



Katarzyna Kulig-Moskwa

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
Instytut Zarządzania i Marketingu

Agata Strzelczyk

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
Instytut Ekonomii

***Postawy i zachowania przedsiębiorcze
studentów na przykładzie
Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu –
wyniki badań własnych***

STRESZCZENIE _____

Artykuł prezentuje wyniki badań prowadzonych przez Zespół Badawczy Przedsiębiorczości i Zarządzania Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu. Celem projektu było zbadanie postaw przedsiębiorczych wśród studentów, a także określenie zapotrzebowania na wiedzę i umiejętności praktyczne studentów z zamiarem udoskonalenia programów dydaktycznych uczelni. Badanie zostało przeprowadzone w okresie lipiec – wrzesień 2013 roku, a uczestniczyło w nim 860 studentów WSB we Wrocławiu. Badanie ujawniło, że większość studentów postrzega siebie jako osoby przedsiębiorcze, a prawie 35% twierdzi, że ciągle zwiększa swoje przedsiębiorcze zaangażowanie. Ankietowani wiążą częściej swoją karierę zawodową z małym lub własnym przedsiębiorstwem. Niemal 40% zamierza w najbliższym czasie założyć własną firmę. Motywacją do tego jest przede wszystkim niezależność, a także korzyści finansowe oraz realizacja własnych zainteresowań. Jako powody niechęci do zakładania własnego biznesu ankietowani wymieniają najczęściej awersję do ryzyka, lęk przed odpowiedzialnością oraz nadmierne bariery administracyjne.

→ **SŁOWA KLUCZOWE** – PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, POSTAWA, STUDENCI

SUMMARY _____

*Entrepreneurial Attitudes and Behaviours Among Students
of Wrocław School of Banking – Survey Results*

The article presents the results of the study conducted by the Research Group of Business and Management of Wrocław School of Banking within the project *Entrepreneurship among students of WSB*. Its aim was to investigate entrepreneurial attitudes among students and to determine students' knowledge and practical skills needed to improve the educational programs of the School. The survey was conducted in the period between July and September 2013, and 860 students of

Wroclaw School of Banking took part in it. The results demonstrate that most students perceive themselves as entrepreneurial, and nearly 35% say that they continuously increase their entrepreneurial commitment. Respondents often associate their careers with small companies or own firms. Almost 40% intend to set up their own business in the near future. They are motivated mainly by independence but also by the prospect of financial benefits and the realization of their own interests. As for reasons for unwillingness to start their own business, respondents frequently mention risk aversion, the fear of liability and excessive administrative barriers.

→ **KEYWORDS** – ENTREPRENEURSHIP, ATTITUDES, STUDENTS

Wstęp

Pojęcie przedsiębiorczości jest różnie definiowane i nie jest jednoznaczne. W literaturze najczęściej rozumie się przedsiębiorczość przez pryzmat zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej lub jako potencjał wewnętrzny, pewien zestaw cech decydujących o gotowości i zdolności do rozwiązywania problemów, umiejętności wykorzystywania pojawiających się szans¹. Wielowymiarowość pojęcia jest również spowodowana tym, że ma ono interdyscyplinarny charakter i jest przedmiotem zainteresowania różnych dziedzin naukowych, między innymi: psychologii, ekonomii, zarządzania, socjologii czy prawa². Analizując pojęcia przedsiębiorczości, można pogrupować je w trzy kategorie: postawa, zachowanie, proces³. W odniesieniu do tematu artykułu zasadne jest przytoczenie definicji przedsiębiorczości postrzeganej jako postawa i zachowanie.

Przedsiębiorczość jest specyficzną postawą człowieka wobec otaczającego go świata i ludzi, wyrażającą się w twórczym i aktywnym dążeniu do ulepszania istniejących stanów rzeczy, w gotowości do podejmowania nowych działań lub rozszerzania

¹ Por. K. Safin, *Przedsiębiorczość akademicka – pojęcie i istota, uwarunkowania*, w: *Przedsiębiorczość akademicka*, red. K. Safin, Wrocław 2010, s. 4.

² Por. B. Siuta-Tokarska, *Zasadnicze aspekty pomiaru przedsiębiorczości*, „Organizacja i kierowanie” 3 (2013), s. 92.

³ Por. T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Warszawa 2010, s. 37.

dotychczasowych i dążenia do osiągnięcia korzyści materialnych oraz poprawy warunków życia i pracy⁴.

Postawa przedsiębiorcza może być także określana przez indywidualne cechy bądź umiejętności i predyspozycje⁵. Wśród definicji przedsiębiorczości wiele z nich podkreśla właśnie znaczenie specyficznych cech⁶. Przedsiębiorcze postawy warunkują przedsiębiorcze zachowania, czyli działania, aktywności przyczyniające się do osiągnięcia wyższej efektywności⁷.

Odwołując się do historii, można stwierdzić, że choć przedsiębiorczość i postawy z nią związane nie zawsze były doceniane, to w gospodarce rynkowej postrzega się ją jako główną siłę napędową, umożliwiającą osiągnięcie zawodowego i społecznego awansu⁸. Z tego względu przedsiębiorczość jest nie tylko przedmiotem refleksji teoretycznej naukowców, lecz również wysiłków przedstawicieli praktyki gospodarczej i dydaktyki.

Wszelkie inicjatywy zmierzające zarówno do promowania idei przedsiębiorczości, jak i (tym bardziej) dążące do wypracowania koncepcji kształcenia można uznać za ważne nie tylko z punktu widzenia poszczególnych uczelni, lecz również z perspektywy ogólnopolskiej. Zasadniczym celem artykułu jest prezentacja badań własnych dotyczących postaw przedsiębiorczych studentów na przykładzie studentów Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu.

Cele i metodyka badań

Prezentowane badania są wynikiem prac badawczych i analitycznych zrealizowanych w okresie czerwiec – październik 2013 przez Zespół Badawczy Przedsiębiorczości i Zarządzania

⁴ A.P. Wiatrak, *Pojęcie przedsiębiorczość, i jej cele i rodzaje*, w: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, red. K. Jaremczuk, Tarnobrzeg 2003, s. 26.

⁵ Por. T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, dz. cyt., s. 38-39.

⁶ Por. T. Kraśnicka, *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaekonomicznej*, Katowice 2002, s. 39.

⁷ Por. tamże, s. 40.

⁸ Por. tamże, s. 16.

Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu⁹ w ramach własnego projektu „Przedsiębiorczość studentów WSB”. Celem ogólnym projektu było zbadanie postaw przedsiębiorczych studentów Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu oraz dostarczenie wniosków i rekomendacji w zakresie edukacji dla przedsiębiorczości. Celem praktycznym było zebranie danych i ich analiza pozwalająca określić zapotrzebowania na wiedzę i umiejętności praktyczne studentów w zakresie postaw i zachowań przedsiębiorczych, z zamiarem udoskonalenia programów dydaktycznych Wyższej Szkoły Bankowej.

Bazą dla przygotowania raportu były badania empiryczne przeprowadzone na przełomie lipca i września na podstawie ankiety wśród studentów Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu. Próba badawcza $n = 861$. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankietowy zamieszczony w ekstranecie WSB. Kwestionariusz składał się z 20 pytań o różnym charakterze. Materiał empiryczny został poddany krytycznej analizie w ramach zespołu badawczego, a na tej podstawie sformułowano wnioski i rekomendacje.

Omówienie wyników badań

Respondenci

Respondentami w badaniu byli studenci Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu stopnia pierwszego (74,33%) i drugiego (24,16%), co z uwzględnieniem roku studiów prezentuje tabela 1. W ankiecie wzięli udział przede wszystkim studenci kierunku zarządzanie (351 osób) oraz finanse i rachunkowość (225 osób). W badaniu uczestniczyli również studenci logistyki (129 osób) i turystyki (119 osób) oraz nieliczni studenci politologii i filologii, co obrazuje tabela 2.

⁹ Por. <<http://www.wsb.pl/wroclaw/zespol-badawczy-przedsiębiorczosci-i-zarządzania>>.

Tabela 1. Respondenci ze względu na rok studiów

Rodzaj studiów	Rok studiów	Odsetek odpowiedzi (%)
Studia licencjackie	I	31,48
	II	27,29
	III	15,56
Studia magisterskie	I	13,59
	II	10,57
Brak odpowiedzi		1,51

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Respondenci ze względu na kierunek studiów

Kierunek studiów	Odsetek odpowiedzi (%)
Zarządzanie	40,77
Finanse i rachunkowość	26,13
Logistyka	14,98
Turystyka	13,82
Politologia	2,09
Filologia	1,51
Brak odpowiedzi	0,70

Źródło: opracowanie własne.

W badaniu wzięło udział 690 studentów zaocznych i 156 studentów studiów stacjonarnych, 15 respondentów nie sprecyzowało trybu studiów. W strukturze respondentów większość stanowili studenci zaocznicy, studiów licencjackich z kierunku zarządzania. Ponad połowa respondentów to osoby w wieku 20-23 lata (58,19%).

Ścieżka kariery zawodowej

Jedno z pytań w ankiecie dotyczyło docelowego miejsca zatrudnienia. Swoją karierę zawodową ankietowani wiążą najczęściej z dużym przedsiębiorstwem. Kolejnym wskazaniem było własne przedsiębiorstwo, a różnica wskazań wynosiła zaledwie 2,44%. Trzecią grupą są ci, którzy chcą pracować w administracji publicznej i organizacjach pozarządowych (12,78%), co pokazuje tabela 3.

Tabela 3. Respondenci ze względu docelowe miejsce zatrudnienia

Docelowe miejsce zatrudnienia	Odsetek odpowiedzi (%)
Duże przedsiębiorstwo	31,71
Własne przedsiębiorstwo	29,27
Przedsiębiorstwo rodzinne	2,44
Małe przedsiębiorstwo	9,18
Administracja publiczna	11,27
Organizacja pozarządowa	1,51
Praca za granicą	5,57
Nie wiem	9,06
Brak odpowiedzi	0,00

Źródło: opracowanie własne.

Na te wybory nie mają większego wpływu ani rok, ani tryb studiów¹⁰. Różnice istotne uwidaczniają się w odniesieniu do kierunku studiów¹¹. Studenci turystyki zdecydowanie rzadziej niż studenci zarządzania i logistyki wskazują na duże przedsiębiorstwo jako docelowe miejsce pracy. Studenci tego kierunku częściej też niż inni wskazują na własne firmy jako preferowaną ścieżkę kariery zawodowej. Najrzadziej na małe przedsiębiorstwa jako miejsce pracy wskazują studenci politologii, którzy zdecydowanie najczęściej wskazują instytucje administracji jako przyszłe miejsce pracy. Odpowiedzi dotyczące docelowego miejsca pracy z podziałem na kierunki studiów prezentuje tabela 4.

¹⁰ Zależności pomiędzy odpowiedziami na poszczególne pytania sprawdzano za pomocą testu niezależności chi-kwadrat. W przypadku stwierdzenia zależności pomiędzy cechami obliczano współczynnik ϕ – Yule'a.

¹¹ Poziom istotności $\alpha = 0,01$; współczynnik ϕ – Yule'a = 0,42.

Tabela 4. Docelowe miejsce zatrudnienia według kierunku studiów

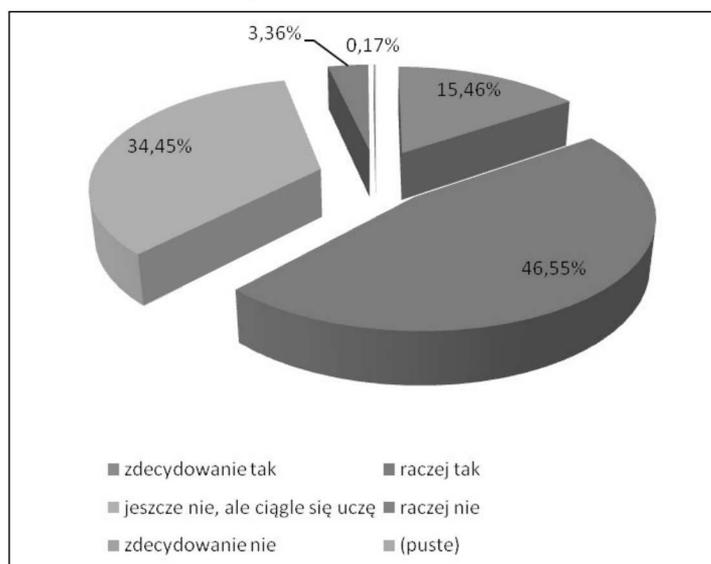
	Przedsiębiorstwo				Administracja	Organizacja non profit
	Duże	Własne	Rodzinne	Male		
Turystyka	12,61%	33,61%	4,20%	10,92%	6,72%	10,92%
Zarządzanie	38,86%	31,43%	2,00%	6,00%	8,29%	4,29%
Logistyka	38,76%	24,03%	1,55%	13,95%	3,10%	8,53%
FiR	28,44%	28,89%	3,11%	10,67%	20,00%	2,22%
Politologia	11,11%	5,56%	0,00%	0,00%	55,56%	5,56%
Filologia	33,33%	25,00%	0,00%	16,67%	8,33%	16,67%

Źródło: opracowanie własne.

Przedsiębiorczość studentów w ich ocenie własnej

Studenci oceniają siebie jako ludzi przedsiębiorczych. Ponad 60% ankieterowanych uważa się za osoby przedsiębiorcze, a prawie 35% twierdzi, że ciągle zwiększa swoje przedsiębiorcze zaangażowanie. Zaledwie 3,5% osób nie uważa się za osoby przedsiębiorcze (rysunek 1).

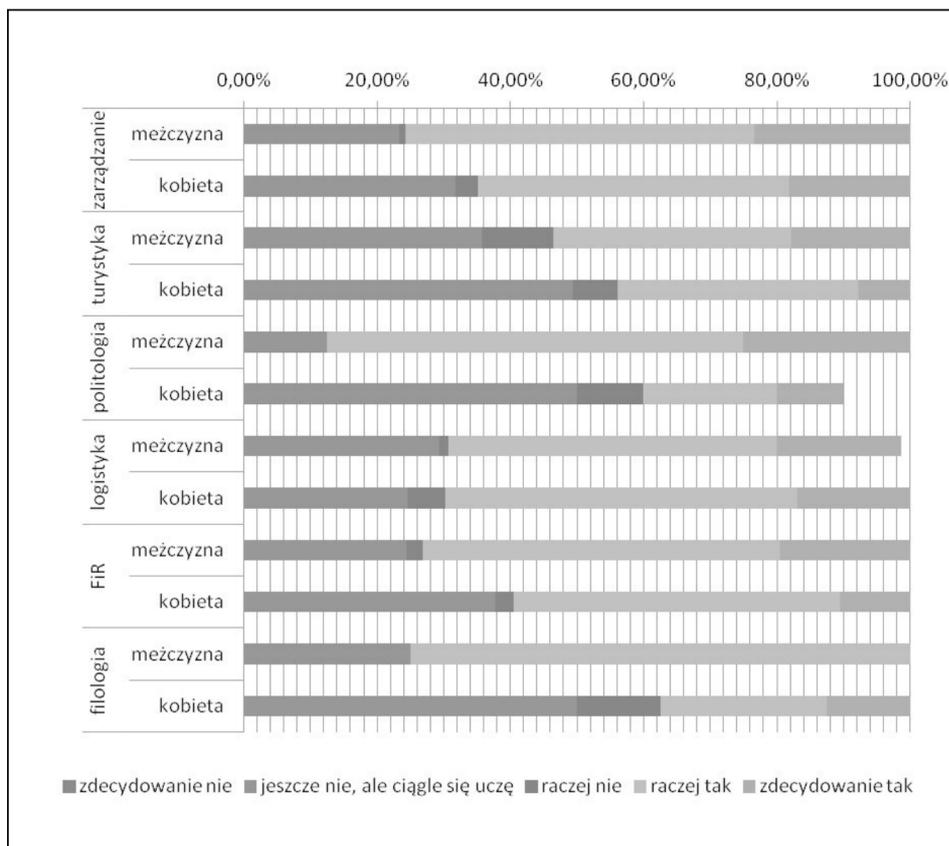
Rysunek 1. Ocena własnej przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie własne.

Nie stwierdzono zależności pomiędzy uznaniem siebie za osobę przedsiębiorczą a rokiem czy też typem studiów. Zależność taka wystąpiła jednak w przypadku płci respondentów – współczynnik ϕ – Yule’a = 0,1295. Zauważa się tendencję, że kobiety uważają się za mniej przedsiębiorcze od mężczyzn bez względu na kierunek studiów. Zaobserwowano również, że to, czy studenci uważają siebie za osoby przedsiębiorcze, czy nie, zależy także od kierunku ich studiów. W tym przypadku współczynnik ϕ – Yule’a = 0,2559. Owe zależności zobrazowano na rysunku 2. Za najbardziej przedsiębiorczych uznają się mężczyźni z kierunku zarządzanie. Taką zależność widać też w przypadku politologii i filologii, ale z uwagi na małą liczbę respondentów w tej grupie wnioski ogólne co do tych kierunków są nieuzasadnione.

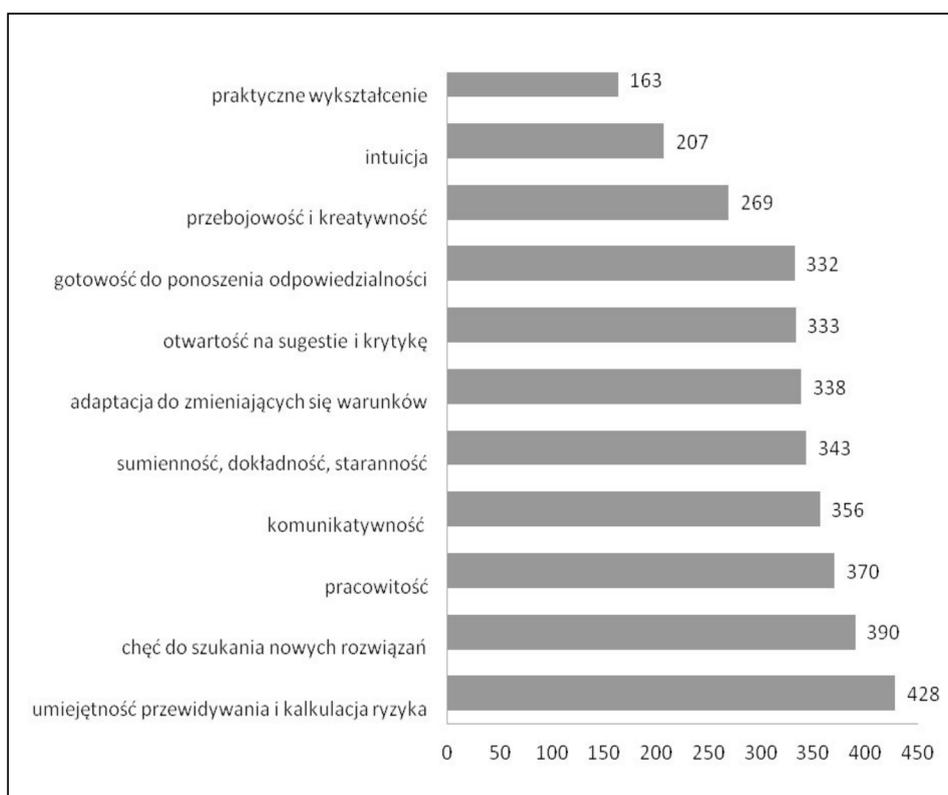
Rysunek 2. Ocena własna przedsiębiorczości studentów z uwzględnieniem kierunku studiów i płci



Źródło: opracowanie własne.

Postawa przedsiębiorcza w literaturze rozumiana jest przez zestaw charakterystycznych cech, umiejętności. W badaniu zapytano studentów o cechy osoby przedsiębiorczej. W grupie badanych osobie przedsiębiorczej przypisuje się takie cechy jak: umiejętność przewidywania i kalkulacja ryzyka, chęć szukania nowych rozwiązań, pracowitość, komunikatywność. Praktyczne wykształcenie, intuicja, przebojowość i kreatywność są wskazywane przez studentów rzadziej jako cechy osób przedsiębiorczych. Odpowiedzi wydają się niespójne, gdyż takie cechy jak chęć szukania nowych rozwiązań i kreatywność różnią się liczbą wskazań, a można je uznać za bliskie sobie. Cechy przedsiębiorcy według studentów WSB obrazuje rysunek 3.

Rysunek 3. Cechy przedsiębiorcy według studentów



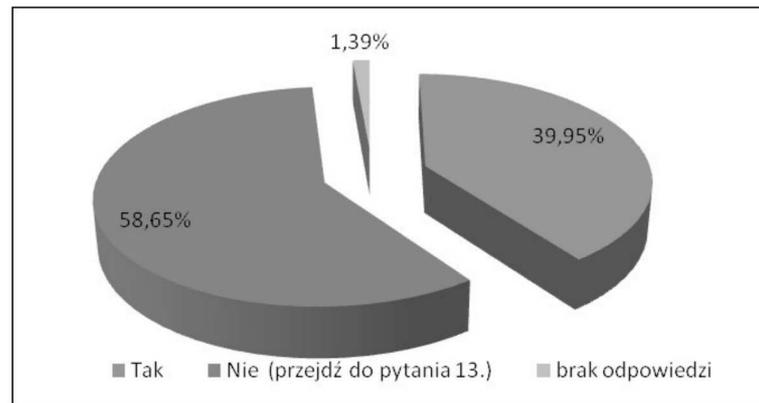
Źródło: opracowanie własne.

Badani studenci najczęściej postrzegają przedsiębiorcę jako osobę potrafiącą przewidywać i kalkulować ryzyko, pracowitą i chętną do szukania nowych rozwiązań, co zgadza się z literaturowym obrazem przedsiębiorcy.

Własna firma

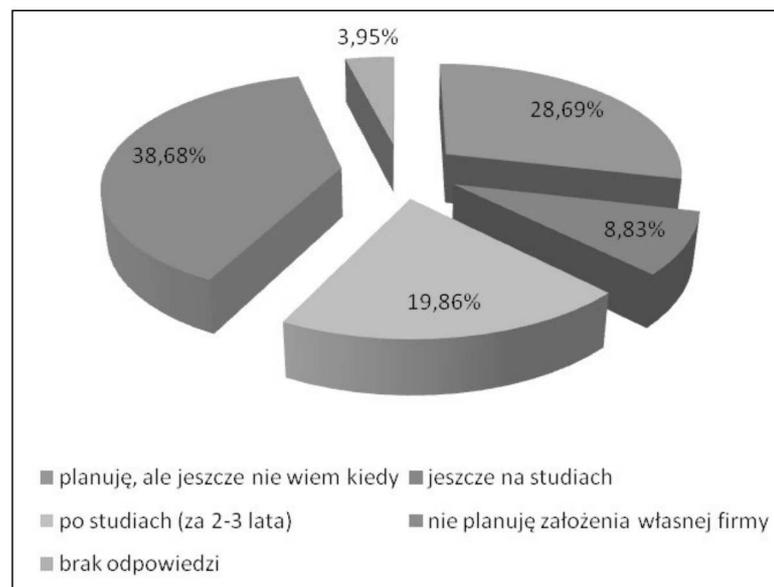
Badania ujawniły, że prawie 40% studentów zamierza w najbliższym czasie założyć własną firmę, pozostali nie mają takiego zamiaru (rys. 4 i 5), co nie do końca potwierdzają odpowiedzi respondentów na pytanie, gdzie widzą swoje miejsce docelowe. Na rozbieżność może jednak wpływać fakt, że część osób ma już swoje firmy, a respondenci, którzy zadeklarowali chęć założenia firmy, jako miejsce docelowe wskazali małe przedsiębiorstwo.

Rysunek 4. Zamiar uruchomienia własnej działalności gospodarczej



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 5. Planowany czas założenia własnej firmy



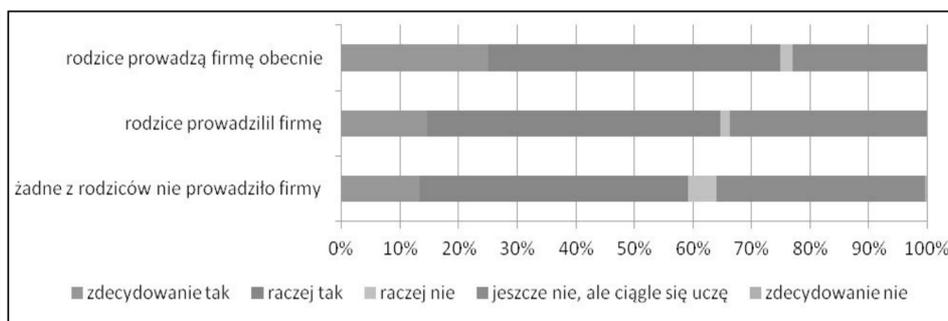
Źródło: opracowanie własne.

Respondentom planującym założenie własnej firmy (344 osoby) zadano dodatkowe pytania o związaną z tym aktywność w ostatnim roku. Okazuje się, że studenci, planując założenie własnej firmy, w ostatnim roku zajmowali się analizą rynku (178 wskazań), rozpoznawali możliwości finansowania własnej działalności (174 wskazań), a także podejmowali aktywność związaną z opracowywaniem biznesplanu (114 wskazania).

Motywacją do powołania własnych biznesów jest przede wszystkim niezależność (469 odpowiedzi). Studenci przypisują prowadzeniu działalności gospodarczej większe korzyści finansowe w stosunku do innych ścieżek kariery zawodowej (344). Trzecią motywacją – uwzględniając częstość wskazań respondentów – była realizacja własnych zainteresowań, co może wskazywać na chęć i potrzebę samorealizacji (290 odpowiedzi). Interesujące jest, że studenci nie traktują własnej działalności gospodarczej jako rozwiązania trudnej sytuacji na rynku pracy („Boję się, że nie znajdę atrakcyjnej pracy” – 103 odpowiedzi).

Zaobserwowano, że istnieje zależność pomiędzy zamiarem założenia własnej firmy a prowadzeniem/nieprowadzeniem własnej działalności przez rodziców respondentów. Obliczony współczynnik ϕ – Yule’a wyniósł 0,1133, co pokazuje, że zależność ta jest słaba. Trochę silniejszą zależność¹² stwierdzono, badając odpowiedzi na pytania: Czy Twoi rodzice kiedykolwiek prowadzili własną firmę? Czy uważasz siebie za osobę przedsiębiorczą? W przypadku tych dwóch cech ϕ – Yule’a = 0,1631 (rys. 6).

Rysunek 6. Postrzeganie siebie jako osoby przedsiębiorczej a doświadczenia rodzinne



Źródło: opracowanie własne.

¹² Na poziomie istotności $\alpha = 0,01$.

Warto podkreślić, że rok, tryb (dzienne, zaoczne) ani kierunek studiów nie miał wpływu na zamiar założenia własnej firmy. Zaobserwowano natomiast, że istnieje zależność pomiędzy płcią respondentów a chęcią założenia własnej działalności, chociaż jest ona słaba – współczynnik ϕ – Yule’a wynosi 0,1039. Potwierdza to wcześniejsze obserwacje dotyczące postrzegania siebie jako osoby przedsiębiorczej.

Jako powody niechęci do zakładania własnego biznesu ankietowani wymieniają najczęściej awersję do ryzyka i lęk przed odpowiedzialnością. Istotnym ograniczeniem są według ankietowanych nadmierne bariery administracyjne. Osobną grupę ograniczeń stanowią bariery kompetencyjne, co pokazuje tabela 6.

Tabela 6. Przyczyny braku zainteresowania procesami założycielskimi

Przyczyna	Liczba odpowiedzi
Nie lubią ryzyka	410
Boją się odpowiedzialności	394
Nie wierzą, że potrafią zarządzać własną firmą	321
Zniechęca ich biurokracja	313
Na rynku istnieje zbyt duża konkurencja	235
Wolą mieć dokładnie wyznaczony czas pracy	187
Brakuje informacji, jak założyć firmę	138

Źródło: opracowanie własne.

Wnioski

Ze względu na ograniczenia związane z publikacją, w artykule prezentowane są wybrane wyniki badań, z których najważniejsze wnioski zostały opisane w tym punkcie. Większość studentów postrzega siebie jako osoby przedsiębiorcze (ponad 60%), przy czym zauważa się, że kobiety rzadziej widzą się jako przedsiębiorcy. Może to być przesłanką do wniosku o funkcjonowaniu stereotypów oraz podstawą w kierunku podejmowania działań skierowanych na wzmacnianie postaw przedsiębiorczych z uwzględnieniem różnorodności płciowej, przełamania stereotypów poprzez promocję postaw kobiet przedsiębiorczych. Optymistycznym wnioskiem z badań jest to, że studenci, którzy zadeklarowali chęć założenia własnej działalności, w ostatnim

roku podjęli konkretne kroki w tym kierunku poprzez analizę rynku, rozpoznanie możliwości finansowania, po pisanie biznesplanu. Główną motywacją dla zakładania swojej firmy jest dla studentów niezależność i wyższe korzyści finansowe. Na drodze do przedsiębiorczego zaangażowania ankietowani dostrzegają bariery, do których zaliczają ograniczone zasoby finansowe, bariery prawne, ale także ograniczone kompetencje własne. Kierując się wynikami badań, w dydaktyce należy skoncentrować się na czynnikach motywacyjnych i wzmacniać je poprzez prezentowanie przykładów z praktyki oraz uczyć studentów pokonywania barier poprzez prezentowanie rozwiązań w poszczególnych kategoriach: finansowanie, prawo, kompetencje. Innym wnioskiem z badań jest postrzeganie przez studentów przyszłego miejsca pracy. Preferencje studentów są porównywalne, jeśli chodzi o pracę w korporacji i w małym, własnym biznesie. Z punktu widzenia edukowania w zakresie przedsiębiorczości należy uwzględnić nowe trendy w postrzeganiu przedsiębiorczości i sprowadzać je nie tylko do małego przedsiębiorstwa, ale również do kategorii szerszej – przedsiębiorczości wewnętrznej, która odnosi się również do dużego przedsiębiorstwa¹³. Naturalne wydaje się, że studenci zarządzania widzą swoje miejsce pracy we własnej firmie i w ich programach z natury rzeczy uwzględnia się ten fakt. Badania ujawniły, że studenci turystyki preferują pracę w małym i własnym przedsiębiorstwie. Praktycznym wnioskiem dla dydaktyki jest więc włączanie przedmiotów nastawionych na aktywność przedsiębiorczą na specjalności turystyka.

BIBLIOGRAFIA

- Kraśnicka T., *Koncepcja rozwoju przedsiębiorczości ekonomicznej i pozaeconomicznej*, Wydawnictwo AE, Katowice 2002.
- Łobos K., Puciato D., *Dekalog współczesnego zarządzania, najnowsze nurty, koncepcje, metody*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2013.
- Piecuch T., *Przedsiębiorczość podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo Beck, Warszawa 2010.
- Safin K., *Przedsiębiorczość akademicka – pojęcie i istota, uwarunkowania*, w: *Przedsiębiorczość akademicka*, red. K. Safin, Dolnośląska Platforma Promocji Przedsiębiorczości Akademickiej, Wrocław 2010.

¹³ Por. K. Łobos, D. Puciato, *Dekalog współczesnego zarządzania, najnowsze nurty, koncepcje, metody*, Warszawa 2013, s.140.

Siuta-Tokarska B., *Zasadnicze aspekty pomiaru przedsiębiorczości*, „Organizacja i kierowanie” 3 (2013).

Wiatrak A.P., *Pojęcie przedsiębiorczość, i jej cele i rodzaje*, w: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*, red. K. Jaremczuk, Wydawnictwo PWSZ, Tarnobrzeg 2003.

<<http://www.wsb.pl/wroclaw/zespol-badawczy-przedsiębiorczosci-i-zarządzania>>.