inovační korunu. Byly to fiktivní peníze, které nahrazovaly peníze skutečné.

5 Vyhodnocení výrobního plánu

Název výrobku	Předpokládaný prodej (v ks)	Skutečný prodej (v ks)
taška plátěná	50 ks	60 ks
tučňák plstěný	4 ks	4 ks
brož	40 ks	44 ks
minísek	11 ks	11 ks
anděl	9 ks	6 ks

6 Rentabilita

Nebo také výnosnost znamená schopnost dosahovat výnosu (zisku a pod.) na základě vložených prostředků. Ukazatel výnosnosti nebo efektivnosti hospodaření se vypočte jako poměr výnosu (zisku) k vynaloženým prostředkům (investice a náklady) a vyjadřuje obvykle v procentech. Je to jeden ze základních ekonomických pojmů a jedno z hlavních kritérií hospodářského podnikání. Rentabilita vyjadřuje, kolik korun zisku připadá na jednu korunu vlastního kapitálu.

V našem případě jsme rentabilitu vypočítaly následovně:

$$\text{rentabilita} = \text{tržba} - \text{náklady} / \text{náklady} \times 100$$

$$\text{rentabilita} = 4\,1014 - 3\,081 / 3\,081 \times 100 = 34,3 \%$$

7 Prodej produktů v grafech

Silné stránky - S	Slabé stránky - W
S1 - přiměřená cena S2 - pestrost, originalita S3 - ruční práce S4 - nadšení	W1 - ostýchavost W2 - nezkušenost
Příležitosti - O	Hrozby - T
O1 - výroční (příležitostné) trhy	T1 - nezajímavý (špatně zvolený) výrobek T2 - přesycený trh

Silné stránky:

Naše sdružení rozhodně nabídlo kupujícím pestrou řadu vkusných výrobků. Brože vyvolaly velký ohlas mezi vyučujícími francouzské sekce. Plátěné tašky zase zaujaly studenty a maminky. Velkou roli také sehrála pestrost výrobků a cenová variabilita.

Příležitosti:

Zavedení podnikatelského kroužku bylo první příležitostí pro studentky, jak ekonomicky využít šikovnosti svých rukou. Kroužek se stal inspirací pro mladší žáky a mohl by se stát tradicí na půdě tzv. nižšího gymnázia. Rozhodně se pokusíme opět přijít s něčím novým na velikonoční jarmark nebo alespoň inovovat nabídku do dalších let.

Slabé stránky:

Mezi slabé stránky našeho sdružení patřila počáteční ostýchavost a nezkušenost studentek, a to především v marketingové činnosti. Rozhodně je to fakt, který se dá odstranit hlavně zkušeností.

Hrozby:

Hrozby našeho sdružení vidíme v přesycení trhu a ve špatně zvoleném výrobku. Je důležité sledovat poptávku a požadavky kupujících, módní trendy, materiály, roční dobu.

8 Zhodnocení činnosti

Současná situace sdružení je poměrně příznivá, u studentek ještě setrvává nadšení k činnosti a tvořivosti. Je zapotřebí ale podpořit nejen tvořivost, ale i podnikavost a průbojnost, která některým chybí.

9 Hodnotící zpráva učitele kroužku

Dívky k rukodělným aktivitám přistupovaly velmi kladně a s nadšením. Tato skutečnost může být dána prostředím gymnázia, kdy není v osnovách věnován prostor pracovním činnostem a studenti v průběhu svého studia tento předmět na půdě školy postrádají. Nicméně, podnikatelský kroužek asi pracovní činnosti nenahradí.

Z evaluace studentek vzešly následující postřehy:

a) nelíbila se jim „teorie“, kterou musely absolvovat. Zde chci pouze podotknout, že skutečně výukové části mají studenti dost. Pro studentky vypracovávání úkolů nebyla nikterak těžká práce, jsou navyklé pracovat a materiály jim přišly až primitivně jednoduché.

b) pozdní dodávka materiálu. Čekaly jsme měsíc na materiál. Toto čekání se právě vyplnilo výukou o fungování podniku. Po dvou hodinách je to přestalo bavit. Na druhou stranu si i učitel musí hlídat prostor pro výuku tématu podnik a podnikání, co náleží do osnov ZŠ. V tomto okamžiku bylo náročné udržet u studentek nadšení pro věc.

c) studentkám se nelíbily návštěvy „cizích“ lidí. „Všichni se nás ptali na to stejné, říkali nám to stejné.“

d) málo času: Dívky postrádaly hlavně čas věnovaný vlastní výrobě. Často zůstávaly ve škole do pozdního odpoledne, protože je to jednoduše bavilo. Byly si vědomé, že nemůžou věc odfláknout, jinak ji neprodají, protože výrobek bude nekvalitní. Nad výrobky debatovaly, srovnávaly, radily se, jak to nejlépe udělat. Na druhé straně dávám na zvážení, zda se dá v tak krátké časové době několika týdnů racionálně stihnout absolvovat všechny činnosti, které byly požadovány: od počáteční motivace a výběru studentů, přes založení firmy po závěrečné zhodnocení fungování firmy apod.

e) studentky ocenily spolupráci: je to velký vklad do života. Myslím, že vytvořily team a naučily se respektovat názor druhého.

f) marketing je slabou stránkou. Problém výzkumu trhu, zhodnocení, zpracování je pro žáky nezábavný. Pokud mají nápad, okamžitě ho uskuteční. Neberou ještě vážně pohled na rentabilitu, mají před sebou jen vidinu zisku.

Co se týká návštěvy podnikatele, studentky podnikatel nezaujal. Buď byl nepřipraven, nebo sám nevěděl, co má říct. Návštěva podnikatele byla ze strany studentek vnímána jako zdržení v činnosti. Věřím, že zcela jiná bude situace na ZŠ, kdy dochází již v tomto věku k užšímu výběru školy a volbě povolání. Nicméně, lepší by byla asi návštěva konkrétního malého podniku, co je ale časově náročné. Myslím tím návštěvu podnikatele do také míry, aby studenti viděli, jak podnikatel dělá rozvahu, nákup, výrobu a třeba nahlédli i do účetnictví.

Kroužek jsem vedla sama, bez další odborné pomoci. Ze strany projektu jsem ocenila možnost využít nové výukové materiály. Své silné stránky jsem viděla ve zkušenostech z výuky podnikání u starších studentů na vyšším gymnáziu nebo v 9. ročníku (tzv. kvarta NG). Další vzdělávání bych uvítala jen pro inspiraci, ne kvůli nedostatku znalostí.

Návštěvu mentora nepokládám za důležitou. Studentkami byl chápán jako cizí faktor, který studentky nezná, a ony měly pocit, že jim vnucuje něco, co zrovna nechťejí dělat, nebo chťejí dělat jinak: např. podoba nabídkového listu.

Tato aktivita je rozhodně pro základní školu vhodná. Přemýšlela jsem nad tím, zda je vhodná více pro podporu podnikání, nebo spíše pro podporu obecné finanční gramotnosti. Na podkladu fungování podniku se dá přece vysvětlit fungování domácnosti a naopak. Rozhodně jiný pohled na podnikání získá běžný student ZŠ a jiný pohled získá právě student nižšího gymnázia. Osobně si myslím, že kroužek na škole má své místo. Jen nevím, zda volba sedmého (přip. šestého) ročníku je šťastná.

Pro jednotlivé studentky byl kroužek přínosný v tom, že si musely uvědomit samotnou podstatu podnikání, co je pro ně dobrý vklad do života, kdy např. mnohé ženy mají potřebu dělat v životě něco, co je baví, naplňuje, ale přitom chťejí být paní svého času. Kromě toho mohly konkrétně realizovat své nápady a viděly, zda svými výrobky zaujmou, nakolik se mohou prosadit na trhu, kde je vysoká konkurence (V našem případě nám v průběhu Dne otevřených dveří konkurovali svou nabídkou hlavně studenti tzv. francouzské sekce). A na závěr otázka zisku. Jak dlouhá je cesta od nápadu k realizaci až po konečný zisk. (A to ještě neabsolvovaly kapitolu o daních.)

10 Hodnotící zpráva mentora kroužku

Počet žáků pod vedením paní učitelky Piačkové byl 13 – samé dívky. Z materiálu Abecedy podnikatele byly žákyně seznámeny s jednotlivými bloky výuky základů ekonomiky. Při návštěvě lektora bylo doporučeno věnovat se propagační činnosti, než dorazí materiál na výrobu produktů. Činnost kroužku byla zaměřena na výrobu plátěných tašek a ozdob. Celá skupina žákyň se věnovala jen jednomu oboru, byly až velmi ukázněné a připravené svoji činnost, kterou si zvolily, zvládnout.

Při druhé návštěvě žákyně připravovaly nástěnku a výrobky na den otevřených dveří. Tato skupina na mne působila rozporuplně – zájmový kroužek s cílem něco vydělat, ale podnikání je trochu o něčem jiném.

Po přečtení výroční zprávy ještě doporučuji:

- Je potřebné hlídat rozložení odpovědnosti – dojem, že paní učitelka řídí celou činnost a žákyně poslouchají.
- Při aplikaci modulu Abeceda podnikání je nutné teorii prolínat s praxí, přidat ještě k výkladu této teorie účetnictví nebo daně je absolutně nemožné na této věkové úrovni.
- Překvapila mě ukázněnost žákyň, protože jsem se setkala na jiných školách spíše s iniciativními žáky.
- Uvítala bych lepší koordinaci mezi učitelem a mentorem, který do kroužku vnáší právě ty prvky a zkušenosti, které učitelům na školách chybí.

- Podle mého názoru by neměl být prezident učitel, ale žák, a pokud je organizační struktura, tak každý se určité činnosti věnuje – ředitel podniku by neměl přebírat marketingové činnosti či personalistiku, ve školních firmách je ale praxe, že si navzájem pomáhají, ale snaží se.
- Ve srovnání s ostatními školami byla cena výrobků velmi vysoká.

Ing. Ilona Holánová



Ukázka z realizace minifirem žáků středních škol v rámci projektu Univerzity Palackého v Olomouci. Zdroj: <http://ropoz.upol.cz/multimedia/category/16-veletrh-minipodniku-19-6-2015-2-cast>.



Ukázky z realizace mini firem žáků středních škol v rámci projektu Univerzity Palackého na Výstavišti Flóra v Olomouci. Zdroj: <http://ropoz.upol.cz/multimedia/category/16-veletrh-minipodniku-19-6-2015-2-cast>.

Projekt Podnikavá škola

Projekt Podnikavá škola vznikl pod hlavičkou o.s. [Jules a Jim](#). V roce 2014 se Podnikavá škola připojila k portfoliu platformy Inovátoři.cz. Již od roku 2003 se sdružení věnuje v rámci svých aktivit rozvoji vztahů, komunikačních dovedností, týmové spolupráce, důvěry a podnikavosti žáků základních a středních škol. Učí také mladé lidi vnímat a rozumět problémům ve svém bezprostředním okolí, přebírat odpovědnost za jejich řešení a stávat se aktivními občany.

Posláním projektu Podnikavá škola je pomáhat českým školám a univerzitám zavádět a nabízet vzdělávací programy zaměřené na rozvoj podnikatelského myšlení a podnikatelských dovedností. Také podporují vlastní podnikatelské aktivity škol a zapojují do nich žáky, učitele, zaměstnance školy a celou komunitu.

Vizí jsou podnikavé a podnikající školy, které:

- učí žáky a studenty myslet kriticky, vnímat problémy ve svém okolí a nacházet inovativní podnikatelská řešení
- umožňují jim aplikovat získané znalosti a dovednosti v rámci vlastních formálních i volnočasových aktivit
- rozvíjejí podnikatelské myšlení a vedou žáky ke společenské odpovědnosti a trvalé udržitelnosti

Podnikatelské kroužky:

Cílem kroužku nebylo zbohatnout, ale naučit se jak měnit své nápady ve skutečnost. Dalším cílem je setkávat se zajímavými lidmi z byznysu i z neziskových organizací. Kroužek je určen jednotlivcům i skupinám studentů, kteří chtějí ukázat co v nich je, naučit se jak založit vlastní „firmu“ přímo ve škole. Podnikatelský model kroužků je zpracovaný v „lean canvas“.

V průběhu kroužků byl kladen důraz na rozvoj kreativity, týmové spolupráce a komunikačních dovedností. Kromě práce na samotném projektu se také žáci vypravili do terénu na průzkum skutečného světa podnikání mimo školu, setkali se s úspěšnými podnikateli a navázali i zajímavá partnerství. Cílem bylo rovněž do činnosti kroužku zapojovat rodiče, školu a okolní firmy.

Každého kroužku se zúčastnilo přibližně 5-15 žáků, kteří v každém kroužku na základě svých vlastních podnikatelských nápadů vytvářeli skutečné podnikatelské projekty. Učili se porozumět principům podnikání, vytvořit srozumitelný byznys model a harmonogram projektu, vyrobit reklamu, vyjednávat s partnery, ale také rozdělit si práci, nést odpovědnost za své úkoly a rozhodovat se jak odpovědně naložit s vydělanými penězi.

Byla využita metoda „design thinking“ vyvinutá na Stanfordově Univerzitě a hojně využívaná úspěšnými firmami po celém světě. Tento proces vyjadřují fáze Understand, Discover, Ideate a Prototype:

- Understand – v první fázi porozumíme tomu, co to vlastně podnikání je, co je jeho smyslem, a také co je podnikatel a jaké jsou jeho charakteristické dovednosti a schopnosti.

- Discover – v další fázi budeme zjišťovat problémy ve škole nebo blízkém okolí, budeme také ověřovat, jak to vidí různí lidé.
- Ideate – ve třetí fázi budeme vymýšlet vlastní řešení, budeme se na věci dívat inovativně a navrhne konkrétní možnou podobu služby nebo produktu, který budeme nabízet – náš prototyp.
- Prototype – v poslední fázi vyjdeme ven se svým prototypem mezi lidi a budeme od nich získávat zpětnou vazbu. Uvidíme, zdali vše funguje, jak jsme si naplánovali a podnikatelský model na základě toho budeme nadále upravovat a rozvíjet.

Pilotní školy:

ZŠ a Gymnázium Truhlářská (Praha 1)

Arcibiskupské gymnázium (Praha 2)

ZŠ Drtinova (Praha 5)

Bankovní gymnázium (Praha 10)

Podrobnější informace najdete také na drese www.podnikavaskola.cz.

Volitelný předmět Studentský minipodnik

Střední škola MESIT, Uherské Hradiště

Volitelný předmět Studentský minipodnik je realizován na střední škole MESIT v Uherském Hradišti, kde žáci studují převážně technické obory a v nástavbovém studiu také obor Podnikání. Pro žáky druhých ročníků byl do výuky zařazen nejprve v roce 2015 povinně a v následujících dvou letech nepovinně.

Cílem předmětu je přiblížit žákům provozování podnikatelské činnosti a seznámit je se základními principy chodu podniku. Cílem školního akčního plánu je propojit teorii s praxí, tedy podporovat podnikavost a rozvíjet kompetence, které budou absolventi schopni využít nejen jako kvalitní zaměstnanci, ale i v případě, že se rozhodnou pro podnikání. V průběhu výuky se žáci učí kriticky myslet a analyzovat modelové situace. Diskutují o problémech, se kterými se setkávají ve svém okolí, a hledají možné způsoby řešení. Klíčovou osobou tohoto procesu je učitelka ekonomie, která přišla z praxe.

V rámci výuky na škole žáci také uplatňují své teoretické znalosti v rámci odborného výcviku přímo na praxi ve firmách, kde si prakticky ověřují, jaké kompetence pracovníci firem pro svou práci potřebují. Vzhledem k těsné spolupráce s MESIT Holding žáci absolvují praxe přímo v reálném provozu. Učí se kritickému myšlení, vyhodnocují informace, procvičují kombinační schopnosti, předvídají a plánují. Pobyt přímo na pracovišti, v reálném prostředí podporuje u žáků vytrvalost a smysl pro zodpovědnost. Žáci dostávají finanční odměnu, což posiluje jejich finanční povědomí.

Společně s učitelem ekonomických předmětů žáci zajišťovali ekonomické činnosti minipodniku a s učiteli odborného výcviku vyráběli samotné zboží. Součástí přípravy na výrobu bylo i

zpracování projektové dokumentace. Nejnáročnější byly v tomto směru výrobky studentů oboru Elektrikář, které si vyžadovaly velkou pozornost a dohledávání informací pro zajištění bezpečnosti.

V povinném ročníku 2015/2016 se projektu účastnilo 34 žáků a v následných nepovinných ročnících přibližně 20 žáků. Na počátku si žáci s pomocí pedagoga rozdělili role v týmu – řízení, marketing, účetnictví, ekonomika, výroba, obchod. Záměry byly přímo navázány na učební obory – aranžování květinových vazeb (obor Květinář), dárkové krabičky a deníčky (obor Knihař), svítilna (obor Elektrikář). Prodej probíhal přímo ve škole, kde byly výrobky v určený den prodávány žákům a rodičům. Žáci dostali možnost prodeje i v partnerské firmě MESIT, kde probíhaly i klasické marketingové a obchodní činnosti s pomocí profesionála PR z firmy. Samotný prodej byl náročný a bylo obtížné najít rovnováhu mezi pasivními a agresivními prodejními technikami. Součástí aktivity byla celá cenotvorba včetně započítání všech režijních nákladů a mezd. Žáci vedli pokladnu, vydávali účtenky, na závěr zhodnotili výsledky prodeje a zisk použili na závěrečný večírek.

V rámci realizace těchto aktivit dochází k podpoře následujících intervencí v rámci podpory výchovy k podnikavosti:

- **Rozvoj kariérového poradenství včetně prevence předčasných odchodů ze vzdělávání** – projekty školy žákům přibližují požadavky trhu práce, upevňují u nich pracovní návyky a umožňují jim prakticky využívat nabyté teoretické poznatky.
- **Podpora polytechnického vzdělávání** – podnikavé projekty jsou úzce spojeny s učebními obory a provázány s polytechnickým vzděláváním.
- **Odborné vzdělávání a spolupráce škol se zaměstnavateli** – žáci mají pravidelný kontakt s firmami skrze zmíněné projekty i ve formě přednášek s odborníky z praxe.
- **Podpora digitálních kompetencí** – při realizaci projektů žáci využívají IT techniku, dohledávají si potřebné informace a upevňují si tak digitální kompetence.

POUŽITÁ LITERATURA:

- *Junior Achievement*. Portál. Dostupné z: <https://jaczech.org/>
- MALACH, Josef a kol. *Sborník příkladů dobré praxe ve školách v rámci projektu Podpora rozvoje kompetencí k podnikavosti a inovativnosti žáků základních škol*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2013.
- MAREŠOVÁ, H., RUDOLF, J., HLADÍK, T. *Výchova k podnikavosti*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2015, 62 s. ISBN 978-80-244-4436-9.
- Národní ústav pro vzdělávání. *Centrum fiktivních firem*. 2022. Dostupné z: <https://archiv-nuv.npi.cz/p/centrum-fiktivnich-firem.html>.
- P-KAP. *Minipodnik prakticky a podnikavě*. 2015. Dostupné z: <https://archiv-nuv.npi.cz/p-kap/studentsky-minipodnik-jako-podpora-practicke-vyuky-a.html>.
- *Sborník příkladů dobré praxe: „Podpora rozvoje kompetencí k podnikavosti a inovativnosti žáků základních škol“*, Pedagogická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě, 2013.