

Chłopska Szkoła Biznesu

Inspiracje dla nauczycieli



Rekomendacje

Ośrodek Rozwoju Edukacji

Gra ma atrakcyjną formułę – opiera się na aktywności i działaniu uczniów, co sprzyja rozwijaniu kluczowych kompetencji, takich jak planowanie i organizowanie działań, skuteczne porozumiewanie się, negocjowanie, efektywna współpraca w zespole, podejmowanie decyzji.

Biuro Edukacji Publicznej Instytutu Pamięci Narodowej

Edukatorzy docenili przede wszystkim wysoki stopień interakcji między kilkudziesięcioma graczami oraz funkcję socjalizującą gry. Uwagę zwróciło także włączenie w dynamiczną rozgrywkę elementów dydaktycznych dotyczących historii Andrychowa. Ten nowoczesny produkt edukacyjny będzie dla nas inspiracją przy tworzeniu kolejnych gier edukacyjnych w Biurze Edukacji Publicznej IPN.

Centrum Edukacji Obywatelskiej

Gra ekonomiczna «Chłopska Szkoła Biznesu» jest wyjątkowo przydatnym narzędziem do kształtowania postaw przedsiębiorczości wśród młodzieży. Każda rozgrywka jest praktyczną lekcją ekonomii – uczy podejmowania własnej inicjatywy, planowania, samodzielnego podejmowania decyzji, nawiązywania współpracy oraz prowadzenia negocjacji handlowych z innymi graczami. Wykorzystanie «Chłopskiej Szkoły Biznesu» uatrakcyjni realizację tematów ekonomicznych, a jej ogromną zaletą jest możliwość pracy z grupami nawet do 30 osób.

Europejski Rok Kreatywności i Innowacji 2009

Patronat dla prototypowej wersji „Chłopskiej Szkoły Biznesu” w kategoriach „Edukacja” i „Przedsiębiorczość”. Więcej na stronie: www.csb.mik.krakow.pl w zakładce „Rekomendacje”.

Chłopska Szkoła Biznesu

Inspiracje dla nauczycieli

Wydawca i lider projektu:

mik

Małopolski Instytut Kultury

ul. Karmelicka 27, Kraków

tel.: +48 12 422 18 84

www.mik.krakow.pl

www.csb.mik.krakow.pl

instytucja kultury

Województwa

Małopolskiego



Współpraca:

Ośrodek Rozwoju Edukacji

Małopolskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli

Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach

Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli

Podkarpackie Centrum Edukacji Nauczycieli

Towarzystwo Miłośników Andrychowa

Zespół Szkół im. ks. dra Jana Zwierza w Ropczycach

Publikacja powstała w ramach projektu *Edukacja ekonomiczna z wykorzystaniem gry symulacyjnej „Chłopska Szkoła Biznesu”* realizowanego przez Małopolski Instytut Kultury we współpracy z Gminą Andrychów.

Projekt dofinansowano ze środków Narodowego Banku Polskiego.



Gmina Andrychów

NBP

N a r o d o w y B a n k P o l s k i

Tekst: Piotr Idziak, Sebastian Wacęga

Opracowanie graficzne: Marcin Kłag

Redakcja i korekta: Agnieszka Szewczyk, Ewa Ślusarczyk

Na okładce: fot. ze zbiorów Towarzystwa Miłośników Andrychowa,
plansza gry, il. Stefan Hamiga

ISBN 978-83-61406-80-8

© by Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2012

Chłopska Szkoła Biznesu

Inspiracje dla nauczycieli

Wprowadzenie

„Chłopska Szkoła Biznesu” to gra, która powstała w ramach działań Małopolskiego Instytutu Kultury. Służy tworzeniu, wdrażaniu i upowszechnianiu nowatorskich narzędzi do edukacji ekonomicznej inspirowanych historią i dziedzictwem kulturowym Małopolski. Działania te obejmują:

- prace badawczo-rozwojowe w obszarze dziedzictwa kulturowego jako źródła interdyscyplinarnej edukacji,
- tworzenie narzędzi edukacyjnych (np. gier, scenariuszy zajęć) inspirowanych dziedzictwem kulturowym,
- działania edukacyjne z osobami dorosłymi (szkolenia, warsztaty, konsultacje, konferencje i inne wydarzenia edukacyjne) i młodzieżą (lekcje, zajęcia pozalekcyjne, turnieje itp.).

Zostały one zainspirowane przez historię andrychowskiego ośrodka tkackiego i handlowego w XVIII i XIX wieku. Na tej kanwie, we współpracy z Towarzystwem Miłośników Andrychowa, były realizowane wydarzenia edukacyjne (Muzeobranie 2007–2009) oraz zajęcia pozalekcyjne dla młodzieży szkolnej przypominające lokalne tradycje rzemiosł i przedsiębiorczości.

Na bazie tych doświadczeń w 2010 roku została opracowana gra symulacyjna „Chłopska Szkoła Biznesu”.

Jej wznowienie w 2012 roku zostało dofinansowane ze środków Narodowego Banku Polskiego, w ramach projektu Małopolskiego Instytutu Kultury realizowanego we współpracy z Gminą Andrychów, zatytułowanego *Edukacja ekonomiczna z wykorzystaniem gry symulacyjnej „Chłopska Szkoła Biznesu”*.

Czym jest gra

„Chłopska Szkoła Biznesu” to gra ekonomiczna dla dużej grupy graczy (12–30 osób). Krótki czas rozgrywki (45–60 minut) pozwala przeprowadzić grę w warunkach szkolnych. Gra może być wykorzystana jako symulacja podstawowych mechanizmów rynkowych w sposób angażujący nie tylko intelekt, ale i emocje graczy.



Inspiracją do stworzenia gry była niezwykła historia przedsiębiorczych chłopów z ośrodka andrychowskiego (województwo małopolskie), którzy w XVIII wieku stworzyli prężnie działający ośrodek tkacki i zorganizowali szeroki system dystrybucji płócien, obejmujący m.in. Hamburg, Amsterdam, Barcelonę i Moskwę.

Uczestnicy gry wcielają się w role andrychowskich rzemieślników (piekarzy, tkaczy i kowali). Ich celem jest gromadzenie majątku poprzez prowadzenie wypraw handlowych do miast w całej Europie i sprzedawanie w nich płócien lnianych. Każdy rzemieślnik produkuje określone towary: piekarz – chleb, tkacz – lniane płótna, a kowal kuje bryki towarowe.

Aby móc wyruszyć na wyprawę handlową, gracz musi wcześniej zgromadzić odpowiednią liczbę wszystkich trzech dóbr (chlebów, bryk i płócien). Wymaga to od graczy nieustannych negocjacji i konkurowania, ale też tworzenia spółek i współpracy. Sukces gracza zależy więc od umiejętności gospodarowania zasobami (pieniężnymi, towarami i czasem) oraz od współpracy z innymi uczestnikami gry.

Kluczowe kompetencje

Gra symulacyjna „Chłopska Szkoła Biznesu” wpisuje się w ideę edukacji poprzez kształtowanie kluczowych kompetencji.

Koncepcja kluczowych kompetencji została ogłoszona 18 grudnia 2006 roku przez Radę i Parlament Europejski. W ogłoszonym wtedy dokumencie „Kompetencje kluczowe w uczeniu się przez całe życie – europejskie ramy odniesienia”, kompetencje zostały zdefiniowane jako połączenie wiedzy, umiejętności i postaw odpowiednich do sytuacji. Kompetencje kluczowe to te, których wszystkie osoby potrzebują do samorealizacji i rozwoju osobistego, bycia aktywnym obywatelem, integracji społecznej i zatrudnienia (mik.krakow.pl/ue_kompetencje.pdf).

Wyszczególniono osiem kluczowych kompetencji:

- porozumiewanie się w języku ojczystym,
- porozumiewanie się w językach obcych,
- kompetencje matematyczne i podstawowe kompetencje naukowo-techniczne,
- kompetencje informatyczne,
- umiejętność uczenia się,
- kompetencje społeczne i obywatelskie,
- inicjatywność i przedsiębiorczość,
- świadomość i ekspresja kulturowa.

Gra „Chłopska Szkoła Biznesu” jako narzędzie edukacyjne służy kształtowaniu kluczowych kompetencji, z naciskiem na inicjatywność i przedsiębiorczość oraz kompetencje społeczne i obywatelskie. Służy temu mechanizm gry zakładający konieczność wchodzenia w interakcje z innymi uczestnikami oraz stawiający przed graczami problemy wymagające kalkulowania, negocjacji i podejmowania decyzji finansowych.

Więcej o kluczowych kompetencjach i o związkach edukacji z dziedzictwem kulturowym można przeczytać w podręczniku projektu „Aqueduct” pt. *Nabywanie kluczowych kompetencji poprzez edukację na rzecz dziedzictwa kulturowego*. Część teoretyczna poświęcona jest dziedzictwu i edukacji rozwijającej kompetencje, w części praktycznej opisano metody, narzędzia i kilkadziesiąt przykładów dobrych praktyk wypracowanych w szkołach krajów Unii Europejskiej (mik.krakow.pl/aqueduct.pdf).

Nowa podstawa programowa

Symulacyjna gra ekonomiczna „Chłopska Szkoła Biznesu” jest narzędziem edukacyjnym pomocnym w realizacji celów nauczania zawartych w nowej podstawie programowej.

Nowa podstawa programowa wprowadzona rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z 23 grudnia 2008 roku (Dz. U. z 2009 r. nr 4, poz. 17) stawia przed nauczycielami zadania realizacji m.in. celów kształcenia z zakresu przedsiębiorczości.



Cele edukacyjne zawarte w nowej podstawie programowej są w „Chłopskiej Szkole Biznesu” realizowane poprzez wykorzystanie w warunkach szkolnych znanego ze szkoleń w biznesie narzędzia gry symulacyjnej. Dzięki liczbie graczy dostosowanej do liczebności klasy szkolnej (12–30 osób) gra może być wykorzystywana w szkole jako podstawa do przeprowadzania lekcji na tematy związane z zagadnieniem przedsiębiorczości.

Gra „Chłopska Szkoła Biznesu” pozwala realizować cele nauczania z zakresu zarówno ogólnych celów nauczania, jak i celów szczegółowych z zakresu przedmiotu wiedza o społeczeństwie.

Na poziomie ogólnych celów nauczania gra pomaga uczniom nabywać wiedzę i rozwijać umiejętności w następujących zakresach:

- „komunikacja i podejmowanie decyzji,
- gospodarka i przedsiębiorstwo,
- planowanie i kariera zawodowa,
- zasady etyczne,
- człowiek przedsiębiorczy,
- rynek”.

(źródło: „Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół”, zał. 4, s. 102–104).

W zakresie przedmiotu wiedza o społeczeństwie gra „Chłopska Szkoła Biznesu” może pomagać przy realizacji następujących zakresów nauczania:

- „gospodarka rynkowa,
- przedsiębiorstwo i działalność gospodarcza”.

(źródło: „Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół”, zał. 4, s. 85).

Co może zyskać uczeń?

Grając w „Chłopską Szkołę Biznesu”, uczeń może:

- sprawdzić się w roli przedsiębiorcy,
- ćwiczyć szybkie podejmowanie decyzji w warunkach konkurencji i presji czasu,
- rozwijać umiejętność szacowania i podejmowania ryzyka ekonomicznego,
- rozwijać umiejętności negocjacyjne, stosując je w praktyce,
- ćwiczyć umiejętność tworzenia i realizacji strategii działań,
- lepiej zrozumieć współczesne zjawiska ekonomiczne,
- rozwinąć zdolność analitycznego myślenia,
- poznać w działaniu podstawowe zjawiska zachodzące na wolnym rynku,
- dobrze się bawić i odnaleźć swoje miejsce w grupie.

Do czego może być wykorzystywana gra „Chłopska Szkoła Biznesu”?

W zależności od potrzeb, gra może być użyta jako narzędzie do realizacji różnych celów. Można wśród nich wyróżnić przede wszystkim cele edukacyjne, rozrywkowe i integracyjne.

Po pierwsze – cele edukacyjne. Gra daje możliwość realizowania celów edukacyjnych z zakresu podstawowych zagadnień ekonomicznych, pozwala też podejmować tematy związane z historią Małopolski i historią społeczno-gospodarczą Polski. Podstawowe wiadomości potrzebne do omówienia rozgrywki pod tym kątem zostały zawarte w części historycznej niniejszego opracowania.

Po drugie – cele rozrywkowe. Emocje przeżywane przez graczy i ich doświadczenia podczas gry mogą być równie cenne jak wiedza, którą nabywają.



Po trzecie – cele integracyjne. Właściwości, które sprawiają, że gra może być dobrą rozrywką, decydują również o jej socjalizującym charakterze. Dotychczasowe doświadczenia wykazują, że gra ma potencjał do poprawiania komunikacji w grupie. Może być więc używana jako narzędzie do integracji grup, ćwiczenie typu lodołamacz czy ćwiczenie aktywizujące grupę do wspólnej pracy.

CSB może być więc przydatna wszędzie tam, gdzie istnieje potrzeba:

- wyjaśnienia podstawowych mechanizmów rynkowych,
- wspólnej zabawy,
- zintegrowania, zaktywizowania czy zapoznania grupy.

Jak przygotować lekcję z wykorzystaniem „Chłopskiej Szkoły Biznesu”?

Cele zajęć z grą

Przygotowując zajęcia, prowadzący powinien określić, na realizacji jakich celów najbardziej mu zależy, czemu przede wszystkim ma służyć rozgrywka. Odpowiedź na to pytanie może pomóc określić, z jakimi działaniami połączyć grę. Czy będzie jej towarzyszyła dyskusja? Czy uczniowie przeprowadzą na jej podstawie wspólną analizę jakiegoś zjawiska ekonomicznego lub społecznego? Czy w ramach spotkania warto wprowadzić inne zabawy integracyjne i jaki powinny mieć one charakter? W jakie inne edukacyjne gry planszowe można zagrać lub polecić uczniom oprócz CSB? Więcej inspiracji można znaleźć w dalszej części tego rozdziału.

Obsługa gry

Konstrukcja gry przewiduje, że stanowiska wypraw handlowych i produkcji są obsługiwane przez osoby niebiorące bezpośrednio udziału w grze – bankierów. Prowadzący może sam pełnić rolę bankiera, może też zaangażować do tego zajęcia uczniów. Sprawowanie tej funkcji jest dla nich atrakcyjne – wymaga skupienia i wyrabia umiejętność obsługi dużej liczby uczestników rozgrywki. Bankierzy powinni być odpowiednio przygotowani. Powinni biegle znać ceny poszczególnych towarów i wydajność produkcji wszystkich postaci, tak aby podczas gry mogli szybko i sprawnie obsługiwać graczy.

W co graliśmy? Czyli podsumowanie rozgrywki

Zależnie od założonych celów gry (edukacja, rozrywka, integracja grupy) podsumowanie rozgrywki z uczniami może przybierać różne formy. Po zakończeniu gry, policzeniu punktów przez wszystkich graczy i wyłonieniu zwycięzców, prowadzący może zadać grupie szereg pytań i skomentować odpowiedzi, może też zaprosić uczestników do wspólnej dyskusji.

W wypadku rozgrywki zakładającej cele edukacyjne, można wykorzystać grę jako pretekst do wprowadzenia podstawowych pojęć ekonomicznych, zarówno mikroekonomicznych, np. zysk, utarg, koszt, cena, przedsiębiorstwo, jak również makroekonomicznych, np. rynek, podaż, popyt, klaster gospodarczy, oraz do omówienia innych zagadnień związanych z przedsiębiorczością, takich jak ryzyko, negocjacje handlowe, planowanie, spółka czy konkurencja.

Przykładowe działania

Prowadzący prosi uczniów, żeby spróbowali, na podstawie swoich doświadczeń z gry, wyjaśnić wybrane pojęcia. Mogą to zrobić w grupach, prezentując potem wyniki swojej pracy. Tak powstałe wyjaśnienia pojęć można potem skonfrontować z ich podręcznikowymi definicjami. Prezentacja zagadnień kładzie nacisk na osobiste doświadczenie uczniów (wyniesione z gry) i skłania ich do samodzielnego jego przeanalizowania. Sprzyja to zrozumieniu i zapamiętaniu treści, nawet jeśli pierwsze odpowiedzi nie będą w pełni poprawne.

Uczestnicy w grupach zastanawiają się, czego od andrychowskich chłopów mogliby nauczyć się współcześni przedsiębiorcy? Na potrzeby tego zadania uczestnicy mogą



otrzymać dodatkowe materiały (np. część historyczną niniejszego opracowania). Dla ukierunkowania pracy, uczestnicy mogą mieć za zadanie przedstawić w każdej grupie tylko jedną, najważniejszą ich zdaniem wskazówkę. Rezultatem takiej pracy może być przygotowanie przez każdą z grup prezentacji, wykonanie plakatu, sporządzenie biznesplanu, strategii działania itp. oraz wspólna dyskusja.

Rozgrywka spełniająca przede wszystkim cele rozrywkowe może być zakończona uroczystością przyznania medali, dyplomów, nagród zdobywcom poszczególnych miejsc. Zwiększeniu atrakcyjności takiej zabawy może posłużyć wprowadzenie jakiegoś rodzaju wymieniałości złotych górskich po zakończeniu gry, np. 1 zg = 1 ciastko, jabłko itp. Po zakończeniu gry można też zaprosić uczestników do kilku zabaw odbywających się w jej kontekście. Poniższe propozycje dotyczą przede wszystkim młodszych grup graczy (12–13 lat).

Przykładowe zabawy animacyjne z wykorzystaniem „Chłopskiej Szkoły Biznesu”:

- zespoły układają i odśpiewują „pieśń tkaczy, kowali i piekarzy” lub prezentują hasła zachęcające do zakupu lnianych płócien,
- uczestnicy przygotowują i odgrywają scenki rodzajowe z andrychowskiego jarmarku,
- cała grupa wspólnie opowiada historię o przygodach dzielnego drelicharza Kuby (kupca domokrążnego). Pierwsza osoba zaczyna opowieść od słów „Dawno, dawno temu dzielny drelicharz Kuba wyruszył z Andrychowa w świat...”, a kolejne kontynuują, dodając fragmenty opowieści.

Gra o charakterze rozrywkowym może również stanowić element „klasowego święta gier planszowych” i mogą jej towarzyszyć rozgrywki innych gier planszowych. Dobór odpowiednich gier może nadać takiemu wydarzeniu spójny charakter, mogą to być przykładowo inne gry ekonomiczne lub „imprezowe”.

Rozgrywce realizującej cele integracyjne może towarzyszyć podsumowanie obejmujące wspólne poszukiwanie odpowiedzi na pytania:

- Jak komunikowaliśmy się na początku, a jak pod koniec gry? Co się zmieniło i dlaczego?
- Kto czuł się w centrum wydarzeń, a kto czuł, że stoi z boku?
- Czy każdy zespół grał sam, czy tworzyły się większe spółki?
- Jakich argumentów używaliśmy podczas targowania się?
- Jakie emocje wywoływała w nas rozgrywka?
- Co nasz sposób gry mówi o naszej grupie/naszym zespole?

Jak przygotować lekcję z wykorzystaniem „Chłopskiej Szkoły Biznesu”?

Dostosowanie zasad gry do celów edukacyjnych

Gra zakłada 3 podstawowe warianty reguł: dla graczy początkujących i zaawansowanych oraz reguły turniejowe. Wariant dla graczy początkujących jest polecany do zastosowania w ramach pierwszej rozgrywki CSB. Wariant zaawansowany różni się od niego tym, że wprowadza się w nim karty pomocników. Nauczyciel przygotowujący lekcję z wykorzystaniem gry może też wprowadzać własne modyfikacje. Mogą one służyć dostosowaniu rozgrywki do prezentacji konkretnych zagadnień i realizacji celów edukacyjnych. Poniżej propozycje modyfikacji gry. Próby takie można przeprowadzać wyłącznie w grupach, które wcześniej grały w wariant zaawansowany gry. Przykładowe symulacje:

a) Monopol i duopol

Przygotowując grę w tym wariantcie, prowadzący ogranicza liczbę kart postaci danego rzemieślnika. Przygotowuje rozgrywkę w taki sposób, żeby wśród graczy, niezależnie od liczebności grupy, był tylko 1 lub 2 kowali (tkaczy lub piekarzy). Gracze ci powinni do-



stać podwójny zestaw kart czasu (tak, by na rynku nie zabrakło ich towaru, co uniemożliwiłoby dalszą grę). Modyfikacja zasad gry stwarza warunki rynkowe, w których kowal (monopol) lub dwóch kowali (duopol) może dyktować ceny nabywcom (tzw. rynek producenta). Taka rozgrywka – ilustrująca zjawisko monopolu lub duopolu – może zostać skrócona przez prowadzącego, np. do 20 minut. Po zakończeniu symulacji uczniowie mogą przeanalizować, co się wydarzyło w grze, np. jak kształtowały się ceny towarów, jakie były strategie prowadzenia działalności gospodarczej w tych warunkach.

b) Inflacja

Inflację w grze można wywołać poprzez podniesienie kosztów produkcji. Koszty produkcji graczy można stopniowo podnosić poprzez wprowadzenie zasady, że po wykorzystaniu na cele produkcyjne 1/3 kart miesiący piekarzy, tkaczy, kowali, bankier zakomunikuje, że od tej pory koszty produkcji odpowiednio chleba, płótna i bryk wzrosną o 1 złoty górski. Następnie po wykorzystaniu 2/3 kart miesiący, koszty wzrosną o kolejne 2 zg (w sumie już o 3 zg w stosunku do cen z początku gry). Przed rozgrywką bankier powinien określić, ile kart czasu danego specjalisty stanowi 1/3, a w trakcie gry powinien tak odkładać karty czasu, żeby móc się szybko zorientować, w którym momencie podnieść ceny danego dobra. Każdorazowo przy zmianie ceny prowadzący powinien przerwać na moment grę i poinformować o tym wszystkich graczy.

Rosnący koszt produkcji skłoni wielu graczy do podnoszenia cen na jarmarku, co może przyczynić się do powstania tzw. inflacji kosztowej.

c) Malejący popyt – kurczące się rynki zbytu

Prowadzący może wybrać wariant rozgrywki, w którym działalność gospodarcza będzie prowadzona w warunkach zaostrzającej się konkurencji, wynikającej z malejącej dostępności rynków zbytu. W tym celu należy rozłożyć zmniejszoną liczbę kart wypraw na planszy (np. po 2 karty wypraw przy każdym mieście) i wprowadzić zasadę, że raz wylosowana karta przychodu z wyprawy nie wraca już na stół. Miasto bez kart wypraw jest niedostępne dla graczy. Wówczas gracze będą zmuszeni do szybkiego podejmowania działań, by zrealizować jak najwięcej wypraw handlowych. Po rozgrywce można przedyskutować sposób prowadzenia działalności w tych warunkach.



Działalność historycznych przedsiębiorców może służyć jako ilustracja ułatwiająca zrozumienie współczesnych zjawisk ekonomicznych oraz uniwersalnych czynników składających się na sukces w prowadzeniu działalności gospodarczej. Analizę czynników skutecznego prowadzenia działalności gospodarczej można przeprowadzić poprzez stawianie pytań i omawianie odpowiedzi wspólnie z uczniami. Poniżej przedstawiono wybrane zagadnienia, które można poruszyć w nawiązaniu do historii.

Przyczyny sukcesu gospodarczego – organizacja i warunki produkcji

Specjalizacja – produkcja lnianych płócien

Tkacze z ośrodka andrychowskiego wyspecjalizowali się w produkcji serwet, obrusów, ręczników i słynnych drelichów, czyli grubych i mocnych tkanin lnianych. Wybór produktów z ośrodka andrychowskiego:

- ręczniki – proste i modre,
- drelichy – proste, w pasy, śląskie cętkowane, moskiewskie,
- płótna – bystre, czajka, langotka i granatka,
- płócienka – cienkie, cienkie białe, grube pacześne, w kratki.

Pracę tkaczy uzupełniali inni rzemieślnicy. Aby płótno nadawało się na sprzedaż, musiało być wielokrotnie prane i płukane. Poddawano je także bieleniu, maglowaniu oraz, rzadziej, farbowaniu. Nad brzegami Wieprzówki budowano liczne blechy, a przy młynach wodnych i nad stawami sytuowano pralnie i warzalnie.

Pytania:

- Jakie znamy współczesne przedsiębiorstwa, które osiągnęły sukces dzięki specjalizacji?
- Jakie korzyści osiąga firma dzięki specjalizacji? (np. lepsza jakość, silna marka)

Wysoka jakość produkcji w XVIII wieku

Franciszek Czerny-Schwarzenberg, właściciel dóbr andrychowskich, sprowadził tu w I połowie XVIII wieku nowych mieszkańców – wyspecjalizowanych tkaczy z Belgii, Saksonii i Śląska. Ich wiedza i miejscowe tradycje tkackie uczyniły z Andrychowa prężnie rozwijający się ośrodek tkacki.

W XVIII wieku andrychowski ośrodek wytwarzał około 100 gatunków płótna. Miejscowi chłopci-tkacze przewyższali umiejętnościami i wiedzą między innymi wielkomiejskich tkaczy krakowskich. Do dziś zachowała się skarga Kierpca, chłopca z Roczyn, na konkurentów – krakowskich tkaczy – w której wylicza on z dumą gatunki tkanin produkowanych w Andrychowie, których „oni nie robią, nie robili i robić nie będą”. Od Kierpca wiemy, że wytwarzano tu również „tkaniny ciągnione w herby”, z czego wnioskować można, że rozwinęło się tu także tkactwo artystyczne, które przy użyciu wyrafinowanych technik uzyskiwało bogate wzory i obrazy.

Pytania:

- W jaki sposób można poprawić jakość produktów w firmie? (np. transfer technologii, zakup licencji)
- W jaki sposób jakość produktów i usług wpływa na markę firmy?

Podaż surowca na rynku lokalnym (jarmarki)

W Andrychowie len uprawiano co najmniej od XVII wieku, okolice były błękitne od kwitnących kwiatów. W 1750 roku wieś Andrychów otrzymała od króla przywilej organizowania aż 12 jarmarków rocznie! Nawet duże miasta rzadko miały taką możliwość. Na miejscowych jarmarkach można było kupić taną przędzę lnianą, przywożoną do Andrychowa przez chłopów między innymi ze wschodnich rejonów Małopolski oraz z Podkarpacia. Tkacze uzyskali więc dostęp do taniej przędzy lnianej. Wielu chłopów



andrychowskich przestało uprawiać len. Skupili się na tym, co najbardziej opłacalne – produkowali cenione w całej Europie płótna.

Pytanie:

- Czy w dzisiejszej gospodarce funkcjonują „przywileje” (np. specjalne strefy ekonomiczne, ulgi podatkowe, subwencje i dotacje)?

Skala produkcji – przemysł chałupniczy

Zapotrzebowanie na lniane płótna było duże, rosła liczba chłopów, którzy stawali się zawodowymi tkaczami. Ośrodek andrychowski obejmował siedem miejscowości: Andrychów, Inwałd, Roczniny, Sułkowice, Targanice, Wieprz i Zagórniki. Pod koniec XVIII wieku działało tu aż 600 warsztatów tkackich pracujących przez cały rok. Tkaniem dorabiało sobie również kilkuset rolników produkujących płótna w zimie, gdy nie było pracy w polu. W prawie każdym domu stukał warsztat tkacki. Tutejsi tkacze mogli wyprodukować rocznie nawet 20 tysięcy sztuk płótna po 60 łokci (59,6 cm) każda. Dynamiczny rozwój lokalnej gospodarki bazującej na tkactwie skłonił króla Stanisława Augusta Poniatowskiego w 1767 roku do udzielenia Andrychowowi przywileju – zgody na utworzenie miasta. W uzasadnieniu tej decyzji padają słowa o miejscu, gdzie „nie bez zaszczytu krajowego y pożytku Skarbu Koronnego Manufaktury Obrusów, Drelichów y innych od Lat kilkadziesiąt trwające pomnażają się y tamtejszych ludzi sposobnością y staraniem nie tylko w Państwach Naszych ale y w Cudzych krajach sprzedawają się tak Łaską Naszą Królewską dopomóc chcemy (...)” (źródło: A. Zwoliński, *Miasto Ankwiczków. Z dziejów Andrychowa*, Kraków 1993, s. 164).

Przyczyny sukcesu gospodarczego – organizacja i warunki zbytu

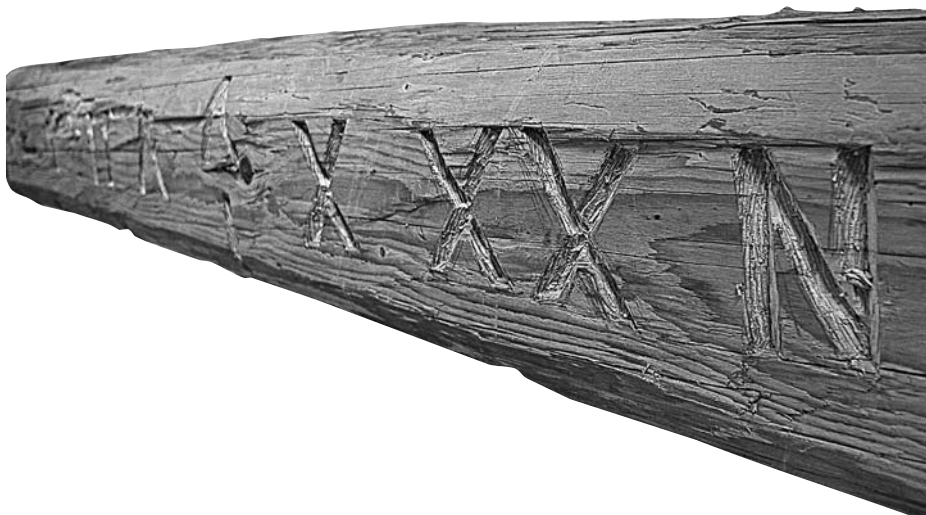
a) Kolegacje – zarządzanie i finanse

W ośrodku andrychowskim powstały przedsiębiorstwa handlowe, które umożliwiły prowadzenie sprzedaży na dużą skalę, zarówno w Rzeczypospolitej, jak i zagranicą. Były to tzw. kolegacje zakładane przez wspólników (kolegów). Wnosili oni swój majątek do spółki i dzielili się zarówno ryzykiem, jak i dochodami z prowadzonej działalności. Na ich czele stał tzw. fundator, czyli kolega, który wniósł największy udział do spółki. Pełnił on funkcję tzw. pryncypała – zarządzał jej bieżącą działalnością i brał odpowiedzialność za jej działalność. Spółki zatrudniały pracowników (np. woźniców i zarządców składów handlowych). Prowadziły również własną księgowość. Mimo że chłopci byli niepiśmieni, opracowali własny system znaków księgowych.

Cyfry arabskie:	½	1	2	5	6	10	20	50	100	200
Andrychowski zapis liczb:	—	I	II	Λ	ΛI	X	XX	N	O	OO

Za: M. Kulczykowski, *Andrychowski ośrodek płócienniczy w XVIII i XIX wieku*, Wrocław 1967

Rekonstrukcja belki ze znakami księgowymi,
fot. S. Waciego



Przykładowe pytania do uczniów:

- Jakie spółki znamy dzisiaj?
- Na czym polega różnica między spółką kapitałową a osobową?
- Jakim rodzajem spółki była kolegacja?
- Jakie znamy struktury organizacyjne w firmie?

b) Dystrybucja – sprzedaż hurtowa w XVIII wieku

W XVIII wieku, w okresie poprzedzającym rewolucję przemysłową był duży popyt na lniane płótna. Chłopi z ośrodka andrychowskiego wyspecjalizowali się w wytwarzaniu lnianych płócien (tzw. drelichów) i eksportowali ponad 80% produkcji za granicę, m.in. do Barcelony, Marsylii, Amsterdamu, Stambułu czy Moskwy. Nie było w Polsce w tym czasie innego ośrodka o tak rozległych kontaktach handlowych. Kupcy używali wytrzymałych i ładownych wozów. Specjalnością andrychowską stała się kuta bryka towarowa przystosowana przez miejscowych kowali do dalekich podróży. Wyposażenie kupca z Roczyn – Szczepana Babińskiego – w podróż do Konstantynopola:

- bryczka kuta,
- para młodych koni,
- dwie koszule,
- spodnie sukienne i drelichowe,
- buty, kapota sukienna i kapelusz,
- „kożuch duży pestrą pokryty” (do spania w czasie podróży),
- spinka srebrna,
- kociołek spiżowy (do przygotowywania posiłków),
- „skrzyneczka zielona” zamykana kluczem (na pieniądze i papiery handlowe),
- woreczek na drobne monety.

c) Dystrybucja – sprzedaż domokrężna w XIX wieku

Po rewolucji przemysłowej maszyny tkackie wypierały z rynku płócienniczy tkaczy pracujących na krosnach ręcznych. Na rynku europejskim wyroby lniane wyparte zostały przez wyroby bawełniane. Dostęp do przędzy lnianej zdominowali wówczas tzw. nakładcy, którzy dostarczali gorszej jakości surowiec. Mimo tych zmian ośrodek andrychowski jeszcze przez kilkadziesiąt lat funkcjonował dzięki rozwojowi kolegacji. Spółki chłopskie radziły sobie w nowych warunkach dzięki pracy wyspecjalizowanych handlowców, których zatrudniały. Podstawą skutecznego biznesu stała się sprzedaż bezpośrednia – dostarczanie płócien do domów klientów na terenie wschodniej Galicji. Charakterystyczną postacią dla tego okresu stał się tzw. drelicharz andrychowski – kupiec domokrężny, którego wizerunek zachował się do dziś.

Pytania:

- Czy sprzedaż bezpośrednia jest skuteczną techniką sprzedaży?
- Jakie są inne sposoby sprzedaży? Do sprzedaży jakich towarów były przydatne?

Stabilne warunki gospodarowania i współpraca

Osiemnastowieczni właściciele dóbr andrychowskich sprzedawali ziemię swoim poddanym (tzw. zakupieństwo). Nie tylko na tym zarabiali, ale również ograniczali zbiegostwo ze wsi. Chłopi lepiej gospodarowali na swoim. Zaciągali nawet kredyty na działalność gospodarczą pod zastaw swojej ziemi. Przez ponad 100 lat utrzymywało się w Andrychowie niskie oprocentowanie kredytów, czyli „5 od sta” (5%).

Ważną cechą była współpraca między lokalnymi przedsiębiorcami.



Rys: Kajetan Wawrzyniec Kielisiński
(ze zbiorów Towarzystwa
Miłośników Andrychowa)



Z tkactwa i handlu płótnem żyli nie tylko tkacze i kupcy. Z koniunktury na tkaniny lniane korzystali również inni rzemieślnicy. Dzięki współpracy mieszkańcy ośrodka andrychowskiego rozwinęli działalność handlową na międzynarodową skalę.

Współpraca rzemieślników była formą historycznego klastra gospodarczego. Grupę lokalnych przedsiębiorstw powiązanych z sobą i działających we wspólnym interesie określa się współcześnie jako klastr. Dzięki współpracy w klastrze firmy są bardziej konkurencyjne niż gdyby pracowały same. Firmy w klastrze działają podobnie jak andrychowscy przedsiębiorcy z XVIII wieku: podejmują wspólne działania na polach, na których współpraca przynosi im wszystkim korzyści.

Pytania:

- Jakie jest dziś średnie oprocentowanie kredytów na działalność gospodarczą?
- Jakie znaczenie współczesne klastry gospodarcze w Polsce i na świecie?

Bibliografia:

- Białek J., *Chłopska Szkoła Biznesu a przedsiębiorczy uczeń, czyli w stronę kompetencji obywatelskich i społecznych*, „Inspiracje. Pismo Świętokrzyskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach”, 1–2/2011 (www.scdn.pl/images/stories/aktual/mat/art_J_Bialek_Chlopska_Szkola_Biznesu.pdf, dostęp: 20.08.2012).
- Chłopska Szkoła Biznesu w Andrychowie. Tradycja i współczesność*, Anialka Team, MIK 2008, <http://goo.gl/53J3J> (film dokumentalny zrealizowany w ramach Muzeobrania 2008 w Andrychowie).
- Chłopska Szkoła Biznesu*, Małopolski Instytut Kultury 2010, <http://goo.gl/F2LJg> (film prezentujący grę).
- Jura A., *Drelichy andrychowskie. Kartka z dziejów przemysłu i handlu wyrobami tkackimi*, Warszawa 1921.
- Kosmańska K., *W gronie siła, a w grze – nauka*, „Hejnał Oświatowy. Miesięcznik Małopolskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli”, 1/2011.
- Krzesińska A., *Handlowali w Barcelonie. Projekt „Lepsza szkoła, lepszy zawód” ułatwi uczniom z Gronowa zaplanowanie kariery zawodowej*, „Nowości”, 18.10.2010 (www.powiatatorunski.pl/plik,6934,18287,handlowali-w-barcelonie-18x2010-pdf.pdf?adm, dostęp: 20.08.2012).
- Kulczykowski M., *Dwa wieki miasta Andrychowa (1767–1967)*, Kraków 1967.
- Kulczykowski M., *Andrychowski ośrodek płócienniczy w XVIII i XIX wieku*, Wrocław 1972.
- Kulczykowski J., *Chłopskie tkactwo bawełniane w ośrodku andrychowskim w XIX wieku*, Wrocław 1976.
- Marczewski B., *Powiat wadowicki pod względem geograficznym, statystycznym i historycznym*, Kraków 1897.
- Świder J., *Koledzy z Andrychowa*, „Dziennik Polski” („Magazyn Piątek”), 18.03.2010.
- Waciga S., *Lokalne muzeum jako inkubator produktów turystycznych*, w: *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać!*, red. A. Stasiak, Łódź 2009.
- Zembroń J., *Splot Andrychowski. Zarys historii przemysłu bawełnianego w Andrychowie*, Grupa Kapitałowa Fasty–Uniontex–Andropol, Andrychów 2002 (maszynopis).
- Zwoliński A., *Miasto Ankwiczków. Z dziejów Andrychowa*, Kraków 1993.



Małopolski Instytut Kultury
www.mik.krakow.pl
www.csb.mik.krakow.pl

ISBN 978-83-61406-80-8