



Przedsiębiorcze zachowania studentów – stan i konsekwencje dla dydaktyki

STRESZCZENIE

Artykuł zawiera omówienie wyników badań, które odbyły się w ramach projektu GUESSS. Prowadzone po raz pierwszy w Polsce badania koordynowane przez Uniwersytet w St. Gallen (Szwajcaria) dostarczają wiele ciekawych informacji na temat poziomu przedsiębiorczości polskich studentów oraz jej uwarunkowań. Szczególnie istotne są odniesienia do sposobu nauczania przedsiębiorczości. Niski odsetek studentów zaangażowanych w proces przedsiębiorczości i niski odsetek właścicieli przedsiębiorstw spośród studentów każe stawiać pytania o efektywność modelu kształcenia. Ciekawych informacji dostarczają odpowiedzi studentów na pytanie o praktyczną przydatność przekazywanej wiedzy. W badaniach polskich wzięło udział ponad 11 tysięcy studentów z 37 uczelni różnych typów.

→ **SŁOWA KLUCZOWE** – PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ STUDENCKA,
ZAŁOŻYCIEL PRZEDSIĘBIORSTWA, BARIERY
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

SUMMARY

Entrepreneurial Intentions and Activities of Polish Students – the state of affairs and its implication for education

The article contains an overview of the results of research conducted as part of the project GUESSS. Conducted for the first time in Poland by the University in St. Gallen, the research provides interesting information on the level of Polish students' entrepreneurship and their determinants. Particularly significant are the references to the method of teaching entrepreneurship. A low percentage of students was engaged in the entrepreneurial process and a low percentage of business owners amongst the students forces to question the effectiveness of the teaching model. Interesting results come from the student responses to a question of the practicality of the knowledge shared. The research

was conducted amongst over 11 thousand Polish students from 37 universities of various types.

→ **KEYWORDS** – ENTREPRENEURSHIP, STUDENTS ACTIVITIES AND INTENTIONS, BUSINESS FOUNDERS, FOUNDING BARRIERS

Wstęp

Przedsiębiorczość¹ jako forma ludzkiej aktywności jest nie tylko przedmiotem refleksji teoretycznej naukowców, lecz również wysiłków przedstawicieli praktyki gospodarczej i dydaktyki. Programy wspierania przedsiębiorczości poprzez dotacje finansowe, szkolenia i staże, praktyki zagraniczne nie przynoszą spodziewanych rezultatów i kończą swój żywot w momencie upływu wymaganego terminu. Jedną z głównych przyczyn takiej wstrzeźliwości ludzi młodych przed podjęciem własnej działalności jest mało efektywny proces kształcenia w tym zakresie. Nauczanie przedsiębiorczości jest dla współczesnych społeczeństw i gospodarek tyleż ważne, co trudne. Mimo podejmowanych w wielu krajach zabiegów organizacyjnych i finansowych brak jest dowodów, że przynoszą one spodziewane rezultaty. Jak wynika z doświadczeń amerykańskich,

Mimo że zasoby przeznaczone do nauczania przedsiębiorczości zostały zwiększone, liczba nowo zakładanych firm spadła o jedną trzecią (z utrzymującej się przez wiele lat średniej na poziomie 600 tys.). W takiej sytuacji można nawet pokusić się o stwierdzenie, że edukacja w zakresie przedsiębiorczości nam szkodzi².

Osiągnięciom polskich uczelni w tym zakresie również trudno byłoby nadać jakiś modelowy charakter, choć ogólną ocenę skutków stosowania takiego modelu utrudnia brak wyników miarodajnych badań³. Dobrą okazję do w miarę obiektywnej diagnozy

¹ Przedsiębiorczość w literaturze przedmiotu jest definiowana bardzo różnie. W badaniach uznaje się ją za synonim procesu zakładania przedsiębiorstwa. Jednakże w tekście jako przedsiębiorczość traktuje się różne formy aktywności studentów, także te, które nie kończą się założeniem przedsiębiorstwa.

² C. Schramm, *Rozszerzone zajęcia z przedsiębiorczości*, „Harvard Business Review Polska” 2013, nr 2.

³ Por. G. Banerski i in., *Przedsiębiorczość akademicka (rozwoj firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi. Raport z badania*, Warszawa 2009.

poziomu i uwarunkowań przedsiębiorczości studentów stwarza międzynarodowy program badań GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), w którym Polska uczestniczyła w 2013 roku po raz pierwszy⁴.

Na podstawie tych badań prowadzonych w 37 uczelniach Polski w artykule zostanie podjęta próba diagnozy stanu i analiza uwarunkowań przedsiębiorczych zachowań studentów oraz określenie konsekwencji dla dydaktyki przedsiębiorczości.

Cel, metoda i zakres badań

Jako główne cele badań GUESSS ich organizatorzy określają systematyczną obserwację intencji przedsiębiorczych studentów, identyfikację czynników wpływających na jej poziom oraz ocenę aktywności uczelni w zakresie przedsiębiorczego wykształcenia studentów⁵.

Teoretyczną bazę dla badań nad przedsiębiorczością studentów stanowi teoria planowych zachowań⁶, w której myśl określone czynniki, takie jak postawa wobec zachowania, subiektywna norma oraz postrzegana kontrola zachowania, mają wpływ na intencję, a poprzez nią pośrednio na zachowanie. W badaniach analizuje się intencje przedsiębiorcze, to znaczy intencje założenia lub przejęcia przedsiębiorstwa. Proces ten przebiega w określonych uwarunkowaniach, wśród których kontekst uniwersytecki ma szczególne znaczenie.

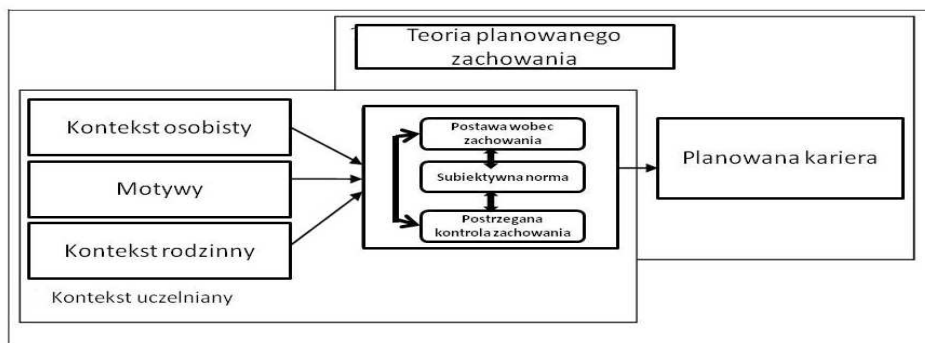
⁴ Por. szerzej P. Sieger, R. Baldegger, U. Fueglistaller, *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden in der Schweiz: Ergebnisse aus dem GUESSS Projekt 2011*, St. Gallen (KMU-HSG). W Polsce koordynatorem badań GUESSS jest dr A. Lewandowska z Instytutu Biznesu Rodzinnego z Poznania.

⁵ Autorzy koncepcji badań przyjmują, jak można przypuszczać, za bezsporny fakt, że edukacja przedsiębiorczości przekłada się wprost na wzrost przedsiębiorczego zaangażowania. Nie wszyscy badacze podzielają ten pogląd, a publikowane wyniki badań raczej negują istnienie takich bezpośrednich relacji. Por. T.J. Bae, S. Qian, C. Miao, J.O. Fiet, *The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, Special Issue, vol. 38, Issue 2, March 2014, s. 217-254.

⁶ Jej przydatność i zastosowanie na gruncie polskiej literatury przedmiotu analizują obszernie m.in. M. Łaguna, *Przekonania na własny temat i aktywność celową. Badania nad przedsiębiorczością*, Gdańsk 2009 oraz G. Banerski i in., *Przedsiębiorczość akademicka (rozwój firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi*, dz. cyt. Autorzy projektu badawczego z St. Gallen nie uzasadniają szerzej własnego wyboru jego teoretycznych ram.

Według teorii planowanego zachowania, bezpośrednią przyczyną zachowania jest intencja behawioralna – świadoma decyzja podjęcia pewnego działania. Im silniejsza intencja zaangażowania się w określone zachowanie, tym większe jest prawdopodobieństwo jego zrealizowania. Intencja z kolei jest funkcją postaw wobec zachowania, subiektywnych norm oraz spostrzeganej kontroli nad zachowaniem. Zgodnie z tą teorią przyjmuje się założenie, „że intencja jest wystarczająca do podjęcia działania. Po jej sformułowaniu osoba rozpoczyna działanie, na które zmienne psychologiczne, z wyjątkiem postrzeganej kontroli zachowania, nie mają już większego wpływu”⁷. Teoria ta nie neguje wagi obiektywnych czynników zewnętrznych (np. stanu gospodarki państwa), uznając, że chociaż nie wpływają one bezpośrednio na zachowanie, to powodują odpowiednie zmiany w postawie, subiektywnej normie i spostrzeganej kontroli. Model badań uwzględniający powyższe założenia przedstawia poniższy rysunek.

Rys 1. Model badawczy



Źródło: P. Sieger, R. Baldegger, U. Fueglistaller, *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden in der Schweiz: Ergebnisse aus dem GUESSS Projekt 2011*, dz. cyt., s. 6.

W artykule nie podejmuje się dyskusji z takim ujęciem i możliwościami alternatywnych koncepcji. Wydaje się, że ze względu na pionierskość badań o takiej skali nad przedsiębiorczością studentką ważniejsza będzie próba wyciągnięcia wniosków i opisu konsekwencji dla zdiagnozowanego stanu dydaktyki i praktyki przedsiębiorczości.

W badaniach wzięło udział ponad 93 tysiące studentów z 30 krajów. Polacy stanowili około 11% (ponad 11 tys.)

⁷ Tamże, s. 63.

i reprezentowali blisko 40 uczelni różnych typów. Pełna ocena postaw przedsiębiorczych będzie możliwa po uzyskaniu wyników z wszystkich biorących udział państw. Wtedy będzie można dokonywać porównań międzynarodowych i oceniać zachowania studentów krajowych na tle innych. W referacie podjęto więc z konieczności próbę identyfikacji i oceny postaw (zachowań) przedsiębiorczych polskich studentów oraz głównych czynników wpływających na te zachowania, w tym przede wszystkim roli uczelni oraz środowiska rodzinnego.

Charakterystyka respondentów

Spośród ponad 11 tysięcy studentów biorących udział w badaniach największą grupę (blisko 50%) stanowili studenci kierunków biznesowych. Jeśli się weźmie pod uwagę sposób prowadzenia badań polegający na aktywności samych studentów (informacja i link do ankiety znajdowały się na stronie internetowej uczelni), to taka nadreprezentacja kierunków menedżerskich zdaje się świadczyć o dominacji tradycyjnego sposobu postrzegania przedsiębiorczości przez studentów i wiązanie jej z prowadzeniem biznesu, zakładaniem i prowadzeniem przedsiębiorstwa. Zarówno studenci prawa, nauk rolnych, jak i kierunków technicznych stanowili stosunkowo niski odsetek uczestników badań.

Ankieta była tak skonstruowana, że dawała możliwość uzyskania odpowiedzi na kilka podstawowych dla analizowanego problemu (przedsiębiorczej aktywności studentów) pytań. Główne dotyczyły planowanych ścieżek karier zawodowych i sposobów ich realizacji.

Według intuicyjnego osądu w polskim społeczeństwie panuje przekonanie, że pomyślna kariera zawodowa młodego człowieka wiąże się ze znalezieniem ciekawej pracy w dużym przedsiębiorstwie, rzadziej z założeniem własnego przedsiębiorstwa. Na taki pogląd wpływ ma nie tylko niedaleka przeszłość, w której własne przedsiębiorstwo było wyborem raczej marginalnym i często przymusowym, ale także współczesna ocena prestiżu zawodowego przedsiębiorcy. Jak wynika z publikowanych przez dziennik „Rzeczpospolita” rankingów prestiżu zawodów, przedsiębiorca znajduje się na odległej pozycji. Uznaniem cieszy przedsiębiorca o wysokim statusie majątkowym (co jest

stosunkowo rzadkie), natomiast drobni przedsiębiorcy (stanowiący ponad 90% populacji przedsiębiorców) cieszą się prestiżem równym prestiżowi człowieka bez zawodu (sic!).

Wypowiedzi i opinie studentów biorących udział w badaniach GUESSS nie odbiegają w sposób szczególny od tego wzorca kariery. Odpowiedź na pytanie o planowane ścieżki kariery zawodowej studentów pozwala wskazać na trzy podstawowe grupy. Najliczniejszą można by nazwać grupą pracowników najemnych. Są to ci studenci (66,5%), którzy po zakończeniu studiów chcą pracować w przedsiębiorstwach dużych lub MSP. Druga grupa to założyciele – osoby, które chcą założyć własne przedsiębiorstwo i pracować w nim. W tej grupie znajdują się także ci, którzy wskazywali na możliwość przejęcia przedsiębiorstwa rodzinnego lub obcego. Do tej grupy należą również studenci, którzy już założyli własne przedsiębiorstwo. Stanowią oni 3,7% wszystkich biorących udział w badaniu. Trzecią kategorią są urzędnicy – ci, którzy wskazują na organizację non profit, uczelnię lub instytucję użyteczności publicznej jako miejsce zatrudnienia po skończeniu studiów. Osobną kategorią są niezdecydowani – ci, którzy nie wiedzą, co będą robić po studiach (zob. tab. 1).

Tab. 1. Planowane przez studentów ścieżki kariery

Kategoria	Po studiach	Po 5 latach
Pracownik	66,5 %	32,8 %
Urzędnik	1,2 %	10,1 %
Przedsiębiorca	17,4%	43,4 %
Niezdecydowany	12,4%	14,0 %

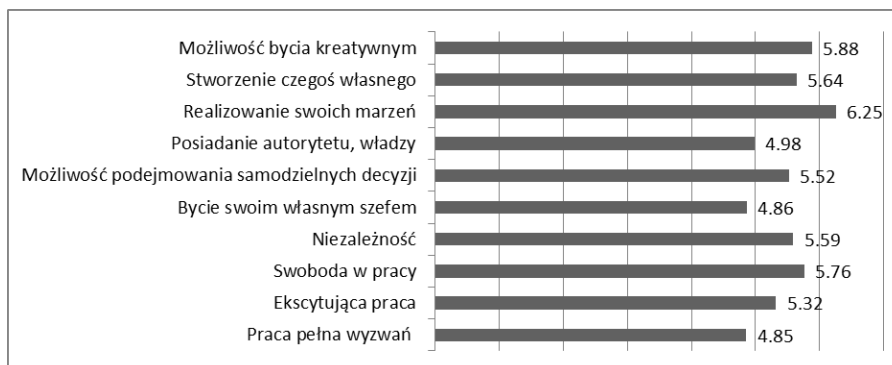
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ten układ preferencji zmienia się nieznacznie w perspektywie pięciu lat po ukończeniu studiów. Wtedy najliczniejszą grupę stanowią przedsiębiorcy – założyciele (43,4%) i znacznie wzrasta grupa urzędników – do 10,1%. Co zaskakujące, wzrasta również odsetek niezdecydowanych co do przyszłej kariery zawodowej (14%). Świadczyć to może zarówno o dość przypadkowych wyborach kierunku studiów, jak i późnej inicjacji zawodowej polskich studentów. Po pięciu latach od zakończenia studiów maleje odsetek pracowników, przy czym wzrasta odsetek preferujących pracę w dużym i średnim przedsiębiorstwie.

Oczekiwania i postawy

Istotnym obszarem ocen są w badaniach analizy motywów wyboru określonej ścieżki kariery. Respondenci, określając wagę różnych czynników (1 = w ogóle nieważne, 7 = bardzo ważne), przy wyborze przyszłej kariery wskazywali na wiele celów, przy czym najczęściej na najogólniejszy (realizacja marzeń). Dosyć silnie akcentowaną chęć bycia kreatywnym, posiadania swobody w pracy i tworzenia czegoś własnego widzą rzadziej poprzez własną firmę (stosunkowo rzadko wskazywano na chęć bycia własnym szefem). Przy tym częściej niż pozostałe grupy, co zrozumiałe, na chęć bycia własnym szefem wskazywali respondenci zakwalifikowani do kategorii założyciele.

Rys. 2. Czynniki istotne przy wyborze przyszłej ścieżki kariery
N = 11729



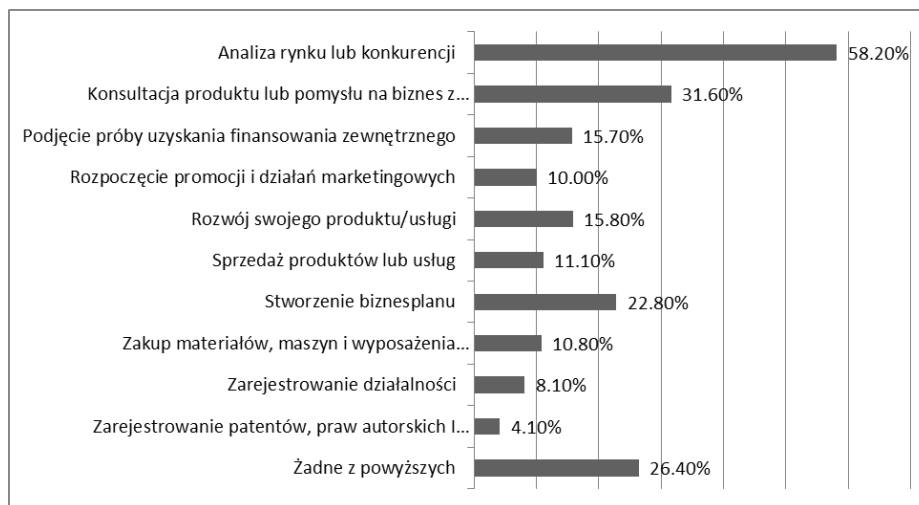
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Studenci biorący udział w badaniach, niezależnie od tego, do której kategorii zostali przyporządkowani, określają siebie jako ludzi samodzielnych (26,7% posiada stałą pracę), potrafiących dbać o własne interesy, umiających wdrażać w życie swoje plany. Nieco niżej oceniają swoje chęci i możliwości pracy na własny rachunek. Przedsiębiorczość postrzegają jako zjawisko pozytywne, dające satysfakcję, a brak własnego zaangażowania w ten proces tłumaczą brakiem zasobów i odpowiednich kompetencji.

Przy tak relatywnie wysokim odsetku zadeklarowanych założycieli (ponad 27%, tj. 3195 osób planuje założyć własne przedsiębiorstwo) ważne wydaje się zweryfikowanie, na ile są to jedynie spontaniczne deklaracje, a na ile przemyślane i konsekwentne działania. Jeśli się weźmie pod uwagę, że około 15%

respondentów deklaruje założenie własnej firmy w okresie nie dłuższym niż 15 miesięcy, powinny być już widoczne konkretne działania. Co więc konkretnie robią studenci dla swojej kariery? Jak się przygotowują do przyszłej roli przedsiębiorcy? Jaki jest poziom determinacji i przygotowania zawodowego? Są to podstawowe pytanie, na które ankietowani udzielali odpowiedzi.

Rys. 3. Działania podjęte w celu założenia swojej firmy
N = 3195



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Rozkład odpowiedzi wskazuje na dosyć wstępną fazę procesu założycielskiego. Najczęściej aktywności te oscylują wokół ogólnych refleksji, a rzadziej wokół konkretnych działań. Ponad połowa spośród zamierzających rozpocząć własną działalność dokonuje analizy rynku, a jedynie 22% zajmuje się tworzeniem biznesplanu; 26% konsultuje swój biznesowy pomysł, ale ponad 26% nie robi nic, aby swój zamiar urzeczywistnić.

To raczej amatorskie niż profesjonalne podejście do przedsiębiorczości (własnego biznesu) wyłania się, jak można sądzić, z analizy wypowiedzi tych, którzy założyli przedsiębiorstwo. Ankieta nie daje możliwości szczegółowej analizy charakteru podejmowanych przedsięwzięć. Informacje ogólne mówią jednak o tym, że założone przedsiębiorstwa zajmują się głównie handlem (hurtowym i detalicznym), co odpowiada strukturze powstających w ogóle przedsiębiorstw. Dominują więc przedsiębiorstwa niewymagające ani kapitału finansowego, ani profesjonalnej wiedzy. Na drugim miejscu są przedsiębiorstwa zajmujące się

technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi, co można uznać za biznesy oparte na wiedzy (jest ich ponad dwukrotnie mniej), dalej przedsiębiorstwa budowlane i produkcyjne oraz pozostałe usługi finansowe.

Jak się wydaje, istotny wpływ na takie postawy ma otoczenie zewnętrzne – środowisko rodzinne, lokalne i uniwersyteckie.

Wpływ otoczenia na postawy przedsiębiorcze

Ankieta zawierała pytania zarówno o reakcję otoczenia rodzinnego na pomysł założenia firmy, jak i możliwość uzyskania pomocy ze strony rodziny w procesie założycielskim. Respondenci oceniali bardzo pozytywnie przypuszczalną reakcję swoich najbliższych – rodziców, przyjaciół na informację o chęci założenia przedsiębiorstwa (w skali od 1 do 7 średnia powyżej 5,8). Bardziej sceptycznie oceniali jednak możliwość uzyskania realnej pomocy w tym procesie. Nisko oceniali możliwość i skalę pomocy ze strony rodziców. Wskazywali głównie na możliwość pomocy o charakterze konsultingowo-doradczym, takiej jak ocena pomysłu, dzielenie się doświadczeniem, a rzadziej na pomoc finansową, materialną.

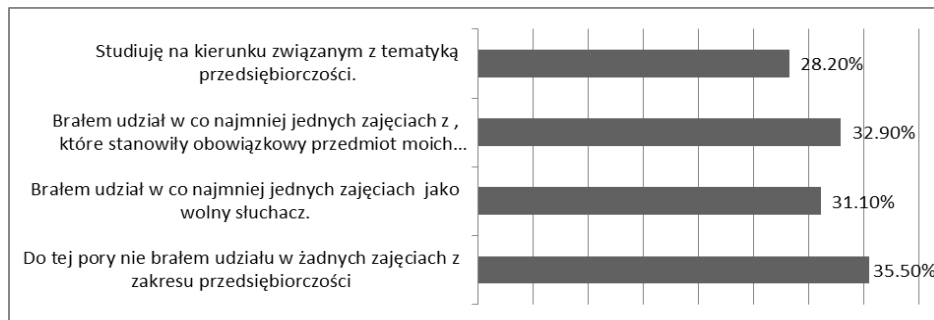
Ten wysoki poziom akceptacji dla pomysłu założycielskiego stoi w pewnej sprzeczności z opinią o charakterze otoczenia, z którego pochodzą respondenci. Panuje w nim raczej kult uporządkowania, określonych struktur i hierarchii, co nie kojarzy się z charakterystyczną dla przedsiębiorczości twórczą destrukcją. Z drugiej jednak strony jest to środowisko konserwatywne, zhierarchizowane, w którym dominuje kult jednostki samodzielnej, zdobywającej pozycję dzięki własnym osiągnięciom, a mniej dzięki współpracy i współdziałaniu. Ważne dla analizy wpływu środowiska rodzinnego są opinie studentów wywodzących się z rodzin przedsiębiorców. Zaledwie połowa z nich (51,1%) pracowała kiedykolwiek w firmie rodziców, a jedynie 6,6% podjęło decyzję o przejęciu przedsiębiorstwa od rodziców. Oznacza to, że przedsiębiorcze środowisko rodzinne jest raczej demotywatorem rozwijania przedsiębiorczości niż jej stymulatorem.

Ważnym elementem analizy otoczenia, z którego się wywodzą studenci, jest oczywiście środowisko uczelniane – rodzaj uczelni, jej profil i oferta. Pierwszą, ważną informacją są tu kryteria wyboru uczelni. Przy wyborze uczelni, jak wynika z analizy

odpowiedzi, dominują dwa kryteria: renoma uczelni – ponad 28% wskazań – i odległość od miejsca zamieszkania z podobnym wynikiem.

Te wybory mają konsekwencje dla ocen i motywacji studentów w wielu dziedzinach. Mogą być na przykład wytłumaczeniem braku aktywności, niezdecydowania i niekorzystania z ofert uczelni. Badania wskazują, że ponad 35% studentów nie korzystało z żadnych zajęć z obszaru przedsiębiorczości, a 32% korzystało dlatego, że był to przedmiot obowiązkowy.

Rys. 4. Korzystanie z zajęć z obszaru przedsiębiorczości
N = 11754



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ci, którzy uczęszczali na te zajęcia, dość wysoko oceniają ich przydatność. Podkreślają głównie nabywanie umiejętności postrzegania nowych możliwości, zwiększenie kompetencji, zrozumienie zachowań przedsiębiorców. Nisko oceniają jednak zajęcia pod względem nabycia praktycznych umiejętności przejścia ścieżki założycielskiej. Taka opinia studentów o praktycznej przydatności oferowanych zajęć jest dosyć powszechna. Z badań autora prowadzonych wśród studentów jednej z wrocławskich uczelni wynika, że studenci nie tylko nie otrzymują na uczelniach spodziewanej pomocy, ale nawet już jej nie oczekują. Na pytanie o źródła pomocy niezbędnej przy zakładaniu przedsiębiorstwa uczelnia i jej wykładowcy znaleźli się w kategorii „inni”; wskazały na nie pojedyncze osoby (spośród ponad 800 pytaných).

Studenci zasadniczo nie traktują uczelni jako tygła innowacyjności i kreatywności, nie odczuwają, aby atmosfera panująca na uczelniach inspirowała do rozwoju przedsiębiorczości, chociaż dostrzegają wysiłki uczelni w tworzeniu inicjatyw, przedsięwzięć zachęcających. Spośród tych, którzy zamierzają założyć własną

firmę, prawie połowa nie poznała na uczelni żadnego przedsiębiorcy, a ponad 33% – jednego. Potwierdza to tezę, że procesy założycielskie są na uczelniach rzadkie, a kontakt z przedsiębiorcami ograniczony. Opinie studentów zdają się potwierdzać, że w Polsce dominuje raczej model uczelni dydaktycznej niż przedsiębiorczej, której wzorem pozostaje uniwersytet Stanforda w Palo Alto. „Ten Uniwersytet zawsze był inny. W Berkeley, zaledwie kilkadziesiąt kilometrów dalej, naukowcy zawsze byli naukowcami. Na Stanfordzie obowiązywał inny model. Od najlepszych profesorów właściwie oczekiwano, że założą własny biznes”⁸.

Podsumowanie

Jeżeli uznać przedsiębiorczość za pojęcie tożsame⁹ z zakładaniem przedsiębiorstw, to obraz przedsiębiorczości studenckiej czy szerzej – akademickiej nie będzie pozytywny, ze względu na niewielki odsetek nowych uruchomień. W badaniach zidentyfikowano zaledwie 434 przypadki na ponad 11 tysięcy respondentów. Jednakże, ze względu na zróżnicowaną grupę biorących udział w badaniu (w tym licznych przedstawicieli nauk humanistycznych), można by ten obraz złagodzić stwierdzeniem, że nie każdy student musi budować swoją ścieżkę kariery, opierając się na własnej firmie. Jeśli jednak przedsiębiorczość traktować ogólniej jako przejaw aktywności (zaradności, kreatywności) ludzi w ogóle, to uznać należy, że obraz wyłaniający się z badań zmusza do głębszej refleksji nad poziomem przygotowania studenta do życia zawodowego i kierunkami niezbędnych zmian w modelu kształcenia. Badani studenci wykazują bowiem niskie zainteresowanie nie tylko nauczaniem przedsiębiorczości, ale kształtowaniem swoich karier zawodowych w ogóle – ponad 10% spośród nich nie wie, czym się będzie zajmowała ani bezpośrednio po studiach, ani za pięć lat.

⁸ L.K. Talko, *186511 milionerów i ciągle przybywa*, „Duży Format. Gazeta Wyborcza”, z dnia 13.09.2000.

⁹ W artykule nie podejmuje się dyskusji nad pojęciem przedsiębiorczości. Swoją pogląd na ten temat oraz analizę sposobów definiowania występujących w literaturze przedmiotu autor zawarł w książce *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*, red. K. Safin, Wrocław 2012, s. 29 i n.

Problem jest ważny z praktycznego (gospodarczego) punktu widzenia. W zwiększeniu liczby start-upów widzi się bowiem jeden z głównych czynników ożywienia na rynku pracy.

Z tego względu decydenci polityczni zwracają baczność uwagę na tę szczególną mieszaninę czynników, która jest potrzebna do stworzenia gospodarki przyjaznej dla stworzenia gospodarki przyjaznej dla przedsiębiorczości. Składnikami (...) są: wykwalifikowani ludzie, którzy chcą podjąć ryzyko i potrafią dostrzegać szanse rynkowe oraz minimalizacja biurokracji i innych proceduralnych przeszkód¹⁰.

Wnioski, jakie wynikają z tych badań dla kształtowania programów nauczania czy w ogóle kształcenia, wymagają pogłębionych analiz i porównań. Ze względu na ograniczoność miejsca, rekomendacje autora w tym względzie ograniczą się do pewnych kierunkowych zaleceń. Próba kształtowania systemu edukacyjnego pozytywnie wpływającego na zachowania przedsiębiorcze musi uwzględniać fakt, że na koncepcje kształcenia i kształtowania postaw wpływać będą:

1. czynniki nierozpoznane, na które w związku z tym nie mamy wpływu i które znajdują się poza możliwościami oddziaływania przez system szkolnictwa;
2. czynniki, których natura jest rozpoznana i są one podatne na działania edukacyjne (obejmują one zarówno czynniki o bardzo długim okresie ujawniania, które poddają się zmianom w ciągu pokolenia lub dwóch, jak i czynniki o krótkim okresie ujawniania, które poddają się zmianom pod wpływem bodźców doraźnych i które można kształtować w procesie nauczania)¹¹.

Doraźnemu wpływowi systemu edukacji pozostaje zatem bardzo ograniczona przestrzeń. Wszelkie przedsięwzięcia edukacyjne w tym obszarze powinny, jak się wydaje, być orientowane na długą perspektywę i proces o trudno przewidywalnych skutkach. W takim procesie warto uwzględnić trzy poziomy kształcenia (w sensie programowym, a nie organizacyjnym).

¹⁰ Czy nowe firmy pomogą przywrócić dobrą koniunkturę, „Harvard Business Review Polska” 2013, nr 2.

¹¹ Por. J. Mugler, *The Role of the Universities in Educations for Entrepreneurship*, w: *Beiträge zur Gestaltung des Faches*, „Ökonomie der Klein- und Mittelbetriebe”, Fachverlag Wirtschaftsuniversität, Wien 1992.

Poziom pierwszy – obejmujący takie formy i treści kształcenia, które rozwijają przekonanie studentów o istnieniu alternatywnych w stosunku do pracy najemnej ścieżkach kariery zawodowej i dostarczają wiedzy o cechach i uwarunkowaniach zachowań przedsiębiorczych, o możliwościach i ograniczeniach w doskonaleniu umiejętności przedsiębiorczych. W proponowanym postrzeganiu przedsiębiorczości mieści się identyfikacja, promowanie i rozwijanie karier przedsiębiorców (pracodawców), akceptacja („oswajanie” ryzyka), zdolność do aktywnego poszukiwania pracy zarobkowej, aktywne pozostawanie poza rynkiem pracy (odbudowa i uzupełnianie swojego kapitału kariery), jak i włączanie się do biznesu rodzinnego.

Drugi poziom to obszar wiedzy ogólnej, obejmujący zagadnienia organizacyjne, prawne, finansowe i społeczne związane z zakładaniem i prowadzeniem własnego przedsiębiorstwa. Wiedza ta nie wystarcza do prowadzenia własnego biznesu, lecz daje wyobrażenie o skali i charakterze problemów z tym związanych. Nie chodzi tutaj jedynie o naukę pisania biznesplanów, ale o szersze wyobrażenie o własnym biznesie, o modelu biznesu, jego związkach z otoczeniem, współpracy z ludźmi, poszukiwaniu źródeł pomysłów i inspiracji, komercjalizacji wiedzy.

Trzeci poziom obejmuje wiedzę aplikacyjną, to znaczy taką, która pozwoli absolwentowi, młodemu człowiekowi (przyszłemu przedsiębiorcy) rozwiązywać konkretne problemy z zakresu aktywnego poszukiwania pracy, poszukiwania wspólników oraz zarządzania przedsiębiorstwem istniejącym lub potencjalnym.

BIBLIOGRAFIA

- Bae T.J., Qian S., Miao C., Fiet J.O., *The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, Special Issue, vol. 38, Issue 2, March 2014, s. 217-254.
- Banerski G. i in., *Przedsiębiorczość akademicka (rozwój firm spin-off, spin-out) – zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi. Raport z badania*, PARP, Warszawa 2009.
- Czy nowe firmy pomogą przywrócić dobrą koniunkturę*, „Harvard Business Review Polska” 2013, nr 2.
- Łaguna M., *Przekonania na własny temat i aktywność celową. Badania nad przedsiębiorczością*, GWP, Gdańsk 2009.
- Mugler J., *The Role of the Universities in Educations for Entrepreneurship*, w: *Beiträge zur Gestaltung des Faches*, „Ökonomie der Klein- und Mittelbetriebe”, Fachverlag Wirtschaftsuniversität, Wien 1992.
- Schramm C., *Rozszerzone zajęcia z przedsiębiorczości*, „Harvard Business Review Polska” 2013, nr 2.
- Sieger P., Baldegger R., Fueglistaller U., *Unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden in der Schweiz: Ergebnisse aus dem GUESSS Projekt 2011*, St. Gallen (KMU-HSG).
- Talko L.K., *186511 milionerów i ciągle przybywa*, „Duży Format. Gazeta Wyborcza”, z dnia 13.09.2000.
- Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*, red. K. Safin, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2012.