

Каролина Бабиќ, Пеѓа Ашанин Голе

# Важноста на критичката писменост за наставниците и за студентите кога користат платно на бизнис-модел како алатка

## Апстракт

Целта на овој напис е да се анализираат алатките за бизнис моделирање (business modelling canvasses), преку методот на критичка писменост. Нејзина главна цел е да го обзнани постоењето на имплицитни претпоставки и контексти на овие модели и да укаже на важноста на ваквата концептуална и контекстуална анализа на платното како алатка во образовните процеси. Критичката писменост претставува посебен однос кон текстот, а во оваа студија платното на бизнис-моделот е земено како текст. Исто така, методот за едукација за критичката писменост се користи како метод на анализа на материјалот од истражувањето, а и како метод што им се предлага на наставниците и на тренерите да го користат во својата работа како алатка. Самата студија е еден вид на демонстрација на дидактичкиот пристап што им се предлага на наставниците. Студијата доаѓа до заклучок дека, ако наставниците ги научат студентите на вештината на критичко читање на алатките за бизнис-моделирање, тие ќе им всадат на студентите вештина за повторно создавање на светот, за да можат да развијат нови деловни модели што ќе доведат до трансформирање на општествата во коишто живеат.

### Клучни зборови:

Критичка писменост, бизнис моделирање, комуникација, критичка педагогија

# Вовед

Платното за бизнис-моделирање, или накусо „платно“, како алатка или шаблон за планирање нови бизниси или производи или за документирање на постоечките бизниси, е нешто што е општо прифатено во деловната едукација и обука повеќе од петнаесет години. Се смета за лист со една страна, на којшто има однапред наредени основни елементи и наведени чекори за негово користење. Тоа е алатка која успешно го заменува, или барем добро го надополнува, старото деловно планирање со линеарен наративен тип на бизнис-планови заснован врз поглавја. И тоа е од голема помош за наставниците, тренерите, претприемачите и другите организациски работници низ целиот свет, но најчесто (со сите негови верзии) се користи на некритички начин и без потемелно објаснување и разбирање на неговата социјална, економска, политичка и идеолошка заднина. Па така, во овој осврт, ние ја поздравуваме широката употреба на „платното“ како алатка за бизнис-моделирање, но се обидуваме и да ја преиспитаме од аспект на идеолошка и историска контекстуализација.

Платното е празен лист хартија што може да се спореди со табула раса како празна бела хартија и затоа се смета за совршена алатка за студентите, што им овозможува да бидат креативни и да работат врз создавање нови проекти и преобликување на светот според сопствените убедувања. Но, користењето на платното како бизнис-модел, т.е. како отворена и непристрасна објективна алатка, е во најмала рака погрешно, ако не дури и педагошки неодговорно, бидејќи платното, всушност, кажува илјада зборови, има однапред договорени основни елементи (building blocks) и има инструкции како да се користи алатката. Така што, овој бел документ не е толку објективен и отворен за креативните луѓе како што изгледа. И ова се однесува на сите видови и варијации на алатката за платно.

## Намера и цел на студијата

Целта на оваа студија е да ги отвори прашањата за терминологијата и за структурата на алатката за платно и да ги погледне преку методот на критичка писменост. Главната цел на студијата е да ги расветли имплицитните претпоставки и тивката заднина на овие алатки и да ги прикаже проблемите поради некритичката употреба на бизнис-моделирањето со платно во наставата, а понатаму, да им даде предлози и поддршка на наставниците кои ги користат овие алатки во наставните процеси за тоа како да ги користат со критички пристап. Забележуваме долгорочно влијание од таквата критичка употреба на алатките за платно кај еманципирани и критички креативни студенти, кои ќе бидат свесни дека нивната употреба на зборови и концепти и на системски дизајн на проекти може да биде вкоренета во имплицитни идеологии и дека таа ќе има директно влијание и материјални последици врз светот. Преку критичкиот педагошки пристап, студентите можат да увидат дека толкувањето на светот е превртената страна на повторното создавање на светот и дека користењето на даденото знаење и информации преку нивно толкување и примена им дава одговорност за повторно создавање на светот.

Таткото на критичката педагогија Пауло Фреире (Paulo Freire) е нашата инспирација за тоа платното за бизнис-моделирање да го гледаме преку еден таков пристап. „Револуционерното раководство мора соодветно да практикува ко-намерно образование. Наставниците и студентите (раководството и луѓето) кои имаат заедничка намера кон реалноста се истовремено субјекти,

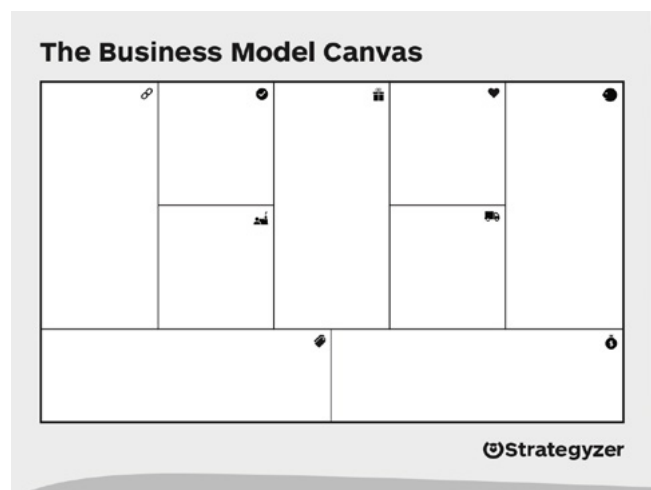
не само во нивната задача да ја разоткријат таа реалност, а со тоа и да ја осознаат критички, туку и во задачата повторно да го создадат тоа знаење. Како што го остваруваат ова знаење за реалноста преку заедничко размислување и дејствување, тие се откриваат себеси како нејзини постојани пресоздавачи.“ (Freire, 2005, стр. 69)

Пред да навлеземе подлабоко во нашите теми, да направиме еден краток осврт на современите истражувања на оваа тема. Бидејќи платното за бизнис-модел е навистина широко распространето, неговата практична употреба е предмет на обемно истражување, а исто така редовно се развиваат и нови типови или варијации на платната. Делумно е истражена и споредбата на различни видови платна. Една таква компаративна анализа на неколку платна е конференцискиот труд *Making Sense of Canvas Tools: Analysis and Comparison of Popular Canvases* (Tranquillo, Kline and Hixson, 2016). Авторите на оваа студија предлагаат создавање рамка за наставниците и тренерите за да се прави избор меѓу постоечките платна, а даваат и насоки за создавање нови платна. Студијата дава добар осврт на видовите платна, но не ја допира заднината или идеолошкиот контекст на видовите на тие платна. Притоа, оваа студија ни дава одредена почетна насока за да го сосредоточиме нашето истражување само врз „платно на бизнис-модел“, а не врз сите можни платна што се користат за разградување на системите и за планирање, како што се платната за иновации, кои исто така опфаќаат прецизни теми за дизајн на производи што не се дел од оригиналното платно за бизнис-моделирање и од неговите варијации (Ibid., стр. 9). Или, на пример, употреба на пристапот на платно и на други полиња надвор од бизнисот и инженерството, т.е. апликативната студија *Canvas Model as a Tool for Research Projects: A Theoretical Approach*, која пристапот на моделирање со платно го применува врз областа на научни истражувачки методологии (Socorro Márquez and Reyes-Ortiz, 2022).

Но, овој тип на истражување на моделирање на платно не ги опфаќа прашањата што се предмет на наш интерес, што значи контекстуалната и идеолошката заднина на структурата и концептите во моделите со платно.

Се разбира, не можеме а да не го споменеме Александар Остервалдер, кој го има развиено класичното или стандардното платно на бизнис-моделот во својата докторска дисертација во 2004 година и кој подоцна го елаборира во многу свои трудови, како на пример во *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (Osterwalder and Pigneur, 2010). Тука е даден осврт на повеќето таканаречени класични или стандардни алатки за платно за бизнис-моделирање, како оние што се оние овозможени од Canvanizer (Canvanizer, n.d.) или од Strategyzer (Business Model Canvas Explained, n.d.).

Слика 1: Стандардната структура на платно за бизнис-моделирање е алатка во согласност со лиценцијата Creative Commons og Strategyzer. (Business Model Canvas Explained, n.d.)



Но, најголем дел од истражувањата во областа на моделирањето со платно се апликативни, што значи дека имало многу дополнителни апликативни истражувања што биле направени со цел да се прошири класичното или стандардното платно поставено од Osterwalder со нови основни елементи, нови аспекти или со нови слоеви врз него. Добар пример за една таква примена е студијата The Triple Layered Business Model Canvas, во која авторите развиваат платно како алатка за иновирање бизнис-модел што е ориентиран кон одржливост: „Тоа го проширува првично зацртаното платно за бизнис-моделот така што му додава два слоја: еден слој на животната средина што се заснова врз аспектот на животниот циклус и уште еден социјален слој што е заснован врз перспективата на засегнатите страни. Кога се земаат заедно, овие три слоја на бизнис-моделот многу појасно изразуваат како една организација генерира повеќе типови на вредност – економска, еколошка и социјална (Joyce and Paquin, 2016, стр. 1). Ова е насоката што доведе и до голем број други нови модели на платно, како и до трите типови на модели што ќе ги анализираме во нашата студија.

## Пристап во истражувањето

Методологијата на студијата ќе вклучува аналитичко и критичко разложување на платното за моделирање бизнис-модел (со три различни верзии на платното, вклучувајќи стандарден ‘старт ап’ модел, социјален бизнис-модел и кооперативен модел) користејќи методи на критичка писменост и критичко размислување, и со акцент врз концептуална и контекстуална анализа на моделот. Ќе претставиме исто така и мала студија на случај која ќе ја анализира употребата на платното за моделирање кај група студенти по студискиот предмет Социјално претприемништво и кооперативизам. Како заклучок, ќе презентираме неколку предлози наменети за наставниците и за тренерите за тоа како да го применат образованието за критичка писменост при користењето на платното како алатки во нивната наставна работа и како да ја пренесат вештината на критичко читање на платното за моделирање на своите ученици.

Под метод на критичка писменост тука подразбираме, според Luke (2019), поставување под знак прашање на реалните и на материјалните последици од текстовите и дискурсите, и како можеме да ги преобликуваме нив; и според Freire (2005), на капацитетот за анализа, критика и трансформирање на општествени, културни и политички текстови и контексти. Критичката писменост претставува посебен однос кон текстот, вклучително и разбирање на улогата на луѓето (се мисли на писатели и читатели, говорници и слушатели) од текстот во ко-создавањето на значењето на текстот, а со тоа и на реалноста. Платното за бизнис-моделот е текст што треба да се користи во наставата која употребува пристап на критичка писменост.

Светот на наставата секогаш се соочува со „ѓаволот“ на релативизмот и со „ѓаволот“ на догматизмот во исто време, а наставниците треба да најдат начин да „се одржуваат на површината“ помеѓу овие два „ѓаволи“. Како што вели Allen Luke, „ризикот отсекогаш бил блогерите и новинарите, наставниците и студентите да останат неповрзани со општествената или со материјалната реалност, да работат во релативистички универзум на конкурентни значења без фиксна епистемолошка основа – со образование сведено на просторија со интертекстуални огледала.“ (Luke, 2012, стр. 210)

Затоа, во оваа студија ќе ја земеме алатката за платно како текст, ќе ја читаме како текст и тоа текст што е изграден од основната (основни елементи) и од концепти (зборови со теоретско и практично значење) употребени во описот на основните елементи и во упатствата за користење на платното како алатка, која има своја архитектура и интересен дизајн и мебел.

Со употреба на методологија на критичка писменост и со конкретни методи на критичко размислување, ние настојваме да ги читаме моделите на платното онака како што би ги читале текстовите. Методот на едукацијата за критичка писменост овде ќе се користи како метод за анализа на материјалот опфатен со ова истражување, а исто така и како метод што им се предлага на наставниците и на тренерите да го користат во својата работа со платно за моделирање. Сето ова значи дека самата студија е еден вид демонстрација на пристапот што им го предлагаме на наставниците и тренерите.

## Наоди од истражувањето

За целите на оваа студија, избравме три различни модели на платно: ‘старт ап’ бизнис-модел, социјален бизнис-модел и кооперативен модел. Целосно со намера избравме три модели што значително се разликуваат еден од друг, дури на некој начин и радикално. Ова го направивме за да можеме да покажеме јасни контекстуални и концептуални разлики кај нив, но свесни сме дека, во практиката, повеќето модели на платно може да бидат некаде помеѓу овие различни модели и некои од нивните карактеристики е можно да се преклопуваат. Ваква радикална црно-бела презентација на различни бизнис-модел користиме само заради подобро прикажување и појасна елаборација на резултатите од нашата студија.

### Споредба на три типови на модели на платно: ‘старт-ап’ бизнис-модел,, социјален бизнис-модел, кооперативен модел

Табела 1: Различни концепции што се користаат во моделиите, во споредба со „основното платно“

Дел (секција) од моделот	Модел бр.1 Ова е „Основно платно“ во однос на кое ги споредуваме моделите 2 и 3: ‘Старт ап’ бизнис-модел (Business Model Canvas Explained, n.d.)	Модел бр.2 Социјален бизнис-модел (Social Innovation Canvas Toolbox, n.d.)	Модел бр.3 Кооперативен модел (Združimo se CoopTool: Cooperative Canvas Business Modelling Tool, 2017)
Дел за вредност: средина на моделот	Предлог за определување вредност	Социјални иновации Предлог за вредност Мисија Општествена промена Општествено влијание Општествени и еколошки проблеми	Општествена вредност (за сега и за идните генерации) Предлог за вредност Мисија

Пазарен дел: десната страна на моделот	Сегменти на клиенти Канали за односи со клиенти	Односи со клиенти Канали Придобивки за клиентите (социјална цел зад директните придобивки за клиентите) Влијание врз животната средина, животните итн. Ранливи групи	Корисници и (јавни) претплатници Корисниците и/или претплатниците се крајни плаќачи или не Учество на корисници и претплатници во управувањето. Корисниците исто така и како членови на кооперативот. Односи со корисници/ претплатници/ клиенти. Канали за испорака (Невидливи) корисници на кои се влијае (можеби дури и идни генерации). Ранливи групи
Дел за имплементација: лева страна на моделот	Клучни партнери Клучни активности Клучни ресурси Тим	Клучни сојузници Клучни ресурси Клучни активности (суштински важни активности за мисијата) Тим	Членови (демократско владеење), вработените како членови на кооперативот. Заедница (училишта, невладини организации, општини) Ресурси (исто така и општински извори) Кооперативни сојузи Клучни активности (исто така и управување со членството)
Дел за финансии: долен дел од моделот	Структура на трошоци Текови на приходи Деловни резултати (преломна точка, добивка, вредност на компанијата)	Трошоци за реализација Реинвестирање во заедницата (колкав % од добивката ќе се реинвестира во заедницата и на кои начини?) Текови на приходи (приходи од продажба, грантови, донации) Мерење резултати (не само финансиски резултати, туку и мерење на социјалното влијание)	Структура на трошоци Добивка: Кој одлучува за поделба на добивката? Како се користи добивката? Неделиви резерви (заеднички) Текови на приходи (приходи од продажба, грантови, донации) Мерење резултати (не само финансиски резултати, туку и мерење на социјалното влијание)
Граматички аспект на моделот	Моделот се обраќа на корисникот со: „ти“ како еднина, но некогаш тоа може да се однесува и на множина	Моделот му се обраќа на корисникот на следниов начин: понекогаш множина, понекогаш еднина (социјален претприемач како едно лице)	Моделот користи прво лице множина „ние“ (кооператива/ заедница како организација на членството) Се користи граматичка еднаквост (тој/таа).

Интерпретацијата на разликите во трите типа платна на бизнис-модели објаснети врз основа на предложените упатства, што би се користеле за бизнис-моделирање за секој поединечен тип, може да се развие во многу насоки и со многу детали. Ќе посочиме некои од нив за да покажеме како да се користи концептуална анализа при читање на платното-алатка како текст.

## Дел што се однесува на вредноста:

Во делот за вредност, можеме да видиме различни сфаќања за тоа која е главната цел на еден потфат, без разлика дали е тоа остварување личен успех, желба да се оствари добивка, да се добие чувството на адреналин, да се следи перспективата на социјални промени, да се одговори на потребите на луѓето и општеството или желбата да се еманципираат луѓето. Исто така важно, зборот „вредност“ овде се користи во различни значења во различен контекст, но ова ќе го објасниме во заклучокот. Дадена е и имплицитна претпоставка дека производот (услугата или доброто) што е развиен за да одговори на потребите на клиентите исто така мора да ја одрази „вредноста на парите“ и ниту едно друго сценарио не е можно. Иако во пракса знаеме дека има голем број добра што им се потребни на луѓето, а што немаат парична вредност (како што се сончевата светлина, изворниот социјален контакт итн.)

## Дел што се однесува на пазарот:

Најинтересните концепциски „специјалности“ во трите модели, и тоа во делот што се однесува на пазарот, може да се видат во имплицитните претпоставки во врска со „потребите“ на клиентите што се сфаќаат како објективни факти кои постојат уште пред „производите“ што ги задоволуваат тие потреби. Теоријата и практиката на маркетингот нè учи дека потребите во многу аспекти се создадени од понудата на производи, но ниту еден од платно-моделите не го решава овој проблем на јасен начин. Исто така, во делот што се однесува на пазарот имаме и некритичка употреба на зборот „клиент“, и тоа во повеќето модели, при што само кооперативниот модел делумно се обидува да се осврне на оваа тема, а тоа е дека „клиент“ е поим во кој се обединети „корисник“, „претплатник“, „плаќач“ и тие сите може да бидат иста личност или многу личности. Некои модели ја користат оваа разлика, но во многу случаи со предрасуди дека постои некој хуманитарен аспект во случај кога корисникот не е исплатувачот.

## Дел за имплементацијата:

Најмалку проблематичен е делот за имплементација, бидејќи повеќе или помалку, сите иницијативи што се обидуваат да создадат производ и да управуваат со одредена организација се прилично слични во својот внатрешен дел, но има некои важни концепти кои се користат и кои зборуваат за идеолошка заднина на моделите: кај социјалниот бизнис, тие зборуваат за сојузници и мисија, што се концепти коишто почесто се користат во хуманитарен контекст, но ‘старт ап’ моделот зборува за „партнери“, што е поформален бизнис-поим. Од друга страна, кооперативите овде зборуваат за „членови“, што е поим познат во комунитарнијански, социјалистички или колаборативен социјален контекст. Она што е интересно во делот за имплементација е тоа што во основата која се однесува на клучните ресурси, во кооперативниот модел имаме поим за „општински извори“. Овој концепт не е разбирлив за стандардниот ‘старт ап’ модел, бидејќи е поврзан со концептот на комунална (општинска) сопственост или на заеднички работи, кои идеолошки целосно се игнорираат во современиот образовен и деловен свет.

## Дел за финансиите:

Во делот за финансиите исто така се среќаваме со овие различни типови имот; во повеќето современи општества познати се три типа имот или сопственост (јавен имот, приватен имот или заеднички имот, т.е. заеднички работи), но бидејќи современите образовни системи ги претставуваат само првите два типа имот, тешко е за корисниците на платното како алатка да го применат поимот на трет тип сопственост (концептите за заеднички или неделиви резерви) врз финансиската структура на моделот. Во делот за финансиите може да препознаеме и имплицитни претпоставки што се однесуваат на добивката: во ‘старт ап’ моделот не се споменува добивката, иако таа е често главниот двигател на ‘старт ап’ претпријатијата, а наместо тоа можеме да видиме имплицитна претпоставка дека сопственикот ја добива целата добивка, бидејќи ова прашање не е ниту опфатено. Исто така, во овој дел може да видиме и голем број имплицитни претпоставки што се манифестираат во различно разбирање на јавните набавки и субвенции, итн.

## Грамматика и стил на текстот:

Многу важна идеолошка заднина може да се препознае од тоа како граматички се користи јазикот во сите модели. Првите два модели се повеќе поврзани со либералната традиција на самоисполнет поединец, кој се стреми кон лично исполнување преку деловен потфат, така што тие најчесто се обраќаат со „вие“ (еднина, со персирање) или како тим „вие“ (во множина), но третиот модел е повеќе поврзан со социјалистичката традиција и користи „ние“ како множинска форма на организација врз основа на членство, која не се разбира како тим, туку како заедница. Исто така, употребата на родот (во граматичка смисла) може да биде предмет на анализа на платното како модел.

## Архитектура на моделите:

Сите три модели имаат иста архитектура која се состои од девет основни елементи (building blocks). Моделите бр. 2 и бр.3 споделуваат два од блоковите, и тоа во два полу-делови, но сепак ја задржуваат истата архитектура: вредноста е во средината, пазарен дел (во надворешниот дел) десно, дел за имплементација (внатрешен дел) лево, дел за финансии најдолу. Има една важна разлика во архитектурата – кооперативниот модел е предвидено да биде завиткан како цилиндар кога ќе се исполни, така што левата и десната страна ќе се спојуваат. Се разбира, би можеле да замислиме и некои нови основни елементи во сите три модели, како што се, на пример, дополнителните слоеви што се спомнати во платното за деловен модел којшто се состои од три слоја, а е наведен погоре. И би можеле да замислиме дополнителни елементи, на пример елемент што е поставен на работ од десната страна и се нарекува „неконтролирано влијание врз идните генерации“. А може да има уште еден основен елемент на крајната лева страна, наречен „Работи што никогаш не смееме да ги правиме, без оглед на сè“, потоа може да има дополнителен елемент на ниво на финансии, наречен „скриени трошоци во однос на загадувањето и скриени трошоци на социјалната исклученост“ или „пресметка на користење на комуналните добра за производство, како што се патиштата, знаењето, јавната администрација итн. Сега тука само нафрламе за да укажеме на можните насоки за критичко читање на платното за моделирање.



## Пример за контекстуална анализа на трите модели

Она што можеме дополнително да го направиме е контекстуална анализа на трите модели. Ги разгледаваме сите трите модели со користење прашања за контекстуална проверка, како што предложил Fischer (2011). Можеме, се разбира, да користиме и некој друг авторитет за критичко размислување, но ние го избравме Fischer за да обезбедиме мошне систематски аналитички метод со цел детално да ја испитаме содржината на текстовите. Според Fischer, „содржината (контекстот) содржи секакви претпоставки, презумпции, заднински верувања, факти што се релевантни за да се толкува што се мислело, правила на однесување и слично (...). Општо земено, контекстот ги опфаќа луѓето кои се вклучени, нивните цели, верувања, емоции и интереси, а исто така вклучува и физички, социјален и историски контекст.“ (Fischer, 2011, стр. 54)

Табела 2: Контекстуална анализа на трите модели

	Модел бр.1 Старт-ап бизнис-модел	Модел бр.2 Социјален бизнис-модел	Модел бр.3 Кооперативен модел
<b>Луѓе (говорник, слушател)</b>	Наставник по бизнис или деловен советник или тренер. Студент во бизнис-школо или млад претприемач или старт-ап иницијатива.	Наставник по социјални или бизнис-студии, или советник за компании или непрофитни организации. Студент на социјални или бизнис студии или член на некое здружение или фондација или старт-ап иницијатива.	Наставник по социјални, бизнис, уметнички студии итн., или советник за проекти за локален развој или за непрофитни и сл. Студент на кои било студии, член на некоја невладина организација, член на иницијатива да се стане кооператив, итн.
<b>Цел, верувања, емоции, интереси</b>	Да се биде успешна и независна личност. Да се живее добар живот. Да се работи со тимот на најдобрите, да се учи од најдобрите. Да се има интересна работа и возбудлив живот. Воден од успех.	Мотивите на хуманитарноста. Да се биде носител на општествени промени. Да им се помага на луѓето, да се биде добра личност. Воден од мисии.	Мотив за зајакнување и општествена трансформација. Верува во демократија и учество. Да се оствари правично општество. Да се вклучат сите луѓе, не само оние кои се најдобри да ја завршат работата. Водени од убедувања.
<b>Материјална и физичка позадина</b>	Да се работи со приватни средства и да создадат повеќе приватни средства. Да ја продаде компанијата некогаш. Да има подобар приход отколку ако е вработен во фирма.	Да се прераспределат придобивките за послабите. Да се направи добар бизнис така што (дел од) добивката да оди во заедницата.	Да се работи со приватни и со јавни средства и (барем делумно) да се трансформираат во заеднички средства. Да се намалат потребите на луѓето кои некритички консумираат материјални добра.
<b>Социјален, теоретски, идеолошки и историски контекст</b>	Теорија на намалување (trickle-down) (нееднаквата распределба е добра за општеството бидејќи придобивките допираат до најсиромашните). Претпоставка за постојан раст. Брзината на раст е вредност.	Теорија на повторна распределба (re-distribution) (нееднаквата распределба е факт што треба да се коригира со повторна распределба). Претпоставка за постојан раст. Бавниот раст може да биде модел.	Теорија на социјална правда (еднаква распределба на добра и еднаков пристап до добра е единствениот праведен социјален модел). Растот не е вредност. Намалувањето на растот може дури да биде и вредност.

Ова е само пример како наставниците можат да направат контекстуална анализа на алатката за бизнис-модел што ја користат и да најдат начин да им го претстават овој контекст на студентите, и тоа не со цел да им покажат табела на можни контекстуални содржини, туку да ги постават вистинските прашања за да се подигне свеста на студентите за контекстот на бизнис-моделот што го развиваат. Со цел студентите да можат да ги разберат концептите и нивното конкретно значење(и) и да разберат дека преку употребата на концептите со одредено значење, тие не само што го толкуваат светот, туку, ако го цитираме Freire, тие повторно го создаваат светот. Не е задача на наставниците да го оценат ученикот за тоа која насока ја земаат со толкување на платното како алатка, и понатаму со повторно создавање на реалноста, туку да ги насочат студентите да развијат критички апарат што ќе им помогне да разберат што читаат, што зборуваат и каков свет (пре) создаваат, како и да ја преземат одговорност за тоа.

## Студија на случај: група студенти на курс

### *Социјално претприемништво и кооперативност*

Група од 46 студенти кои посетуваа курс за социјално претприемништво и кооперативност имаа тимска задача да симулираат основање на задруга (кооператив). Имаше вкупно 10 екипи, на кои им беа дадени два различни модели на платно како алатки што ќе им помогнат да создадат целосен модел на нивната задруга: станува збор за класичното платно за старт-ап и платното за кооператив (тоа се моделот бр.1 и моделот бр.3 во оваа наша студија). Студентите беа охрабрени од наставникот, кој е еден од авторите на овој текст, да го користат моделот на кооператив како основа, но и да го користат стандардното старт-ап платно за да си помогнат во разбирањето на основните елементи (building blocks). Наставникот посвети посебно внимание на некои прашања во врска со тоа какво е разбирањето кај студентите за моделирање со користење на платно и како тоа резултираше во симулирани задруги (кооперативи) кои тие ги развија.

На пример, ниту еден од 10-те тимови не го разбра, ниту го користеше правилно концептот на „заеднички извори“, што значи, во основниот елемент наречен „клучни ресурси“ тие не ги спомнаа „заедничките извори“ (8 тима) или сепак ги спомнаа (2 тима), но со погрешна примена на концептот, и покрај тоа што го користеа кооперативниот модел заедно со прецизни упатства дадени за овој основен елемент во однос на тоа кои се заедничките извори.

Важен проблем кај студентите во овој случај беше и нивното разбирање на потрошувачите (или корисниците) дека и тие се членови на задруга (што значи сосопственост и коуправување со кооперативното претпријатие). Ниту еден од тимовите не го создаде бизнис-моделот со корисници кои исто така биле членови на задруга/кооператив сè додека наставникот не им даде предлози во оваа насока, и тоа во вид на неделни консултации, по што два од тимовите вклучија корисници како членови.

Сепак, можеме да препознаеме дека има добро разбирање за можното хибридно финансирање на нивните кооперативни производи, на пример, на можностите за комбинирање на јавното финансирање на услугите со пазарните приходи. Студентите започнаа општо да учат за јавното финансирање и да го разбираат како „помош“ (помош на општината, помош од министерствата), но откако ги прочитаа инструкциите на кооперативното платно и ги ислушаа предавања за хибридните финансиски стратегии кои комбинираат јавен, приватен и трет (социјална економија) секторски пристапи, тие ги отфрлија имплицитните претпоставки за тоа дека јавните финансии се поврзани со поимите „помош“, „социјални субвенции“, „мрзеливост“ или слично.

Интересно во случајот на групата студенти беше нивната неможност да се одлучат за поимот „бесплатни услуги“ или „бесплатни добра“. На еден од вебинарите во рамките на курсот им беше поставено анкетно прашање: „Кој од следниве производи е/се бесплатна/-и за корисникот?“ Можни однапред дадени одговори беа: а) основно училиште, б) услуги за јавно здравје, в) пријатно чувство на сончева светлина на кожата, г) уживање во изведба на уличен театар, д) ништо од овие не е бесплатно за корисникот. Дваесет и пет присутни студенти имаа 20 секунди да одговорат на анкетата, а ние (гледајќи го задниот дел од одговорите) можевме да видиме дека тие неколку пати се предомислуваа, не можејќи да се одлучат за некој од одговорите. На крајот, повеќето од нив (17) го избраа одговорот в), а многумина и одговорот г) (5). Анкетата имаше за цел да биде провокативна, а во дискусијата која следеше по анкетата беше наведена претпоставката на наставникот дека студентите не се запознаени со овие типови прашања кои од нив очекуваат подлабоко разбирање на суштината на поимите како што се „цена“, „јавна субвенција“, „консумирање на некое добро наспроти плаќање за доброто“. Целта на оваа кратка анкета и дискусијата со студентите беше дидактична, т.е. да им се укаже на студентите на нивните имплицитни претпоставки што ги имаат кога се соочуваат со теми како „јавно финансирање на нешто“ или „бесплатни услуги“ итн.

Исто така, она што е интересно е дека повеќето од тимовите во кои се симулираше основање на задруга, т.е. кооператив (8 тима), креираа финансиски дел од платното што беше многу сличен на старт-ап иницијатива, што значи дека има брз раст на приходите, иако инструкциите на кооперативното платно даваат јасна аргументација дека растот кај кооперативите се очекува да биде многу побавен отколку кај старт-ап претпријатијата. Исто така, ниту еден од тимовите не го елаборираше правилно прашањето за заедничкиот имот на кооперативите, т.е. се покажа дека нивното разбирање за видовите на имот (сопственост) е заглавено во дихотомијата јавно-приватно и не остава концептуален простор за заедничка сопственост или за нешто заедничко, иако кооперативното платно го објаснува поимот „заедничко“. Овде повторно се потврди нашата претпоставка дека образовните системи ги учат децата и студентите само за два типа на сопственост, така што тие немаат концептуален капацитет да препознаат и други опции освен тие две, дури и ако алатката што ја користат ги упатува на постоење на трета.

## **Заклучни забелешки и дидактички препораки за наставници и за ученици**

Со оглед на тоа дека платното за бизнис-моделирање се користи како алатка во наставата претежно без критичко елаборирање на неговата контекстуална заднина и бидејќи ова ги „зачаурува“ студентите во застарени пристапи во однос на нивните идни активности, сакаме да дадеме предлог за комуникациски и дидактички индиции благодарение на коишто наставниците ќе бидат зајакнати од аспект на критичката педагогија, а крајната цел притоа е да се поттикне студентите критички да ги користат алатките за платно за бизнис-моделирање во своите бизнис и социјални проекти.

Како што беше кажано во методологијата, критичката писменост претставува посебен однос кон текстот, а рековме дека платното за бизнис-моделот е текст што треба да се користи во образованието во коешто се употребува пристап на критичка писменост. Со ова истражување се обидовме да ги прочитаеме трите модели на платно како текстови што користат специфични концепти (коишто може да значат различни работи во различни контексти) и коишто имаат специфична структура.

Исто така, покажавме дека има многу имплицитни претпоставки кога моделот на платно се чита како текст и дека можеме да користиме одредени аналитички пристапи со цел да ги извадиме на површина тие имплицитни претпоставки. Дополнително, се обидовме да дадеме еден пример на контекстуална анализа на трите модели на платно за да покажеме како еден конкретен модел може, како текст, да биде целосно „зачаурен“ во една економска теорија, или во една идеологија, или во еден специфичен социјален и историски контекст.

Добро ни е познато дека нашето истражување има структура на „пакет“ (bundle) на делумна анализа и дека таквиот истражувачки пристап има добри и лоши страни. Добрата страна е, како што ќе видиме, применливоста на темата во настава и обука со употреба на платно за моделирање како алатка. Но, тука има и некои ограничувања што го следат методолошкиот пристап на концептуалната и на контекстуалната анализа за тоа дека се тие претежно филозофски методи (без никаков квантитативен аспект), а исто така користат и мала студија на случај која не може да се генерализира за ниту една поширока популација. Од друга страна, пак, ова ја остава оваа тема отворена за понатамошно истражување преку употреба на соодветни квантитативни методи. Во овој момент, сметаме дека нашата студија е доволна за да може да се применува врз дидактички прашања.

Затоа, сакаме да им дадеме одредена препорака на наставниците, на тренерите и на студентите како да користат метод на критичка писменост кога читаат модели преку платна. Luke поставува многу практично прашање упатено до наставниците, како и до другите: „Кои се реалните и материјалните последици од текстовите и дискурсите? И како можеме да ги преобликуваме?“ (Luke, 2012, стр. 216) Затоа, ако земеме бизнис-платно како текст и ако ги земеме прашањата на Luke како појдовна основа (Luke, 2012, стр. 224), тогаш пристапот на критичка писменост кон анализата на наставата за бизнис-моделирање поттикнува повеќе прашања за дискусија на час:

- Како зборовите (концептите) и граматиката во моделирањето со користење на платно како алатка се обидуваат да воспостават односи на моќ меѓу авторите и читателите, или помеѓу говорникот и слушателите?
- Каде се користи бизнис-моделирањето со примена на платно?
- Кој е социјалниот, теоретскиот или идеолошкиот контекст на ситуацијата во која се користи платното како алатка? Можеме ли да го поставиме во некаков „редослед на дискурс“, како што би рекол Foucault? (Foucault, 1981)
- Кој ја користи алатката? Во чиј интерес и со какви цели?

Покрај поставувањето на овие прашања при користењето на платното како алатка, за да може да се прочита како текст и да се чита критички, наставникот може да им даде поддршка на студентите со поставување дополнителни прашања, како што е посочено од Luke: „На кон начин јазикот, текстот, дискурсот и информациите прават разлика? За кого? На кој материјален, социјален и последователен начин? Во чиј интерес? Според кои тенденции, правила и во кои институционални и културни локации?“ (Luke, 2012, стр. 214)

Друг предлог за наставниците да можат да го користат пристапот за критичка писменост во однос на платното за бизнис-моделирање е вежба која подразбира играње улоги. Играњето улоги и менувањето улоги е стандарден метод во образованието за критичка писменост. Ова значи: како вие би го читале текстот (упатствата за платното) кога би биле некоја друга личност? На работилниците за обука или на факултетските предавања, наставникот може да подготви неколку различни сценарија за корисниците и да им даде задача на студентите да развијат деловен модел со употреба на платното како алатка, но под услов да бидат во одредена избрана улога (да ја играат таа улога).

Подготвените улоги мора да бидат радикално различни, така што студентите ќе треба да направат одреден напор за да се соживеат со ликот на дадената улога. Улогите може да бидат: студент по уметност кој доаѓа од град од внатрешноста, компјутерска работа што е добро платена, но е здодевна, амбициозен студент по бизнис што има сиромашно потекло, активист од организација за животна средина, итн. Преземањето на улогата на повторното читање и повторното пишување на нивното платно за бизнис-модел би можело да им овозможи критички осврт на нивната мината работа и да ги еманципира во донесувањето одлуки за иднината.

Дополнително, многу корисен пристап во поучувањето на студентите критички да читаат текстови и критички да користат алатки е да им се презентираат методи со коишто би можеле да препознаат заблуди во аргументацијата, бидејќи многу заблуди (зборуваме за логични формални заблуди или за неформални заблуди) се еден вид на некритичка употреба на концептите или се погрешна употреба на концептите. Еден таков автор кој дава приказ на методите за препознавање заблуди е Van Cleave, кој ги прикажува и ги поддржува со примери сите главни заблуди во едно цело поглавје од својот учебник по предметот Логика (Van Cleave, 2016, стр. 187-208). Да видиме една таква заблуда што можеме да ја препознаеме при критичкото читање на платното како текст. Заблуда на „двосмисленост“, кога истиот збор се користи со две или повеќе различни значења и тоа се игнорира при донесувањето заклучоци. (Ibid, стр. 195-196) Пример за таква заблуда во повеќето модели на платно е, како што веќе беше спомнато погоре, зборот „вредност“. Кога овој збор се користи во насочувачкото прашање „Која е вредноста на вашиот производ за вашите клиенти?“, зборот „вредност“ не значи исто како во прашањето „Како ќе создадете вредност од вашиот производ?“ Во првиот случај зборот „вредност“ се однесува на задоволување на потребите на клиентите, но во вториот случај се однесува на „вредност на парите“. Значи, комбинирањето на овие две значења на зборот „вредност“ во основниот елемент (building block) „предлог за вредност“ е, од една страна, добар трик, бидејќи ги учи претприемачите дека можат да заработат пари само ако имаат задоволни клиенти, но ако двете различни значења на зборот „вредност“ не бидат препознаени и објаснети, тогаш корисниците на моделот на платно можат да извлечат лажен заклучок, на пример тоа дека клиентите ја мерат вредноста на степенот на задоволството со паричен критериум, или дека вредноста на задоволството на голем број луѓе може да се сумира во бројка (како „камења на купче“), и дека би можеле да осмислиме цени на таквите поими. Ваквите заклучоци што се засновани врз логичка заблуда на двосмисленост ќе доведат до лоши претприемачки одлуки или до штетни општествени избори.

За Freire, „читањето на зборот повлекува читање на светот“, и затоа трансформацијата на светот е во преименување на појавните состојби. Одговорноста на наставниците, кога користат платно за бизнис-модел, е критички да ги прегледуваат предложените платна, да ги преименуваат основните елементи (building blocks) и повторно да ги напишат инструкциите за наставата по бизнис-моделирањето во свој контекст и во согласност со целите на нивните курсеви. Бидејќи, ако го парафразираме Freire, пишувањето на зборот повлекува пишување на светот. Затоа, не е важно само наставниците да ја разберат целосната заднина на концептите што се користат во моделирањето на платно, туку најмногу од сè, да ги научат студентите како критички да читаат не само упатства за платно, туку и така да ги читаат сите други текстови и притоа самите да бидат способни да ја согледаат контекстуалната страна на нивните материјали за учење и на алатките што ги користи нивниот наставник. Ова е моментот каде што доаѓаме до тоа да ја поддржиме тезата поставена од францускиот филозоф Jacques Rancière (Жак Рансиер) во неговите контроверзни есеи што се однесуваат на интелектуалната еманципација (Ignorant Schoolmaster – Five Lessons in Intellectual Emancipation) од 1987 година, во коишто се вели дека студентот што ги користи своите интелектуални способности може да биде поучуван од игнорантен господар/наставник

или, со други зборови, наставникот може да го поучи студентот чиј ум е еманципиран, исто така, на работите што наставникот не ги знае: „Господар е тој што ја затвора интелигенцијата во произволниот круг од којшто таа може да избие само со тоа што ќе стане неопходна на самата себе. За да може да се еманципира неук човек, тој треба да биде, и треба само да биде, еманципиран во однос на самиот себеси, односно да биде свесен за вистинската моќ на човечкиот ум. Неукиот сам ќе го научи она што господарот не го знае ако господарот верува дека тој може да го направи тоа и ако го обврзува да ја оствари својата способност.“ (Rancière, 1991, стр. 15)

Затоа, ако наставниците ги поучуваат студентите на вештината на критичко читање на моделите на платно, тие ќе ги еманципираат со вештината за повторно создавање на светот, за да можат да развијат нови деловни модели што ќе доведат до трансформирање на општествата во кои живеат, а не само слепо да го копираат постоечкиот бизнис-модел којшто често ја покажува својата недоволност во многу аспекти.

# Литература

- Business Model Canvas Explained (n.d.). Strategyzer. Available at: <https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas> (Пристапено на 7 декември 2022).
- Canvanizer (n.d.). Proud Sourcing. Available at: <https://canvanizer.com/> (Пристапено на 28 февруари 2022).
- Fisher, A. (2011). *Critical Thinking: An Introduction*. Second edition, Cambridge, Cambridge University Press.
- Foucault, M. (1981). *Order of Discourse, Untying the Text: A Post-Structuralist Reader*, Boston, London and Henley, Routledge & Kegan Paul.
- Freire, P. (2005). *Pedagogy of Oppressed*, translation by Bergman Ramos, M., New York and London, Continuum.
- Joyce, A. and Paquin, R. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*. DOI: 10.1016/j.jclepro.2016.06.067.
- Luke, A. (2019). Hawkins\_Chapter7 – Critical Literacy: Foundational Notes, *Theory Into Practice* 51(1), pp. 4–11.
- Osterwalder, A. and Pigneur Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Rancière, J. (1991). *The Ignorant Schoolmaster. Five Lessons in Intellectual Emancipation*. Translated by Kristin Ross. Stanford, California, Stanford University Press.
- Social Business Model Canvas (n.d.). Social Enterprise Institute. Available at: <https://socialenterpriseinstitute.co/wp-content/uploads/2018/12/Social-Business-Model-Canvas.pdf> (Пристапено на 11 јануари 2022).
- Social Innovation Canvas Toolbox (n.d.). The Global School. Available at: <https://theglobal.school/social-innovation-canvas/> (Пристапено на 11 јануари 2022).
- Socorro Márquez, F. and Reyes-Ortiz, G.F. (2022). Canvas Model as a Tool for Research Projects: A Theoretical Approach. *Education Research International*. DOI: 10.1155/2022/2518654.
- Tranquillo, J., Kline, W.A. and Hixson, C. (2016). Making Sense of Canvas Tools: Analysis and Comparison of Popular Canvases. Conference: American Society of Engineering Education. Available at: <https://monolith.asee.org/public/conferences/64/papers/14577/view> (Пристапено на 28 февруари 2022).
- Van Cleave, M. J. (2016). *Introduction to logic and Critical Thinking*, Lansing, Michigan, Lansing Community College.
- Združimo se CoopTool: Cooperative Canvas Business Modelling Tool (2017). Pekarna Magdalenske mreže, Maribor. Available at: <http://zdruzimose.infopeka.org/model-neformalnega-izobrazevanja-na-podrocju-zadruznistva/> (Пристапено на 11 јануари 2022).

## Автори

### Каролина Бабиќ



Каролина Бабиќ е независен истражувач и консултант за социјални и солидарни економии и член на Здружението СААР – Центар за алтернативно и автономно производство во Марибор (Словенија). Доктор е по филозофски науки и доцент по социјална економија на бизнис-школата Доба во Марибор.  
karolina.babic@gmail.com

### Пеѓа Ашанин Голе



Пеѓа Ашани Голе е виш предавач по Стратешки комуникации на Лубљанската бизнис-школа во Словенија, истражувач и партнер во Институтот за лингвистички, филозофски и општествени науки „Еноема“ во Лубљана и визитинг предавач по Стратешка и кризна комуникација на Институтот за комуникациски студии во Скопје, Македонија.  
pagole@iks.edu.mk