



## OPIS DOBREJ PRAKTYKI

### 1. Dane dotyczące gminy/powiatu

nazwa inicjatywy	Program Edukacja Przedsiębiorczości
nazwa gminy/powiatu	Gmina Wrocław
dokładny adres	Pl. Nowy Targ 1-8, 50 – 141 Wrocław
województwo	dolnośląskie
telefon	71 777 71 74
adres strony internetowej	<a href="http://www.wroclaw.pl">www.wroclaw.pl</a>
faks	71 777 72 89
adres e-mail	<a href="mailto:brg@um.wroc.pl">brg@um.wroc.pl</a>

### 2. Rodzaj(e) podjętych działań *(zaznacz)*:

- kształtowanie efektywnych systemów konsultacji społecznych i udziału obywateli w formułowaniu strategii rozwoju i prowadzenia polityki lokalnej lub regionalnej;
- wprowadzanie nowatorskich form demokracji lokalnej;
- rozwijanie systemów kontroli i komunikacji społecznej, ze szczególnym podkreśleniem przejrzystości procesów decyzyjnych władz gminy lub powiatu;
- oryginalne formy aktywizacji działalności obywatelskich i współpracy z organizacjami pozarządowymi;
- formy działalności z podmiotami gospodarczymi i ich samorządami na rzecz wspólnoty obywatelskiej i lokalnego rozwoju;
- działania na rzecz wychowania obywatelskiego, w tym pozaszkolne inicjatywy edukacyjne, działania na rzecz młodych mieszkańców gminy lub powiatu;
- decentralizację realizacji zadań publicznych, drogą przekazywania jej organizacjom obywatelskim lub jednostkom bliższym obywateli;
- inne.....  
.....

### 3. Przedmiot działalności

Program Edukacja Przedsiębiorczości jest unikatowym zbiorem projektów edukacyjnych, dedykowanych różnym grupom wiekowym. Ich wspólnym celem jest promowanie kultury przedsiębiorczości oraz szerzenie świadomości konsumenckiej. Cel długofalowy natomiast, to tworzenie we Wrocławiu większej ilości konkurencyjnych firm i zwiększanie świadomości dla rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.

Narzędzia Programu stanowią uzupełnienie systemu edukacji szkolnej, a przedsiębiorczość jest tu definiowana jako zespół cech, przydatnych tak przyszłemu pracodawcy, jak i pracownikowi.

### 4. Opis działań

U podstaw Programu Edukacja Przedsiębiorczości leżą obserwacje wielu lat pracy z wrocławskimi przedsiębiorcami i osobami pragnącymi założyć własny biznes. Zdiagnozowano tu liczne luki w wiedzy o podstawowych zagadnieniach ekonomicznych, finansowych i marketingowych, co w wielu wypadkach skutkowało bezradnością i nieumiejętnością poruszania się w panujących realiach gospodarczych. Z drugiej zaś strony realizowany w szkołach przedmiot Podstawy przedsiębiorczości, mimo możliwości stworzonych przez ramy programowe, wciąż nie spełnia pokładanych w nim nadziei. A przecież cechy składające się na pojęcie przedsiębiorczości niezbędne są do budowania dobra ogółu i kształtowania społeczeństwa obywatelskiego.

Inicjatorem utworzenia Programu jest Urząd Miejski Wrocławia, a dokładnie Biuro Rozwoju Gospodarczego, które do współpracy zaprosiło Wydział Edukacji. W ten sposób połączono kompetencje doradztwa biznesowego z doświadczeniem w zarządzaniu miejskimi placówkami oświatowymi. Przeprowadzony dodatkowo research oraz konsultacje z pedagogami i ekspertami z Wrocławskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli utwierdziły autorów Programu w przekonaniu, iż działania edukacyjne w zakresie przedsiębiorczości należy rozpocząć w jak najmłodszym wieku w myśl starego polskiego przysłowia: „Czym skorupka za młodu nasiąknie...”.

Przedsiębiorczość w Programie jest definiowana szeroko: jako zespół cech, ułatwiających życie tak przyszłemu pracodawcy, jak i pracownikowi. Te cechy to:

- aktywność i ekspansywność (stawianie sobie ambitnych celów dla osiągnięcia większych korzyści),
- umiejętność oceny ryzyka i gotowość do jego podjęcia,
- umiejętność przystosowywania się do zmieniających się warunków otoczenia,
- umiejętność pracy w zespole,
- dostrzeganie szans i ich wykorzystywanie,
- kojarzenie faktów i wyciąganie trafnych wniosków,
- innowacyjność (wprowadzanie i ciągle poszukiwanie twórczych ulepszeń).

Długofalowym celem Programu jest więc nie tylko powstawanie w przyszłości we Wrocławiu większej ilości firm, konkurencyjnych w warunkach gospodarki rynkowej, ale też popularyzacja przedsiębiorczości jako kompetencji pożądanej na rynku pracy.

Krzewienie cech definiujących przedsiębiorczość stanowi zaś przyczynek do kształtowania postaw świadomego konsumenta i świadomego obywatela. To większa pewność uniknięcia utraty majątku na skutek nieprzemyślanych decyzji finansowych, nie wpadania w spiralę zadłużenia, rozsądnego inwestowania, racjonalnego oszczędzania, czy wreszcie egzekwowania swoich praw konsumenckich, a przez to wywieranie nacisku na podnoszenie jakości dostępnych produktów i usług. To także świadome decyzje wyborcze, wiedza o odpowiedzialności, z jaką wiąże się każde obywatelskie działanie i lepsze podstawy do pracy w grupie dla dobra społeczności lokalnej i kraju.

Jak wspomniano powyżej, założeniem Programu jest szerzenie wiedzy o przedsiębiorczości od najmłodszych lat i na wszystkich etapach edukacji. W ramach Programu oferowana jest wyłącznie praktyczna wiedza, przydatna w podejmowaniu różnego rodzaju życiowych wyzwań, także tych związanych z prowadzeniem własnego biznesu. Obecnie na Program składa się 10 projektów, z których 6 jest zakończonych, 4 w trakcie realizacji, a kolejne 2 w fazie koncepcyjnej.

#### Projekty zakończone

1. **Gra plenerowa „Przedsiębiorczy Krasnal”** – od tego wszystko się zaczęło. Biuro Rozwoju Gospodarczego zostało zaproszone do udziału w Dolnośląskim Festiwalu Nauki w 2008 roku. Wówczas to została opracowana – we współpracy ze specjalistami od dziecięcych gier zespołowych z Wrocławskiej Akademii Wychowania Fizycznego – gra plenerowa „Przedsiębiorczy Krasnal”. Gra niosła ze sobą dwa proste przekazy: po pierwsze – że założenie własnej firmy wcale nie jest tak trudne, jak by to wynikało z obiegowych opinii, po drugie – że z prowadzeniem własnego biznesu jest jak ze wszystkim w życiu, raz się zarabia, a raz traci. Rolę elementu losowego w grze pełniła kostka, a każdej ilości oczek przypisane było ćwiczenie ruchowe. Gra spotkała się z tak dużym zainteresowaniem nauczycieli i pedagogów, że już wkrótce zapadła decyzja o „ubrani” gry w ramy projektowe, aby umożliwić wzięcie w niej udziału większej ilości dzieci. Na zaproszenie odpowiedziało 11 wrocławskich szkół podstawowych. Od września 2008 do maja 2009 roku gra przebywała po tygodniu w tych właśnie placówkach, gdzie przeprowadzono eliminacje (najlepsza drużyna z każdej placówki została zakwalifikowana do finału). Projekt zakończył się wielkim finałem, zorganizowanym we wrocławskim rynku w dniu 1 czerwca 2009 roku. W sumie w projekcie uczestniczyło ponad 500 uczniów z wrocławskich szkół podstawowych. Pod koniec tego samego roku gra została zgłoszona do konkursu Europejskie Nagrody Przedsiębiorczości i została jego laureatem na szczeblu ogólnopolskim, otrzymując prestiżową nagrodę Ministra Gospodarki.

2. W październiku 2009 roku zainaugurowana została **Akademia Młodych Menedżerów**. Projekt dedykowany był młodzieży w wieku 12 – 15 lat oraz ich rodzicom, a realizowany we współpracy z Wyższą Szkołą Bankową we Wrocławiu oraz Dozamelem – Spółką zarządzającą Wrocławskim Parkiem Przemysłowym. Złożeniem Akademii była nie tylko popularyzacja szeroko rozumianej wiedzy z dziedziny ekonomii, ale też oswojenie młodzieży z formułą zajęć akademickich. Każdy młody żak otrzymał więc indeks, segregator na notatki, a po zakończeniu semestru także dyplom pamiątkowy. Projekt trwał 3 lata i w tym czasie Akademia gościła takie znane osobistości, jak prof. Marian Noga – członek Rady Polityki Pieniężnej II kadencji, Ewa Wolniewicz-Dźelji – wieloletnia dziennikarka Telewizji Polskiej, Maciej Popowicz – założyciel

jednego z najbardziej popularnych w Polsce serwisu społecznościowego Nasza Klasa, czy też dr Jerzy Jagoda – współtwórca gry biznesowej Promar. W AMM w ciągu trzech lat wzięło udział ok. 400 młodych ludzi oraz 200 rodziców. Wszystkie edycje projektu zostały objęte dofinansowaniem ze środków Narodowego Banku Polskiego.

3. Pierwsza połowa roku szkolnego 2010/2011 to czas realizacji projektu pn. **„Gospodarcza dżungla, czyli jak się nie zgubić? Przewodnik dla każdego – część I”**. Był to cykl zajęć pozalekcyjnych dedykowanych gimnazjalistom, w trakcie których młodzi ludzie oswajali się z realiami rynku pracy i uczyli bycia aktywnym jego uczestnikiem. Na potrzeby realizacji projektu powstały specjalne scenariusze zajęć – scenariusze gwarantujące dynamiczny i interaktywny przebieg nauki. Przewodnikiem gimnazjalistów na rynku pracy był Kali, z którym młodzież uczyła się m.in. konstruować list motywacyjny („Kali być dobry, Kali być potrzebny”), rozumieć umowy z pracodawcą („Dylematy Wodza a dylematy Kalego”), prowadzić rozmowy kwalifikacyjne („Kali w cztery oczy z wodzem”) czy też wykonać rozliczenie roczne PIT („PIT-u, PIT-u z Wielkim Bwamą”). Projekt został objęty dofinansowaniem ze środków Narodowego Banku Polskiego, a wzięło w nim udział łącznie 330 uczniów z 22 szkół (15-osobowa grupa z każdej placówki). Na 2013 rok planowana jest realizacja II części projektu.

4. **Gra miejska „Zostaję przedsiębiorcą”** to jednodniowe wydarzenie, zorganizowane 21 września 2010 roku w ramach Dolnośląskiego Festiwalu Nauki. Projekt adresowany był do uczniów wrocławskich szkół ponadgimnazjalnych. Jego współorganizatorem był Bank Zachodni WBK S.A., a partnerami Wroclawska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. i Centrum Wspierania Przedsiębiorczości – instytucja prowadząca Wroclawski Inkubator Przedsiębiorczości. Grę poprowadził autor koncepcji i scenariusza – Marek Szewczyk ze Szkoły Zwycięskiego Coachingu. Celem projektu było wprowadzenie młodzieży w świat biznesu i realnie funkcjonujących w mieście instytucji okołobiznesowych. Gracze musieli wykazać się kreatywnością, przedsiębiorczością i umiejętnością pracy zespołowej – ich zadaniem było stworzenie takiego biznes planu na rozwój własnego przedsiębiorstwa, który zostanie zaakceptowany przez prawdziwych doradców kredytowych. Uczestnicy musieli także zmierzyć się ze zdarzeniem losowym i przewidzieć jego wpływ na rozwój własnego biznesu. Prawdłowo sformułowany biznes plan stawał się podstawą do otrzymania promesy kredytowej, a ta z kolei uprawniała do zakupu środków produkcji w postaci klocków. Jako efekt finalny gracze budowali z nich makiety własnego biznesu. W grze wzięło udział łącznie 60 uczniów (6-osobowe zespoły z 10 szkół).

5. W listopadzie 2011 roku została oficjalnie uruchomiona **ekonomiczna gra internetowa** zlokalizowana na stronie internetowej [www.business-zone.com.pl](http://www.business-zone.com.pl). Jej celem było rozwijanie świadomości ekonomicznej młodzieży w zakresie prowadzenia własnej firmy – bez bolesnych konsekwencji, jakie niesie ze sobą podjęcie złych decyzji finansowych w realnym świecie. Gra przeznaczona była dla wszystkich; jednak w towarzyszącym jej **konkursie pn. „Mój biznes w sieci”** mogli wziąć udział wyłącznie uczniowie wrocławskich szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Gra wraz z konkursem stanowiła kolejny projekt, realizowany w ramach Programu Edukacja Przedsiębiorczości.

W okresie listopad 2011 – styczeń 2012 odbyły się 3 tury rozgrywek konkursowych – każda

trwająca miesiąc czasu – a zwycięzca każdej edycji, jako najlepszy wirtualny przedsiębiorca, otrzymywał notebooka.

Początek gry był całkiem przyjemny: uczestnik startował z niewielką zaliczką na koncie i dopuszczalnym niskoprocentowanym debetem na kwotę 100.000 zł. Wybierał nazwę firmy oraz typ działalności usługowej: agencja reklamowa lub studio urządzania wnętrz. Zatrudniał pracowników, kupował niezbędne wyposażenie, pozyskiwał zlecenia i przystępował do ich realizacji. Wystarczyło jednak, że przez kilka tur nie skalkulował dobrze kosztów albo zatrudnił za dużo osób, by jego konto zaczęło świecić pustkami. Jeśli jednak gracz nauczył się optymalizować koszty i wybierać rentowne zlecenia, po upływie kilku lat w grze mógł otrzymać ofertę sprzedaży firmy i przejścia do większego biznesu – branży informatycznej lub budowlanej.

Projekt był realizowany wspólnie przez Miasto Wrocław i Fundację Banku Zachodniego WBK. Od strony technicznej przedsięwzięcie zrealizowała Agencja Interaktywna Lama Media.

Gra okazała się być doskonałym narzędziem edukacyjnym. Dawała wiele okazji do dostrzegania zależności między decyzjami i ich konsekwencjami, uczyła wybierania złożonych strategii, poznawania pojęć i terminów z obszaru biznesu. Po zakończeniu konkursu gra w dalszym ciągu jest dostępna w sieci.

W trzech turach konkursu wzięło łącznie udział ponad 1.500 graczy.

6. Rozpoczęty w połowie 2011 roku projekt „**Wrocławskie marki**” dedykowany był uczniom wrocławskich szkół ponadgimnazjalnych oraz ich nauczycielom. Jego ideą była prezentacja 10 wybranych wrocławskich marek. Na każdą prezentację składał się krótki (ok. 7-minutowy) film oraz opis historii i osiągnięć firmy – wszystko zamieszczone na specjalnie w tym celu utworzonej domenie [www.wroclawskiemarki.pl](http://www.wroclawskiemarki.pl).

Filmy zostały zrealizowane w formie wywiadu z twórcami/właścicielami marek, którzy zaistnieli na arenie międzynarodowej i opowiadają o sobie, swoich sukcesach i porażkach, pomysły na biznes, ważnych wydarzeniach, wyborze kierunku studiów i kompetencjach miękkich ważnych dla osiągania stawianych sobie celów. Zaproszenie do udziału w projekcie przyjęły następujące firmy: Europrofil, Clarena, Hasco-Lek, Selena, WorkService, Impel, Bisek, TelForceOne, Koelner oraz Getin Holding.

Powstało nowe niekonwencjonalne narzędzie wsparcia dla nauczycieli przedsiębiorczości. Materiały zostały skomponowane w taki sposób, aby umożliwić tworzenie scenariuszy lekcyjnych zarówno dla poszczególnych przypadków, jak i metodami porównawczymi. Zakres tematyczny zapewnia różnorodność tematyki zajęć: od zapoznania się ze specyfiką różnych branż, poprzez certyfikaty i nagrody gospodarcze, pomysł na własną firmę, konstruowanie biznes planu po debiuty giełdowe i inwestycje w zasoby ludzkie.

Integralną częścią „Wrocławskich marek” był konkurs dla nauczycieli przedsiębiorczości pt. „Lekcja z przedsiębiorcą” – na najlepszy scenariusz lekcyjny, napisany w oparciu o materiały zamieszczone na stronie projektu. Tam też zostały zamieszczone wyłonione przez jury najlepsze prace.

Realizatorem projektu było Wrocławskie Stowarzyszenie Multimedialne – organizacja pozarządowa wyłoniona w drodze postępowania konkursowego.

#### Projekty w trakcie realizacji:

7. Jesienią 2010 roku 4- i 5-latki z 12 wrocławskich przedszkoli wzięły udział w pierwszych zajęciach w ramach projektu „**Przedsiębiorczy przedszkolak**”. Na potrzeby projektu stworzono autorskie scenariusze lekcyjne, zatwierdzone przez ekspertów wychowania przedszkolnego z Wrocławskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli. Partnerem Miasta Wrocław w tym projekcie jest Nordea Bank Polska S.A., który – aby poprzeć teorię praktyką – wykonał specjalny bankomat dla przedszkolaków. Dzieci otrzymały karty bankomatowe, będące wiernymi kopiami tych prawdziwych, których używają rodzice. Makieta bankomatu ma 80 cm wysokości i okienko z kolorowymi opcjami wyboru. Jest też drugie okienko, przez które można zajrzeć do wnętrza i przekonać się, że nie zawsze jest tam pełno pieniędzy.

Pomysł spodobał się do tego stopnia, że od 2011 roku jest systematycznie poszerzany o nowe przedszkola. Obecnie w edukacji ekonomicznej biorą udział 24 placówki przedszkolne z terenu miasta, a w nich ponad 1,5 tysiąca dzieci. W trakcie zajęć dzieci poznają m.in. nominały monet, znaczenie pojęć kupno-sprzedaż, różne rodzaje sklepów, sposoby oszczędzania i przechowywania pieniędzy. Przewodnikiem maluchów w świecie ekonomii jest sympatyczny Krasnal Złotóweczka – wysłannik Króla Ekonomiusza Wielkiego. Co roku w ramach projektu przedszkolaki biorą udział w dwóch konkursach: plastycznym pn. „Mój wymarzony pieniążek” oraz „Reklamuj przedszkole”. Także co roku, w maju, organizowane jest podsumowanie projektu – Turniej Przedsiębiorczego Przedszkolaka. Impreza ma formę przeglądu: dziecięce zespoły z poszczególnych placówek pod kierunkiem swoich opiekunów przygotowują 5-10-minutowe występy estradowe o tematyce ekonomicznej i z zastosowaniem dowolnych środków wyrazu. Nie ma tu zwycięzców i przegranych – każda placówka otrzymuje taki sam komplet nagród w postaci gier, zabaw edukacyjnych bądź pomocy dydaktycznych.

Z opracowanych na potrzeby projektu scenariuszy lekcyjnych skorzystał Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego; materiały zostały też udostępnione Gminie Nowa Dęba w województwie podkarpackim oraz społecznikom z Morąga, którzy od początku tego roku wykorzystują je do prowadzenia zajęć z dziećmi.

8. Projekt „**To jest projekt!**” ma za zadanie wesprzeć gimnazjalistów i ich nauczycieli w wywiązaniu się z obowiązku realizacji projektu edukacyjnego, nałożonego na uczniów I i II klas Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 20 sierpnia 2010 roku. Zakres tematyczny przedsięwzięcia jest innowacyjny zarówno pod względem programu, jak i grupy docelowej. Z przeprowadzonego researchu wynika, że niepokojąco często zadanie to polega na wykonaniu np. prezentacji multimedialnej, co już samo w sobie sygnalizuje mylenie narzędzi projektowych i komunikacyjnych. Zamierzeniem autorów jest zatem zapoznanie uczniów z prawdziwymi narzędziami zarządzania projektem, dokładnie takimi, jakie są obecnie skutecznie stosowane w informatyce, ekonomii czy marketingu. W terminie od września do końca listopada 2012 roku w zajęciach pozalekcyjnych poświęconych narzędziom projektowym weźmie udział 240 wrocławskich gimnazjalistów oraz 20 nauczycieli. Zespoły uczniowskie będą realizować swoje

autorskie projekty. Wszystkie prace wezmą następnie udział w konkursie, a jury, w skład którego wejdą wybitne osobistości świata biznesu, polityki i organizacji pozarządowych, uhonoruje zwycięzców atrakcyjnymi nagrodami.

Realizatorem projektu jest Instytut Edukacji Ekonomicznej – organizacja pozarządowa, wyłoniona w drodze postępowania konkursowego.

**9. Przedstawienie teatralne pt. „Bajka o przedsiębiorczym Janku i jego niemądrych braciszkach”** to kolejny projekt dedykowany dzieciom w wieku 6 – 10 lat, czyli uczniom klas 0 – III szkół podstawowych. Tytułowy przedsiębiorczy Janek, dzięki pomocy czarodziejskiego ptaka, uczy się kojarzenia faktów, podejmuje wyzwania i chwyta okazje. Dzięki swej pracowitości i konsekwencji w działaniu osiąga sukces. Kiedy rodzina Janka znajdzie się w obliczu wielkiego nieszczęścia, tylko on jeden jest w stanie powstrzymać katastrofę.

Istotnym przekazem przedstawienia jest przestroga przed lekkomyślnym zaciąganiem zobowiązań finansowych, zwłaszcza z niepewnych źródeł (np. parabanków). Celem przedsięwzięcia jest więc m.in. próba zmiany postrzegania kredytu czy pożyczki jako remedium na wszelkie kłopoty finansowe. Wydaje się to szczególnie istotne w chwili, gdy reklamy przedstawiają zaciągnięcie zobowiązania finansowego jako sposób na życie, a nie obciążenie, które kiedyś trzeba będzie spłacić i to z odsetkami. Świadomość tego faktu leży u podstaw zachowania bezpieczeństwa finansowego i unikania spirali zadłużenia.

Spektakl otrzymał dofinansowanie ze środków Narodowego Banku Polskiego, a jego produkcją oraz organizacją widowni zajął się Artenes Wrocławski Teatr Edukacji. Premiera odbyła się 7 listopada w Sali Koncertowej Polskiego Radia Wrocław. Przedstawienie obejrzy w ramach projektu 6.000 dzieci, a po jego zakończeniu spektakl ma szansę na stałe wejść do repertuaru Artenesu.

**10. „E-sklep, czyli mój pierwszy biznes w sieci”** to projekt rozpoczęty w połowie października 2012 roku. Jego liderem jest Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu, a partnerem Miasto Wrocław (w tym Zarząd Obsługi Jednostek Miejskich). Projekt jest dedykowany uczniom szkół ponadgimnazjalnych, ma formułę zajęć pozalekcyjnych i jest realizowany dwutorowo: jako warsztaty (dla 48 uczniów) oraz comiesięczne spotkania z przedsiębiorcami praktykującymi w branży IT (z udziałem 1.200 uczniów). Wybór e-sklepu podyktowany jest faktem, iż młodzież płynnie porusza się w Internecie i intuicyjnie wykorzystuje dostępne tam narzędzia. Jej aktywność w wirtualnej przestrzeni jest jednak głównie związana z rozrywką. Celem projektu jest zatem wsparcie młodzieży i jej ukierunkowanie na zasady funkcjonowania rynku, relacje klient-sprzedawca oraz proste bezpłatne narzędzia komunikacji i reklamy. Najlepsze wirtualne przedsiębiorstwa zostaną docenione cennymi nagrodami.

Opisy wszystkich projektów wraz z dokumentacją fotograficzną oraz wypracowanymi narzędziami (scenariusze zajęć, harmonogramy, opisy, kontakty, etc.) dostępne są na stronie internetowej [http://www.wroclaw.pl/edukacja\\_przedsiębiorczosci\\_4,1.dhtml](http://www.wroclaw.pl/edukacja_przedsiębiorczosci_4,1.dhtml).

## 5. Uzyskane efekty

Program Edukacja Przedsiębiorczości jest sam w sobie pomysłem nowatorskim; jest to bowiem jedyna w kraju inicjatywa tego typu realizowana przez samorząd terytorialny. Większość cennych działań w obszarze edukacji przedsiębiorczości odbywa się w Polsce dzięki aktywności organizacji pozarządowych, wśród których najbardziej renomowaną i dysponującą największym doświadczeniem jest Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Jednak tylko we Wrocławiu potrzeba takiej edukacji została zdiagnozowana i zdefiniowana na poziomie kierunków strategicznych miasta i jest wdrażana jako jeden z ciekawszych elementów kształtowania społeczeństwa obywatelskiego.

Konstrukcja wszystkich projektów w ramach Programu technicznie opiera się na zasadzie nauki poprzez zabawę. Projekty są oczywiście każdorazowo dostosowane merytorycznie do wieku beneficjentów, zawsze jednak staramy się, by zawierały elementy interakcji, były ciekawe, niestandardowe, frapujące. Dlatego też większość naszych projektów to innowacje, które po raz pierwszy pojawiły się na rynku.

Wszystkie projekty Programu Edukacja Przedsiębiorczości są również realizowane z myślą o ich ewentualnym wykorzystaniu przez inne samorządy, organizacje pozarządowe, placówki edukacyjne lub osoby prywatne. Każdy z nich jest szczegółowo opisany na stronie internetowej; upublicznione są także scenariusze lekcyjne, sposoby wykonania pomocy dydaktycznych, dokumentacja fotograficzna i filmowa. Chętnych do skorzystania prosimy wyłącznie o kurtuazyjną informację, że zamierzają to zrobić. Każdy z projektów cechuje łatwość kolejnego wdrożenia na nowym gruncie – wystarczy skorzystać z przedstawionych „gotowców”, zbilansować koszty oraz określić ilość potencjalnych uczestników.

Uśrednione wyniki ewaluacji zaś wskazują, że stopień skuteczności projektów według różnych kryteriów jest zbliżony i oscyluje wokół 90%. W ciągu 4 lat realizacja Programu pochłonęła z budżetu Gminy kwotę 325.440 zł, a wszystkimi projektami objęto łącznie 15.200 osób. Oznacza to, że kwota przypadająca na jednego uczestnika Programu wynosi niecałe 21,60 złotego. Nie jest to wygórowana cena za podniesienie świadomości w zakresie przedsiębiorczości i kształtowania postaw obywatelskich.

Wszelkie działania, prowadzone w ramach Programu Edukacja Przedsiębiorczości, charakteryzują się wysoką transparentnością. Wynika to po pierwsze z charakteru jednostki samorządu terytorialnego, dla której przestrzeganie dyscypliny budżetowej jest obowiązkiem ustawowym. Po drugie, jest to też warunkiem efektywnej ścisłej współpracy z partnerami, wnoszącymi wkład finansowy do poszczególnych projektów. Wśród tych partnerów dominują instytucje wywodzące się z sektora bankowego, jak np. Narodowy Bank Polski, Nordea Bank Polska S.A. czy Fundacja Banku Zachodniego WBK.

Rekrutacja uczestników do poszczególnych projektów jest dobrowolna, tym bardziej cieszy tak duża ilość dzieci, młodzieży oraz nauczycieli i rodziców. Należy jednak podkreślić znaczącą rolę Wydziału Edukacji, jako moderatora dystrybucji informacji o projektach do placówek oświatowych na terenie miasta.



Jak już wyżej wspomniano, do realizacji większości projektów pozyskujemy partnerów finansowych, ale także merytorycznych. Wśród tych drugich na podkreślenie zasługuje dobra współpraca z organizacjami pozarządowymi, takimi jak np. Instytut Edukacji Społecznej. W tym konkretnym przypadku wspólnie uczymy gimnazjalistów profesjonalnych narzędzi zarządzania projektami, przydatnych zarówno jako kompetencja na rynku pracy, jak i cecha osobowości pomagająca rozwiązywać trudności osobiste.

Współpraca z wrocławskimi firmami, oparta na prawdziwie partnerskich relacjach, zaowocowała cyklem filmów o wrocławskich markach, powstałym na potrzeby realizacji projektu „Wrocławskie marki”. W filmach tych założyciele znanych wrocławskich marek nie tylko opowiadali o początkach swych przedsiębiorstw i pomysłach na biznes, ale też dzielili się prawdziwie osobistymi opiniami na temat kompetencji miękkich, jakie powinien w sobie wypracować przyszły przedsiębiorca.

Szerzenie wiedzy i świadomości w zakresie przedsiębiorczości stanowi konkretny przykład kształtowania postaw obywatelskich – postaw świadomości konsekwencji własnych decyzji i własnego wpływu na otoczenie, ale także zasad funkcjonowania państwa, systemu finansowego, tolerancji i bycia świadomym konsumentem. W toku edukacji przedsiębiorczości wielokrotnie poruszaliśmy wątki mikro i makroekonomiczne: od budżetu domowego po powody, dla których każdy obywatel powinien rzetelnie odprowadzać podatki.

W załączeniu publikacje medialne dotyczące projektów w ramach Programu.

## 6. Oszacowanie nakładów poniesionych na organizację i realizację projektu

Po wielkim sukcesie gry plenerowej „Przedsiębiorczy Krasnal” w 2008 roku oraz wykonaniu gruntownego researchu i przedyskutowaniu pomysłu Programu z Wydziałem Edukacji zapadła decyzja o utworzeniu w strukturach Urzędu, a dokładnie Biura Rozwoju Gospodarczego, Sekcji ds. Edukacji Przedsiębiorczości. Sekcja zatrudnia 2 osoby w wymiarze pełnego etatu; do pomocy ma także osobę oddelegowaną do tego celu w strukturach Wydziału Edukacji. Sekcja do swojej dyspozycji ma standardowe urządzenia biurowe, z których korzysta dla realizacji Programu.

W tabeli poniżej zestawiono koszty realizacji poszczególnych projektów Programu.

Edukacja Przedsiębiorczości w rozbiciu na środki Gminy oraz fundusze pozyskane z zewnątrz.

Lp.	Projekt	Ilość uczestników	Wydatek Gminy	Środki zewnętrzne	Łączny koszt realizacji
1.	Gra plenerowa „Przedsiębiorczy Krasnal”	500 dzieci	40.600	3.000 (nagrody sponsorów)	43.600
2.	Akademia Młodych Menedżerów (3 lata łącznie)	400 dzieci + 200 rodziców	8.750	23.600 (NBP) 89.000 (WSB) 27.000 (WPP)	148.350
3.	Gra miejska „zostaję przedsiębiorcą”	60 uczniów	6.300	6.000 (BZ WBK)	12.300

4.	„Przedsiębiorczy Przedszkolak” (3 lata łącznie)	1.500 dzieci + 100 nauczycieli	65.000	66.000 (Nordea)	131.000
5.	„Gospodarcza dżungla”	330 uczniów + 22 nauczycieli	8.200	20.800 (NBP)	29.000
6.	Mój biznes w sieci	1.500 uczestników	5.200	40.000 (Fundacja Banku Zachodniego WBK)	45.200
7.	Wrocławskie marki	2.500 wejść na stronę + 10 nagrodzonych scenariuszy nauczycielskich	57.200 (forma dotacji dla organizacji pozarządowej)	-	57.200
8.	Produkcja przedstawienia teatralnego pt. „Bajka o przedsiębiorczym Janku i jego niemądrych braciszkach”	6.000 dzieci klas 0-III + ok. 600 nauczycieli	15.200	30.000 (NBP)	45.200
9.	To jest projekt!	240 gimnazjalistów + 20 nauczycieli	58.000 (forma dotacji dla organizacji pozarządowej)	-	58.000
10.	E-sklep, czyli mój pierwszy biznes w sieci	48 uczniów szkół ponadgimnazjalnych + 8 nauczycieli – w części warsztatowej projektu oraz 1.200 uczniów (spotkania z przedsiębiorcami branży IT)	64.000	56.000 (WSB)	120.000
Suma:		15.200 uczestników	328.450	361.400	689.850

## 7. Czy napotkali Państwo trudności, z którymi należało się zmierzyć, aby zrealizować projekt?

Pierwszą podstawową trudnością – w naszej ocenie – jest w dalszym ciągu przełamanie barier mentalnych, co do potrzeby edukowania w zakresie przedsiębiorczości. Mimo iż temat ten staje się coraz bardziej nośny, mimo wybuchających co pewien czas afer z instytucjami parabankowymi w roli głównej oraz historii ludzi, którzy wpadli w pułapkę spirali zadłużenia, edukacja przedsiębiorczości – jako działanie nietatwe i długofalowe – przegrywa z nagłymi potrzebami finansowymi służby zdrowia i koniecznością latania dziur w drogach. Wciąż jeszcze wiele osób nie widzi potrzeby szerzenia takiej wiedzy i środki finansowe przeznaczone na ten cel traktuje jak zbędny wydatek. W podręczniku dobrych praktyk podsumowującym projekt YES (Youth Entrepreneurship Strategies), realizowanego w ramach Interreg IVC można przeczytać o czeskich, słowackich, szwedzkich, irlandzkich, fińskich, hiszpańskich, estońskich oraz polskich skutecznych pomysłach na rozbudzenie w młodzieży ducha przedsiębiorczości. Są to niezwykle cenne

inicjatywy, na tle których jednak opisane powyżej projekty Programu Edukacja Przedsiębiorczości (choć tam nieuwzględnione) odcinają się bardzo wyraźnie swoją innowacyjnością, niestandardowymi narzędziami oraz efektywnością przekazu.

Kolejną trudność stanowią ograniczone środki budżetowe – zwłaszcza w dobie trwającego już od kilku lat kryzysu. Nie mniej jednak z własnego doświadczenia możemy stwierdzić, że wystarczy nieco cierpliwości i przedsiębiorczości w poszukiwaniu partnera finansowego, a z pewnością znajdzie się firma bądź instytucja, chcąca się zaangażować.

## **8. Zalecenia dla innych jednostek samorządu terytorialnego zainteresowanych wdrożeniem projektu**

Pierwszym zaleceniem jest oczywiście zdefiniowanie potrzeb w zakresie edukacji przedsiębiorczości na swoim terenie, określenie grup docelowych beneficjentów oraz przeprowadzenie konsultacji z kadrą pedagogiczną. Szczególnie to ostatnie działanie jest niezbędne, zarówno do wyselekcjonowania prężnych, chętnych do współpracy placówek, jak i jako forma komunikacji z pedagogami. Za sukcesem każdego przedsięwzięcia stoi zgoda i chęć współpracy. Dlatego tak istotne jest pozyskanie akceptacji pedagogów dla idei realizowanych projektów; w dobie tak wielkiego obciążenia nauczycieli zadaniami dodatkowymi próba bezkompromisowego narzucenia im kolejnej aktywności może się spotkać z odrzuceniem.

Jasna, czytelna, bieżąca komunikacja jest tu generalnie jednym z najważniejszych czynników sukcesu: dotyczy to nauczycieli, uczniów w różnym wieku, a także ich rodziców, którzy mają prawo dokładnie wiedzieć, jakie treści są przekazywane ich dzieciom i wyrazić na to zgodę. W wyniku rzetelnie prowadzonej komunikacji otrzymujemy również bardzo cenne informacje zwrotne: opinie, sugestie do wykorzystania, propozycje zmian poprawiające skuteczność działania. Dla dobra projektu nie należy ich lekceważyć.

Ważnym aspektem jest dobór rzetelnych partnerów finansowych i merytorycznych. Przy współpracy z instytucjami komercyjnymi niezwykle istotne jest precyzyjne ustalenie zasad tej współpracy i niedopuszczenie do sytuacji, w której chęć kreowania wizerunku przez firmę przekracza granice społecznej odpowiedzialności biznesu.