2014, Vol. 13, No. 26

Agnieszka Faron
Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu
Wydział Ekonomiczno-Menedżerski
Katedra Zarządzania

Duch przedsiębiorczości a kształcenie wyższe – ocena i oczekiwania studentów wybranej uczelni ekonomicznej

STRESZCZENIE

Streszczenie: Duch przedsiębiorczości ma zasadnicze znaczenie dla innowacyjności i konkurencyjności gospodarki. Dużą rolę w procesie kształtowania postaw przedsiębiorczych powinny odgrywać uczelnie wyższe. Stoją przed nimi wyzwania nie tylko przekazywania wiedzy, ale również pobudzania, doskonalenia umiejętności i rozwoju cech powszechnie utożsamianych z przedsiębiorczością. Ujęcie w programie studiów przedmiotu „Przedsiębiorczość" stanowi swego rodzaju podstawę, ale niezbędne są też inne działania rozwijające kreatywność, aktywność, motywację czy podejmowanie ryzyka i odpowiedzialność. Duch przedsiębiorczości to nie tylko cechy osobowości sprzyjające przedsiębiorczości, ale także zachowania, postawy i motywy, które są kształcone i rozwijane pod wpływem uwarunkowań zewnętrznych. Celem artykułu jest zbadanie ducha przedsiębiorczości wybranej grupy studentów oraz poznanie ich opinii i oczekiwań co do wpływu uczelni na jego rozbudzanie.

→ **SŁOWA KLUCZOWE** – PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE, DUCH PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

SUMMARY

The Spirit of Entrepreneurship And Higher Education – an Assessment and Expectations of Students of a Chosen Economic Univeristy

The entrepreneurial spirit is essential for innovation and competitiveness in the economy. A large role in shaping the entrepreneurial attitudes should be served by universities. Institutes of higher education not only transfer knowledge, but also stimulate, develop skills and characteristics commonly identified with entrepreneurship. They affect the increase in the number of new enterprises and their competitiveness and also the improvement of students / graduates' situation on

the labor market. Offering "Entrepreneurship" in a program of studies is a prerequisite, but it is necessary to undertake other activities which develop creativity, activity, motivation or risk-taking and responsibility. The entrepreneurial spirit is not only based on personality traits, but also behavior, attitudes, and motives that are taught and developed under the influence of external conditions. The purpose of this article is to examine the entrepreneurial spirit of a select group of students and to get to know their opinions and expectations regarding the impact of the university on inculcating an entrepreneurial spirit.

→ **KEYWORDS** – ENTREPRENEURSHIP, ENTREPRENEURIAL ATTITUDES, ENTREPRENEURIAL SPIRIT

Przedsiębiorczość w Polsce – rozważania wstępne

Polska, wśród pozostałych państw członkowskich Unii Europejskiej, wyróżnia się dość wysokim wskaźnikiem przedsiębiorczości. Na przykład procent samozatrudnionych w całkowitej liczbie pracujących według danych z 2010 roku w Polsce miał wartość 18, a w UE średnia to 14%. Bardzo wysoko w rankingach (drugie miejsce wśród wszystkich krajów członkowskich UE) znajdujemy się pod względem „zamiaru rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej" (procent osób dorosłych, które zamierzają założyć własną firmę w ciągu 3 lat)[1]. Wydawać by się mogło, że takie dane mogą być powodem do satysfakcji, odczucia, że jesteśmy narodem przedsiębiorczym, że posiadamy ducha przedsiębiorczości, ale niestety, dokładniejsza analiza innych statystyk nie daje już powodów do radości. Wspomnieć można chociażby, że polskie MŚP wypracowują jedynie nieznacznie ponad połowę całkowitej wartości dodanej (wynik ten jest o 7% poniżej średniej UE i może świadczyć o niższej średniej wydajności tych przedsiębiorstw)[2]. Dalej, jeśli mowa o wskaźniku przeżywalności, to według danych GUS w Polsce pierwszy rok działalności przeżywają trzy na cztery firmy (w 2011 roku wskaźnik przeżycia wynosił 76,6%), ale w kolejnych latach przeżywalność

[1] Por. <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/18355.pdf, s. 27> (data dostępu: 28.02.2014).

[2] Por. <https://www.parp.gov.pl/files/74/15735.pdf> (data dostępu: 27.02. 2014).

ta wyraźnie spada – do 54% w drugim i 32% w piątym roku działalności[3]. Jeszcze gorzej jest z innowacyjnością. Zgodnie z najnowszym rankingiem Innovation Union Scoreboard 2013, Polska (wraz z Rumunią, Bułgarią i Łotwą) znalazła się w grupie najsłabszej, tak zwanych skromnych innowatorów[4].

Zdaniem autorki, na podstawie powyższych danych można stwierdzić, że w Polakach tkwi potencjał przedsiębiorczy, ale z różnych powodów nie jest on do końca właściwie wykorzystywany. Jedną z przyczyn jest zapewne brak odpowiedniego wsparcia edukacyjnego – zarówno w zakresie planowania działalności, jak i jej późniejszego prowadzenia. Potwierdzeniem tego mogą być wyniki opublikowane w 2013 roku w „Arkuszu Informacyjnym SBA" (Small Business Act), wskazujące, że odsetek osób dorosłych, które zgadzają się, iż edukacja szkolna pomogła im rozwinąć zmysł przedsiębiorczości, jest w Polsce niższy (45%) niż średnia UE (50%)[5]. Tymczasem

> głównym celem edukacji, poza przekazywaniem wiedzy, powinno być rozbudzanie aktywności społecznej i to w takim stopniu, aby przekładała się ona na bardziej intensywny udział ludzi w życiu społeczno-gospodarczym kraju. Ten udział, w postaci tworzenia własnych firm przez przedsiębiorcze osoby, może się stać źródłem przemian w każdym kraju[6].

Biorąc pod uwagę powyższe, celem niniejszego artykułu jest zbadanie ducha przedsiębiorczości studentów i ich oczekiwań co do roli szkolnictwa wyższego w jego rozbudzaniu i kształtowaniu. W części teoretycznej opisane zostaną główne zagadnienia związane z duchem przedsiębiorczości i znaczeniem szkolnictwa wyższego dla jego kreowania i umacniania. W części empirycznej przedstawione zostaną wyniki badań odzwierciedlające opinie wybranej grupy studentów jednej z niepublicznych uczelni

---

[3] Por. <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/18355.pdf, s. 24> (data dostępu: 27.02.2014).

[4] Por. <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2013_en.pdf> (data dostępu: 27.02.2014).

[5] Por. <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/18355.pdf> (data dostępu: 28.02.2014).

[6] E. Grzegorzewska-Mischka, *Współczesne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*, Warszawa 2010, s. 65.

wyższych o profilu ekonomicznym co do ducha przedsiębiorczości i wpływu edukacji na jego kształtowanie.

Duch przedsiębiorczości – źródło i próba definicji

Źródłem rozważań dotyczących ducha przedsiębiorczości jest oczywiście przedsiębiorczość. W zasadzie wystarczy krótki przegląd wybranych pozycji literaturowych, obejmujących swoim zakresem opisywany obszar, by wyraźnie stwierdzić, że należy ona do pojęć różnorodnie i wieloaspektowo opisywanych. Podsumował to Mariusz Bratnicki, pisząc, że:

> Przedsiębiorczość jest niczym studnia, która, im bardziej się nad nią pochylać, tym wydaje się głębsza, bardziej tajemnicza… iście nowoczesna[7].

Na potrzeby niniejszego artykułu można przyjąć, że przedsiębiorczość to „zdolność do tego, aby być przedsiębiorczym; posiadanie ducha inicjatywy, obrotność, rzutkość, zaradność”[8].

Przedsiębiorczość nierozerwalnie łączy się z pojęciem przedsiębiorcy, jednym z popularniejszych dziś haseł, stale powtarzanym w otoczeniu przedsiębiorstw, uczelni wyższych, samorządów lokalnych czy nawet władz państwowych. Potocznie przedsiębiorca to ten, który „ma firmę”, „businessman”, prowadzący własną działalność. Problem jednak pojawia się, kiedy celem jest bardziej szczegółowa charakterystyka przedsiębiorcy, a zatem odpowiedź na pytania: Czym przedsiębiorca odróżnia się od „nie-przedsiębiorcy”? Jakie cechy, umiejętności, postawy, kwalifikacje, zachowania należy posiadać, aby osiągnąć sukces w biznesie? Co to znaczy, że ktoś jest obdarzony tak zwanym „duchem przedsiębiorczości”? Takie dylematy mają swoje odzwierciedlenie również w literaturze przedmiotu. Wymienia się tutaj kilka podejść do charakterystyki przedsiębiorcy, i jak dotychczas nie osiągnięto kompromisu pozwalającego na wybór jednego uniwersalnego. Wspomnieć można choćby podejście

[7] M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Katowice 2002, s. 21.

[8] J. Targalski, A. Francik, *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*, Warszawa 2009, s. 18.

społeczno-demograficzne koncentrujące się na pochodzeniu jednostki, obejmujące takie analizy jak na przykład historia rodziny, wczesne doświadczenia w rodzinie przedsiębiorców, wykształcenie i zawód rodziców, kolejność urodzenia, religia i kultura, wiek, wykształcenie, doświadczenie zawodowe itp. Inne podejście – behawioralne, odnosi się do tego, jak przedsiębiorcy działają, w przeciwieństwie do tego, kim są. W tym przypadku uwaga skupia się na zrozumieniu, jak postawy, zachowania, umiejętności zarządzania i *know-how* łączą się w kreowaniu sukcesu przedsiębiorcy[9].

Wydaje się jednak, że w przypadku badania ducha przedsiębiorczości zasadniczą rolę ma tak zwane podejście osobowościowe, które zakłada, że ludzi biznesu odznaczają pewne cechy osobowości, które gwarantują im sukces w działalności[10]. Toczy się jednak dyskusja nad wskazaniem konkretnych cech, które bazując na badaniach, rzeczywiście sprzyjają powodzeniu. I tutaj, jak nietrudno się domyśleć, nie osiągnięto konsensusu. Niektórzy badacze podają jedną cechę charakteryzującą przedsiębiorcę – dla przykładu choćby Knight (1921), który koncentrował uwagę na zdolności przedsiębiorców do podejmowania ryzyka, czy Joseph Schumpeter (1960), podkreślający ich innowacyjność[11]. Są także opracowania, w których poddawano analizie całe zestawy cech. I tak w 1970 roku John Hornaday i Charles Bunker na podstawie badań wyodrębnili cechy osobowości, które odznaczały przedsiębiorców działających z sukcesem, tj. inteligencję, kreatywność, energiczność, potrzebę osiągnięć, podejmowanie inicjatywy i samodzielność[12]. Colette Henry, Frances Hill i Claire Leitch (2003) dokonali zestawienia analizowanych przez badaczy przedmiotu atrybutów, zaliczając do nich: potrzeby osiągnięć, niezależności, władzy i przynależności, skłonność

[9] Por. C. Henry, F. Hill, C. Leitch, *Entrepreneurship Education and Training*, London 2003.

[10] Należy w tym miejscu uzupełnić, że w literaturze przedmiotu wymienia się jeszcze tzw. podejście kompleksowe (integracyjne), które jest próbą znalezienia uniwersalnego wzorca przedsiębiorcy, przez wzorce integrujące na przykład cechy biograficzne, relacyjne i behawioralne czy zachowania, umiejętności i atrybuty przedsiębiorcy.

[11] Por. A. Gaweł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Poznań 2007.

[12] Por. C. Henry, F. Hill, C. Leitch, *Entrepreneurship Education and Training*, dz. cyt., s. 46.

do podejmowania ryzyka, wewnętrzne umiejscowienie kontroli, pewność siebie, innowacyjność, umiejętność podejmowania decyzji i komunikacji, rozsądek, determinację, przywództwo, podejmowanie inicjatywy/entuzjazm, tolerancję niepewności, poczucie rzeczywistości[13]. Jeszcze inni zaznaczają, że wskaźnikiem przedsiębiorczości jako postawy człowieka są: odwaga, autonomia, kreatywność, innowacja, dynamika działań, kompetencja, odpowiedzialność[14]. Aleksandra Gaweł, cytując Sing i DeNoble (2003), stwierdziła, że ostatecznie w literaturze panuje zgodność dotycząca sześciu cech charakterystycznych przedsiębiorców, wyróżniających ich wśród całego społeczeństwa, a mianowicie: wyższa potrzeba osiągnięć, wewnętrzna samokontrola, zdolność do podejmowania ryzyka, tolerancja dla niepewności, niezależność i upór w pokonywaniu niepowodzeń[15]. David A. Kirby uzupełnił listę o kreatywność, oportunizm, intuicję[16].

Po tym uproszczonym przeglądzie propozycji cech osobowości związanych z przedsiębiorczością można wyciągnąć wniosek, że nie jest możliwe stworzenie uniwersalnego, kompletnego i ostatecznego zestawu. W literaturze przedmiotu stanowi to zresztą jeden z nurtów krytyki podejścia osobowościowego – trudność w porównywaniu poszczególnych aspektów osobowości. Podejściu temu zarzuca się także, że zachowania przedsiębiorcze są lepiej objaśniane przez zmienne łączące spojrzenie socjologiczne i psychologiczne. W końcu zwraca się uwagę na jeszcze jeden aspekt – czy dana osoba rodzi się do bycia przedsiębiorcą, czy też wychowuje się do tej roli[17].

Dylemat, czy przedsiębiorczość jest cechą charakteru, elementem dziedziczonym, czy też skutkiem wyuczenia, nabycia doświadczenia, jest od dawna poruszany w wielu pracach naukowych, a badacze bezskutecznie próbują znaleźć jednoznaczną odpowiedź. Jest to jednak kwestia niezwykle istotna, zwłaszcza w odniesieniu do badania powiązań między

[13] Por. tamże, s. 33.

[14] Por. K. Chałas, *Przedsiębiorczość w wychowaniu, aspekt aksjologiczny*, w: *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, red. K. Jaremczuk, Tarnobrzeg 2005.

[15] Por. A. Gaweł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, dz. cyt., s. 43.

[16] Por. D.A. Kirby, *Entrepreneurship*, New York 2003, s. 111.

[17] Por. A. Gaweł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, dz. cyt., s. 43.

duchem przedsiębiorczości a edukacją. Jak stwierdza Maria Romanowska,

> Jeśli przyjmiemy, że postawy przedsiębiorcze są wrodzoną cechą umysłu i charakteru człowieka, to nie możemy mówić o uczeniu przedsiębiorczości, a jedynie o wyposażaniu jednostek przejawiających cechę przedsiębiorczości w wiedzę niezbędną, aby profesjonalnie wykorzystywać ten dar[18].

Jak wiadomo, osobowość człowieka tworzą zarówno atrybuty dziedziczne, jak i te będące następstwem procesów wychowawczych. Przedsiębiorcy charakteryzują się różnymi cechami osobowości sprzyjającymi byciu przedsiębiorczym, wynikającymi po części z charakteru, a po części z temperamentu. Jednocześnie wskazać można wiele przypadków osób, które z punktu widzenia osobowości mają predyspozycje, a mimo to nie decydują się na karierę w biznesie, lub ponoszą na tym polu porażkę. Z drugiej strony, sukcesy odnoszą osoby z pozoru mające skromny potencjał przedsiębiorczy. Może to świadczyć o tym, że

> przedsiębiorczość jest w dużym stopniu cechą wrodzoną i nie każdy, nawet najlepiej wykształcony i wytrenowany ekonomista, może przejawiać postawę przedsiębiorczą w życiu prywatnym i w miejscu pracy. Osoby z wrodzonym „duchem przedsiębiorczości" muszą jednak mieć możliwość rozwinięcia tych zdolności i ich profesjonalnego wykorzystania poprzez odpowiednie szkolenie[19].

Przedsiębiorczość więc to nie tylko cechy osobowości, ale również umiejętności, zachowania, kwalifikacje, postawy itp. Świadomość przedsiębiorczą jednostki nabywają również w sytuacji pełnienia różnych funkcji zawodowych i zdobywania doświadczenia[20]. Peter Drucker (1985), wyraźnie opowiadając się za tym, że przedsiębiorczość to bardziej wzorzec zachowania niż cecha osobowości, przekonuje, że zachowań przedsiębiorczych

---

[18] M. Romanowska, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na studiach ekonomicznych*, w: *Studia ekonomiczne – czy tylko wiedza i umiejętności?*, red. J. Dietl, Z. Sapijaszka, Łódź 2008, s. 151.

[19] Tamże, s. 152.

[20] Por. E. Kolasińska, *Stymulowanie działań przedsiębiorczych*, w: *Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Behawioralny wymiar przedsiębiorczości*, red. P. Kulawczuk, A. Poszewiecki, Gdańsk 2010, s. 165.

można się nauczyć, co więcej należy je „ćwiczyć" w istniejących przedsięwzięciach[21]. W tej sytuacji

> zasadne wydaje się kompromisowe rozwiązanie sygnalizowanego powyżej dylematu, czyli przyjęcie, że zachowania przedsiębiorcze stanowią domenę osób naturalnie uzdolnionych, które jednocześnie doskonaliły swoje wrodzone predyspozycje w szeroko rozumianym procesie uczenia się[22].

Powyższe rozważania stanowią istotną wskazówkę przy ostatecznym zdefiniowaniu pojęcia ducha przedsiębiorczości. Franciszek Bławat postuluje, że to człowiek przedsiębiorczy jest obdarzony duchem przedsiębiorczości, co według niego oznacza, że stawia sobie i innym cele wypływające z jego własnej inicjatywy, ale także stara się o kapitał finansowy i ludzki, nadaje bieg sprawom, troszczy się o sprawne dojście do postawionego celu[23]. Jest to więc typ postawy człowieka wobec siebie, swojej firmy i jej interesariuszy. Można wywnioskować, że duch przedsiębiorczości jest swego rodzajem „zmysłem", który posiadają ludzie, zatem po części musi mieć swoje źródło w potencjale człowieka, ale jak zgodnie podkreśla większość badaczy – podlega ewolucji, kształtowaniu w procesie rozwoju, edukacji i nabywania doświadczeń. Nie jest to zatem „tajemna moc", z którą się rodzimy, a raczej predyspozycja, która, aby mogła być właściwie wykorzystana, potrzebuje uwarunkowań zewnętrznych wspierających jej rozwój. Synonimem ducha przedsiębiorczości jest postawa przedsiębiorcza, zakładająca chęć i odwagę do wykorzystywania szans w otoczeniu, w kierunku prowadzenia i rozwijania siebie oraz własnej działalności. A zatem jeśli zgodzić się z twierdzeniem, że „przedsiębiorczości można się nauczyć (…), istnieją pewne zasady, które można sobie przyswoić, by doskonalić własne umiejętności przedsiębiorcze"[24], to oczywiście

---

[21] Por. C. Henry, F. Hill, C. Leitch, *Entrepreneurship Education and tTraining*, dz. cyt., s. 59.

[22] J.M. Moczydłowska, *Przedsiębiorczość – perspektywa behawioralna*, w: *Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Behawioralny wymiar przedsiębiorczości*, dz. cyt., s. 138.

[23] Por. F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańsk 2003, s. 46.

[24] B. Glinka, *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*, Warszawa 2008, s. 19.

staje się wielką rolą edukacji jako czynnika kształtującego ducha przedsiębiorczości.

Znaczenie edukacji wyższej w rozwijaniu ducha przedsiębiorczości

O tym, jak dużą rolę odgrywa edukacja w kształceniu postaw jednostki, nie trzeba nikogo przekonywać. Pojawiają się co prawda opinie sceptyków, podających przykłady znanych na świecie przedsiębiorców (np. Billa Gatesa), którzy porzucili edukację, a pomimo to zrobili oszałamiającą karierę w biznesie. Jednakże badania prowadzone przez różne zespoły badawcze wskazują na lepsze rezultaty wykształconych przedsiębiorców – osiągają oni między innymi wyższe wyniki finansowe, a ich firmy częściej utrzymują się na rynku i szybciej się rozwijają[25].

W tym artykule uwaga poświęcona jest szkolnictwu wyższemu, a zwłaszcza ekonomicznemu, bowiem to właśnie od tego obszaru nauki oczekuje się konkretnych działań na rzecz rozwijania ducha przedsiębiorczości. Zdaniem autorki oczywiście konieczne jest tworzenie i wdrażanie programów nauczania na różnych kierunkach studiów, bo przedsiębiorczość to przecież zakładanie własnej działalności we wszystkich branżach i obszarach gospodarki, poza tym postawy przedsiębiorcze są istotne nie tylko dla osób samodzielnie prowadzących działalność, ale także dla pracowników – ułatwiają aktywne poszukiwanie pracy i późniejszy rozwój. W kontekście tego, pewnego rodzaju paradoksem wydaje się podejście do przedsiębiorczości odzwierciedlane w programach nauczania uczelni wyższych (przede wszystkim o profilu nieekonomicznym). Z jednej strony nie uwzględnia się w ofercie studiów przedmiotów bezpośrednio przekazujących wiedzę z obszaru przedsiębiorczości, z drugiej zaś nie przywiązuje się wagi do kształcenia postaw przedsiębiorczych w ramach innych kursów. Tymczasem przy odpowiednio skonstruowanym programie postawy przedsiębiorcze mogą być kształtowane podczas studiowania różnych przedmiotów, niekoniecznie o charakterze ekonomicznym. Zasadnicze znaczenie ma forma zajęć,

[25] Por. M. van Praag, *Academic Entrepreneurship in Europe: A Different Perspective*, w: *Entrepreneurship, Growth, and Public Policy*, red. Z.J. Acs, D.B. Audretsch, R.J. Strom, Cambridge 2009, s. 289.

odejście od podających w kierunku aktywnych, angażujących, praktycznych. Poza tym uczelnie wyższe powinny przygotowywać ofertę pozaprogramową – szkolenia, fakultety, staże (także zagraniczne), uruchamiać i prowadzić koła naukowe, organizacje studenckie itp. Daje to studentom możliwość wszechstronnych działań i rozwoju swoich pasji.

Nie pozostawia wątpliwości fakt, że edukacja i poziom przedsiębiorczości idą w parze. Na zachowania przedsiębiorcze (zresztą tak jak na inne postawy człowieka) wpływają czynniki, które są podatne na działania systemu edukacji (dają się kształtować i podlegają procesowi zmian), jak i czynniki o charakterze perspektywicznym, trudne do zmiany, których rozpoznanie i kształtowanie nie są łatwe[26]. Zadaniem szkolnictwa wyższego jest podejmowanie działań sprzyjających i umożliwiających rozwój tych dwóch grup czynników, przy świadomości, że uczenie w kierunku przedsiębiorczości to proces długofalowy. W przypadku szkolnictwa ekonomicznego, jego rozwój powinien być ściśle związany z życiem gospodarki narodowej, a jego celowość powinna być mierzona przydatnością do tejże gospodarki[27]. Zdaniem autorki, wzmocnienie systemu edukacji w zakresie przedsiębiorczości zaowocuje lepszą sytuacją polskich firm z sektora MŚP – wpłynie na redukcję liczby przedsiębiorstw upadających, a jednocześnie poprawi ich konkurencyjność i rozwój. Odpowiednio przygotowany student/absolwent już na starcie ma przewagę nad konkurentami, potrafi umiejętnie obserwować otoczenie i wykorzystywać szanse, podejmować wyzwania, a następnie w innowacyjny sposób przekształcać posiadane zasoby.

Potwierdzeniem tego jest raport „Entrepreneurship in Higher Education, especially in Non-Business Studies", w którym autorzy zaznaczają, że programy nauczania przedsiębiorczości mogą mieć różne cele, takie jak: rozwój przedsiębiorczość wśród studentów (podnoszenie świadomości i motywacji), szkolenie w kierunku zakładania własnej firmy i zarządzania jej wzrostem, rozwijanie umiejętności niezbędnych do określenia możliwości biznesowych.

---

[26] Por. K. Safin, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji*, w: *Rozwój Przedsiębiorczości*, red. K. Jaremczuk, Tarnobrzeg 2004.

[27] Por. K. Denek, *Uniwersytet w perspektywie społeczeństwa wiedzy. Nauka i edukacja w uniwersytecie XXI wieku*, Poznań 2011, s. 155.

Oczywiście wzrost liczby start-upów jest pożądanym wynikiem tak zdefiniowanych celów, ale nie należy zapominać, że przedsiębiorczość to także (jednocześnie) zarządzanie innowacją i wzrostem. A to, zdaniem autorów, jest często zaniedbywane – w programach nauczania widoczna jest nadmierna koncentracja na aspektach zakładania firm, a pomijanie wiedzy i umiejętności potrzebnych w fazie rozruchu[28].

Podsumowując,

> edukacja w zakresie przedsiębiorczości pełni funkcję przygotowawczą. Ma wyrobić w studentach aktywną postawę, a najlepiej przygotować ich do założenia własnej firmy i realizowania własnych ambicji, pasji i pomysłów. Wychodzi zatem daleko poza salę wykładową. Jej szeroka misja służy rozwijaniu kompetencji związanych z przedsiębiorczością, które później zostaną zweryfikowane przez rynek i życie[29].

Taka postawa wpłynie na wykreowanie w studentach ducha przedsiębiorczości.

Duch przedsiębiorczości wybranej grupy studentów – wyniki badań własnych

Z przedstawionych treści teoretycznych wyraźnie wynika, że duch przedsiębiorczości jest właściwością ludzi posiadających pewien potencjał przedsiębiorczy, którego składowymi są zarówno cechy osobowości, jak i kształtowane w toku nabywania doświadczeń umiejętności, postawy, motywacje, doświadczenia itp., a bez wątpienia ma na nie wpływ szkolnictwo wyższe. W związku z tym autorka postanowiła przeprowadzić badania empiryczne, które pozwoliłyby na postawienie wniosków odnośnie do ducha przedsiębiorczości wybranej grupy studentów. Badania przeprowadzono wśród studentów Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu – jednej z niepublicznych uczelni ekonomicznych. Zastosowano metodę badań bezpośrednich ilościowych – ankietowych, przy wykorzystaniu zarówno kwestionariusza rozdawanego w formie papierowej, jak i ankiety

[28] Por. <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf , s. 23> (data dostępu: 01.03.2014).

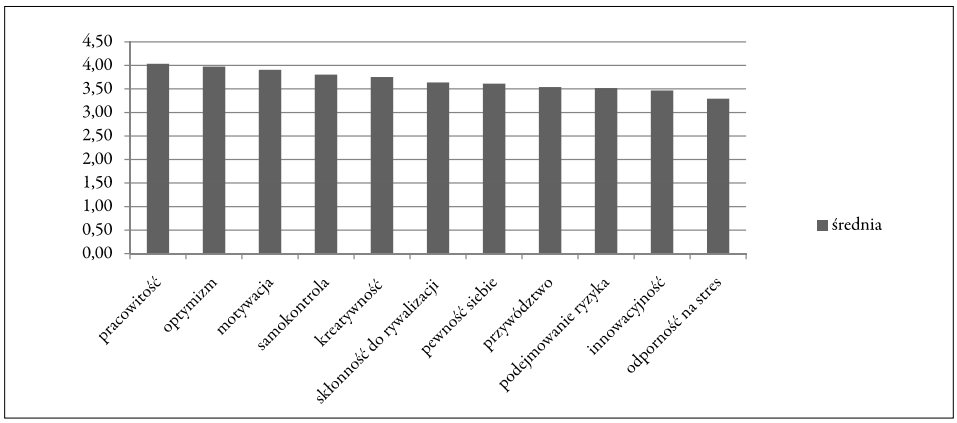
[29] A. Kurczewska, *Przedsiębiorczość*, Warszawa 2013, s. 72.

internetowej. Wybrana metoda i narzędzie mają swoje słabe strony i ograniczenia, ale zdaniem autorki sprawdzają się przy tak postawionym celu badań. Wyniki zbierano w okresie od lutego do marca 2014 roku. W tym czasie w badaniu wzięło udział 150 osób. Dodać należy, że próba została dobrana celowo i z uwagi na wielkość jest niereprezentatywna, by mogła stanowić podstawę uogólniania wyników na całą populację studentów w Polsce. Niemniej jednak może stanowić podstawę wyciągania wniosków w odniesieniu do danej grupy respondentów, jak również punkt wyjścia dalszych badań opartych na losowym doborze większych populacji.

W badaniu wzięło udział 89 kobiet i 61 mężczyzn. W większości byli to studenci studiów niestacjonarnych (62%), pierwszego stopnia (69%). Jeśli chodzi o rok studiów, to dokładnie połowa respondentów deklarowała pierwszy rok, drugi rok – 33%, a trzeci – odpowiednio 17%. Badana uczelnia oferuje studia na trzech kierunkach i każdy z nich był reprezentowany przez część respondentów. Dominował kierunek zarządzanie – 72% zaznaczyło tę odpowiedź, bezpieczeństwo wewnętrzne wybrało 17%, a turystykę i rekreację – 11%.

Pierwszym krokiem jest zbadanie ducha przedsiębiorczości. Zgodnie z przyjętym sposobem rozumienia tego pojęcia, należy zbadać zarówno cechy osobowości wskazywane w literaturze jako sprzyjające byciu przedsiębiorczym, jak i postawy, motywy, zachowania mające związek z postawą przedsiębiorczą. Na potrzeby tego badania autorka wyodrębniła 11 cech osobowości, które jej zdaniem wchodzą w profil osobowościowy przedsiębiorcy (należy uzupełnić, że nie mogą być postrzegane jako wzorzec, są to po prostu atrybuty osoby, które wspierają samodzielne funkcjonowanie w biznesie). Respondenci zostali poproszeni o dokonanie bezpośredniej oceny wymienionych cech w skali Likerta, od 1 do 5, gdzie 1 opisano jako zdecydowanie słabą stronę, a 5 było zdecydowanie mocną stroną. Wyniki prezentuje rys. 1.

Rys. 1. Średnia arytmetyczna ocen wybranych cech osobowości studentów

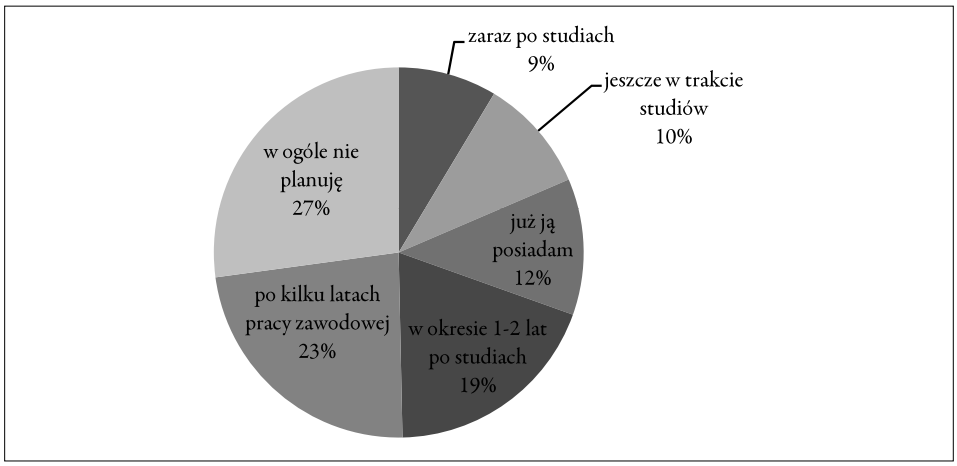


Źródło: opracowanie własne.

Pierwszy wniosek, jaki się nasuwa, to raczej wysokie oceny wszystkich proponowanych atrybutów, powszechnie utożsamianych z przedsiębiorczością. Najniżej skalsyfikowana – odporność na stres – ma średnią 3,29, natomiast najwyżej – pracowitość – średnią 4,03. Stosunkowo niskie (w porównaniu do innych) wyniki odnotowano dla innowacyjności i umiejętności podejmowania decyzji (średnio 3,5), chociaż w ogólnym spojrzeniu nie jest to niepokojący wynik. Analizując wyniki odzwierciedlone graficznie na wykresie, można byłoby wyciągnąć wnioski, że badani studenci mają w sobie potencjał przedsiębiorczy, ale dla oceny ich ducha przedsiębiorczości niezbędna jest dalsza analiza. Jak wynika z treści przedstawionych w punkcie 3 artykułu, duch przedsiębiorczości jest określoną postawą, która po części wynika z cech osobowości, ale podstawowe znaczenie ma rozwój i wykorzystanie tych predyspozycji, pobudzenie inicjatywy do prowadzenia własnej firmy. Zapytano więc respondentów o intencje założenia własnej firmy. Wyniki zaprezentowane na rys. 2 do pewnego stopnia zaskakują.

27% osób wskazało, że w ogóle nie planuje zakładania działalności gospodarczej, a 23% odkłada taką decyzję na bliżej nieokreśloną perspektywę czasu. To daje połowę z całej badanej grupy. Pozostała część próby badawczej ma bardziej określone zamierzenia, planując biznes jeszcze w trakcie nauki lub do dwóch lat po uzyskaniu dyplomu. Posiadanie własnej firmy deklaruje 12%. Uzyskane rezultaty mogą być interpretowane dwojako. Z jednej strony aż 73% respondentów nie wyklucza możliwości założenia działalności, co jest wynikiem bardzo dobrym.

Rys. 2. Deklaracje respondentów odnośnie do założenia własnej firmy



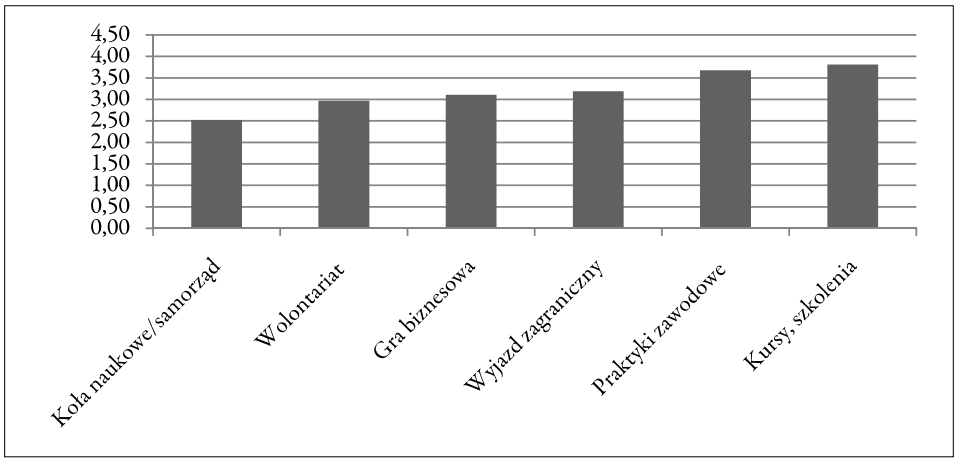
Źródło: opracowanie własne.

Jednak z drugiej strony niespełna 20% może posiadać konkretny pomysł, plan na firmę (autorka wnioskuje to z intencji „bycia na swoim" jeszcze w trakcie studiów lub zaraz po).

W kolejnym kroku należy zbadać motywacje, zachowania i postawy, które odzwierciedlą pośrednio ich ducha przedsiębiorczości. Autorka sformułowała sześć twierdzeń, które mogą świadczyć o postawach przedsiębiorczych, a następnie poprosiła respondentów o ustosunkowanie się do nich (w pięciostopniowej skali Likerta, gdzie 1 – zdecydowanie się nie zgadzam, 5 – zdecydowanie się zgadzam). Były to kolejno: 1) Obowiązkowe praktyki zawodowe podczas studiów są istotne i potrzebne. 2) Chętnie uczestniczę w dodatkowych szkoleniach, kursach, warsztatach (lub uczestniczyłbym w przypadku pojawienia się takiej możliwości). 3) Działam/chciałbym działać w wolontariacie. 4) Chętnie angażuję się w działalność kół naukowych, samorządu studenckiego i innych tego typu form aktywności podczas studiów. 5) Jestem zainteresowany wyjazdem zagranicznym w ramach programu wymiany studentów, stażu zagranicznego itp. 6) Chętnie wezmę udział w grze biznesowej organizowanej na uczelni. Wyniki zobrazowano na rys. 3.

Rezultaty pozwalają na postawienie wniosku, że badana grupa entuzjastycznie odnosi się do praktyk zawodowych i ich użyteczności, a także kursów, szkoleń, warsztatów. W tych dwóch przypadkach również średnie arytmetyczne są najwyższe (odpowiednio 3,68 i 3,81).

Rys. 3. Średnie arytmetyczne motywacji i postaw studentów wobec wybranych działań pozaprogramowych

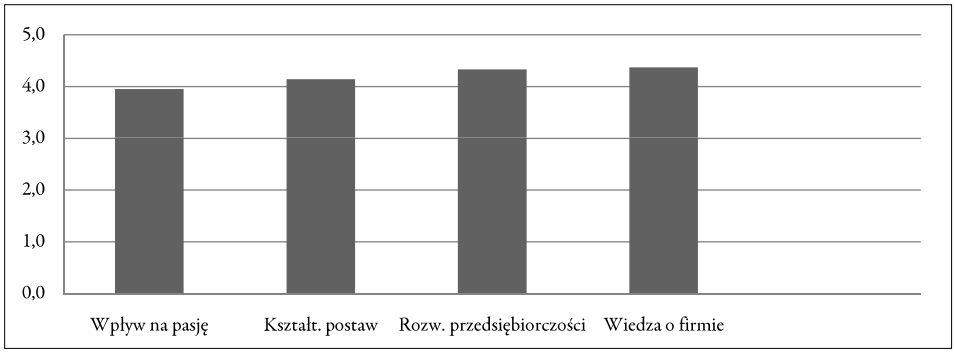


Źródło: opracowanie własne.

Najniższą średnią arytmetyczną odnotowano dla chęci działania w kołach naukowych/samorządzie studenckim – 2,52, tutaj większość respondentów nie wykazuje chęci zaangażowania. Zbliżone wyniki są właściwe dla wolontariatu (średnia 2,97). Aby uzupełnić wyniki i poznać postawy respondentów wobec kariery w biznesie, zapytano ich w innym pytaniu o wybór – kariera zawodowa czy udane życie rodzinne; 61% opowiedziało się za życiem rodzinnym (17% nie miało zdania).

Zgodnie z rozważaniami teoretycznymi przedstawionymi w pierwszej części artykułu, edukacja ma/powinna mieć wpływ na kształtowanie się postaw/ducha przedsiębiorczości. Aby zweryfikować te tezy w badanej grupie, zaproponowano pięć twierdzeń, które mogą odzwierciedlać konkretne działania uczelni wyższych w kierunku kształtowania i umacniania ducha przedsiębiorczości, a następnie poproszono respondentów o ustosunkowanie się do nich. Studenci mieli ocenić, czy ich zdaniem: 1) Uczelnia wyższa może wpłynąć pozytywnie na rozwój osobistych pasji. 2) Uczelnie wyższe powinny kształtować postawy studentów. 3) Oczekują, że studia pomogą im rozwijać przedsiębiorczość. 4) Po studiach chcieliby wiedzieć, jak prowadzić własną firmę. Graficznie prezentuje wyniki rys. 4.

Rys. 4. Średnie arytmetyczne oceny wpływu szkolnictwa wyższego na postawy przedsiębiorcze w opinii respondentów



Źródło: opracowanie własne.

Studenci w największym stopniu oczekują, że uczelnia przekaże im wiedzę na temat prowadzenia własnej firmy, a studia mają rozwijać przedsiębiorczość (potwierdziły te wyniki stosunkowo wysokie średnie arytmetyczne – 4,37 i 4,33). W przypadku tezy o kształtowaniu postaw, średnia wyniosła niewiele ponad 4 (4,14), zaś wpływ na rozwój pasji otrzymał najniższą średnią – 3,95. Dodatkowo w tym przypadku pojawiło się najwięcej odpowiedzi negatywnych.

Podsumowanie wyników – wnioski

W świetle przeprowadzonych badań stwierdza się, że w wybranej grupie studentów możemy mówić o istnieniu ducha przedsiębiorczości, który autorka interpretuje jako umiarkowany. Respondenci raczej wysoko oceniają swoje cechy osobowości bezpośrednio kojarzone z przedsiębiorczością, ale jednocześnie nie wykazują w większości ponadprzeciętnego entuzjazmu do założenia własnej firmy. Ponadto wiadomo, że bycie przedsiębiorcą ma swoje silne i słabe strony, jednym z „cieni", na które zwracają uwagę prowadzący biznes, jest konieczność poświęcenia się, często kosztem życia osobistego. Badani studenci w większości, stojąc przed takim dylematem, wybierają udane życie rodzinne. W przypadku postaw wobec aktywności pozaprogramowych oferowanych przez szkołę, respondenci wykazują zainteresowanie, ale jest ono nasilone głównie w przypadku tych przynoszących korzyści z punktu widzenia rozwoju kariery. Takie działania jak wolontariat czy koła naukowe nie budzą

zapału, z kolei zdania co do wyjazdu zagranicznego organizowanego przez uczelnię (staż/studia) są bardzo podzielone, podobnie udział w grze biznesowej. Być może są one utożsamiane z koniecznością poświęcenia dodatkowego czasu i to ogranicza ich wybór.

Cechy przedsiębiorcze kształtują się pod wpływem doświadczenia, w trakcie nauki i praktyki. Respondenci, dokonując oceny oczekiwań względem edukacji, rzeczywiście zauważają konieczność kształtowania postaw przedsiębiorczych, a po uzyskaniu dyplomu chcą mieć wiedzę o prowadzeniu firmy. Być może ta część badanych, która nie jest jeszcze konkretnie zdecydowana na prowadzenie firmy, oczekuje od edukacji ukierunkowania i rozwoju postaw przedsiębiorczych, by zyskać umiejętności i motywację do kariery w biznesie. Rezultaty w badanej grupie dają sygnał, że uczelnia może wpływać na pasję, na kształtowanie innych postaw, problemem staje się więc właściwe spożytkowanie tej wiedzy i takie skonstruowanie systemu kształcenia wyższego, który przyniesie korzyści dla całej gospodarki, a duch przedsiębiorczości tkwiący w ludziach będzie właściwie wykorzystany.

Bibliografia

Bławat F., *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003.

Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Uczelniane Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego w Katowicach, Katowice 2002.

Chałas K., *Przedsiębiorczość w wychowaniu, aspekt aksjologiczny*, w: *Uwarunkowania przedsiębiorczości*, red. K. Jaremczuk, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2005.

Denek K., *Uniwersytet w perspektywie społeczeństwa wiedzy. Nauka i edukacja w uniwersytecie XXI wieku*, Wyższa Szkoła Pedagogiki i Administracji im. Mieszka I w Poznaniu, Poznań 2011.

Gaweł A., *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2007.

Glinka B., *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.

Grzegorzewska-Mischka E., *Współczesne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2010.

Henry C., Hill F., Leitch C., *Entrepreneurship Education and Training*, Ashgate Publishing Limited, London 2003.

Kirby D.A., *Entrepreneurship*, McGraw-Hill Education, New York 2003.

Kolasińska E., *Stymulowanie działań przedsiębiorczych*, w: *Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Behawioralny wymiar przedsiębiorczości*, red. P. Kulawczuk, A. Poszewiecki, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010.

Kurczewska A., *Przedsiębiorczość*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2013.

Moczydłowska J.M., *Przedsiębiorczość – perspektywa behawioralna*, w: *Behawioralne determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. Behawioralny wymiar przedsiębiorczości*, red. P. Kulawczuk, A. Poszewiecki, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2010.

Romanowska M., *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na studiach ekonomicznych*, w: *Studia ekonomiczne – czy tylko wiedza i umiejętności?*, red. J. Dietl, Z. Sapijaszka, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2008.

Safin K., *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji*, w: *Rozwój Przedsiębiorczości*, red. K. Jaremczuk, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2004.

Targalski J., Francik A., *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.

van Praag M., *Academic Entrepreneurship in Europe: A Different Perspective*, w: *Entrepreneurship, Growth, and Public Policy*, red. Z.J. Acs, D.B. Audretsch, R.J. Strom, Cambridge University Press, Cambridge 2009.

NETOGRAFIA

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf>

<http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/18355.pdf>

<https://www.parp.gov.pl/files/74/15735.pdf>

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2013_en.pdf>