



Kreowanie postaw przedsiębiorczych studentów w środowisku akademickim

STRESZCZENIE

Celem niniejszego opracowania jest rozpoznanie możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów ostatniego roku studiów w publicznej uczelni wyższej. Autorka, oprócz rozważań teoretycznych, podjęła próbę zbadania (za pomocą kwestionariusza ankiety), czy i na ile można, poprzez szeroko rozumiany system edukacji, oddziaływać na postawy przedsiębiorcze młodzieży akademickiej, a jeżeli tak, to w jaki sposób. Autorkę nurtują także inne pytania, np.: Jak studenci oceniają warunki kształtowania postaw przedsiębiorczych w społeczności akademickiej? Czy studia wyższe wpływają na kształtowanie postaw przedsiębiorczych studentów? A jeżeli tak, to który sposób bardziej wpływa na kształtowanie postaw przedsiębiorczych studentów, czy np. przekazywane zagadnienia teoretyczne, czy praktyczne? Czy ankietowani studenci należą do jakiejś organizacji studenckiej? Czy studenci biorą aktywny udział w organizowanych przez uczelnię inicjatywach związanych z przedsiębiorczością, np. dniach przedsiębiorczości, kołach zainteresowań, wymianie międzynarodowej studentów, warsztatach kreatywności? Studentów poproszono także o wskazanie właściwych dla nich charakterystyk, np.: czy są (lub nie) osobami kreatywnymi, czy podejmują (lub nie) nowe wyzwania. Ponadto mając na uwadze fakt, iż postawy przedsiębiorcze bezpośrednio przekładają się na działalność gospodarczą, zapytano studentów, czy po ukończeniu studiów planują podjąć konkretną działalność gospodarczą. Uzyskane od studentów opinie pozwolą udzielić odpowiedzi na powyższe pytania dotyczące postaw przedsiębiorczych.

→ **SŁOWA KLUCZOWE** – POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE,
PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, STUDENCI

SUMMARY

Creating Students' Entrepreneurial Attitudes in an Academic Environment

The aim of this study is to identify the opportunities of developing entrepreneurial attitudes among final year students of a public university. In addition to theoretical reflections, the author has attempted to investigate (using a questionnaire) whether and to what extent it is possible to affect students' entrepreneurial attitudes through a broadly understood education system, and, if it is possible, how it can be achieved. The author is bothered by other questions as well, such as: How do students evaluate the conditions shaping entrepreneurial attitudes in the academic community? Does higher education influence the development of entrepreneurial attitudes of students? And if so, which way has a greater influence on the development of students' entrepreneurial attitudes, for example, theoretical knowledge or practical issues? Are the students taking part in the survey members of student organizations? Do students take an active part in initiatives organized by their university and related to entrepreneurship, such as an entrepreneurship day, student associations, international exchange programs or creativity workshops? Students were also asked to pinpoint their characteristic features, for example, whether they are (or not) creative individuals, or whether (or not) they undertake new challenges. Moreover, given the fact that entrepreneurial attitudes directly translate into economic activity, students were asked whether they intended to start their own businesses. The results of the study will help answer the above questions about entrepreneurial attitudes.

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

Wprowadzenie

Na rozwój przedsiębiorczości w Polsce wpływ mają zmiany strukturalne i społeczne dokonujące się w gospodarce rynkowej, która nieustannie stwarza nowe możliwości dla osób podejmujących działania przedsiębiorcze. Wśród czynników wpływających na tworzenie warunków do rozwoju przedsiębiorczości można wymienić przykładowo: uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej, instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości, wyzwolenie w społeczeństwie zachowań przedsiębiorczych oraz przepisy prawne.

Osoby, które dopiero zaczynają się uczyć samodzielnego poruszania się w świecie biznesu, są bardziej narażone na niepowodzenia niż ci, którzy zdobyli już doświadczenie w tym zakresie. Aby zmniejszyć to ryzyko, należy aktywnie wspierać młodych przedsiębiorców oraz poprawić współpracę otoczenia gospodarczego z uczelniami, a nawet ze szkołami podstawowymi i średnimi, by młodych ludzi jak najwcześniej zacząć uczyć reguł obowiązujących w świecie biznesu (jak to jest np. w Stanach Zjednoczonych). Symptomami sygnalizującymi zmianę jest chęć współpracy uczelni wyższych z różnymi instytucjami, na przykład finansowymi¹.

Jednym z miejsc, w którym kształtują się postawy przedsiębiorcze, jest z pewnością przedsiębiorstwo, rozumiane jako względnie trwała organizacja i instytucja gospodarki². Źródłem postaw przedsiębiorczych można także doszukać się w samej jednostce oraz bliższym i dalszym otoczeniu (np. w pracy zawodowej czy uczelni).

Przedsiębiorczość jako wyznacznik postaw przedsiębiorczych

W literaturze przedmiotu termin „przedsiębiorczość” jest różnie określany. W ogólnym ujęciu przedsiębiorczość to

zespół cech i zachowań właściwych przede wszystkim dla przedsiębiorców. Jest to umiejętność dostrzegania szans dla rozwoju biznesu i umiejętność doskonalenia pomysłów, a także gotowość do podejmowania ryzyka³.

Przedsiębiorczość jest postrzegana także jako

¹ Przykładowo jeden z banków opracował specjalny program *Santander Universidades*, w ramach którego obecnie współpracuje z 34 uczelniami w całej Polsce i w ten sposób, poprzez specjalnie przygotowane programy, może wpływać na sposób kształcenia studentów, stwarzając możliwości odbywania praktyk, aby młodzież akademicka już w trakcie studiów mogła zdobywać doświadczenie zawodowe i poznawać realia gospodarcze.

² Por. A. Noga, *Teorie przedsiębiorstw*, Warszawa 2009, s. 242.

³ T. Kudłacz, D. Reśko, *Ocena rozwoju przedsiębiorczości w subregionie sądeckim w latach 2001-2004*, w: *Zeszyt Naukowy Instytutu Ekonomicznego*, red. A. Rybarski, Nowy Sącz 2006, s. 87-99.

szczególna aktywność gospodarcza, odznaczająca się dynamiką i wzrostem znaczenia w gospodarce narodowej, której celem jest osiągnięcie zysku, przy równoczesnym efektywnym wykorzystaniu zasobów finansowych, surowcowych i pracy ludzkiej⁴.

W odczuciu J. Targalskiego pojęcie przedsiębiorczości oznacza proces zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębiorstwa, który obejmuje takie składniki, jak: rozpoznanie szans i możliwości działania na rynku (prowadzenia działalności gospodarczej), opracowanie planu działalności (biznesplanu) i przygotowanie niezbędnych zasobów, założenie przedsiębiorstwa oraz jego prowadzenie przez kolejne fazy rozwoju⁵. Zdaniem M. Bratnickiego, przedsiębiorczość jest „dyktatorem życia gospodarczego”⁶.

Różnie też określany jest termin postawa. Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto definicję zaproponowaną przez D.G. Myersa, zgodnie z którą postawa to „generalne pozytywne lub negatywne nastawienie wobec kogoś lub czegoś, znajdujące odzwierciedlenie w przekonaniach, emocjach oraz zamierzonych zachowaniach”⁷. Na podstawie przytoczonych powyżej określeń można zatem stwierdzić, że osobą przedsiębiorczą jest taka, którą charakteryzują następujące postawy⁸:

- posiada zdolność do podejmowania ryzyka w otoczeniu niepewnym, konkurencyjnym;
- pragnie widzieć rezultaty swych działań i oczekuje konstruktywnej krytyki, pochwały i nagród za pracę;
- chce odgrywać aktywną rolę w przedsiębiorstwie;
- jest zadowolona, gdy działalność się rozwija i organizacja skierowana jest na sukces;

⁴ I. Czaja, *Przedsiębiorczość sektora prywatnego w Polsce (ogólna charakterystyka za lata 1990-1998)*, w: *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, red. J. Targalski, Kraków 1999, s. 71-87.

⁵ Por. J. Targalski, *Przedsiębiorczość i zarządzanie*, Warszawa 2003, s. 8.

⁶ M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Katowice 2002, s. 14.

⁷ D.G. Myers, *Psychologia społeczna*, Poznań 2003, s. 163.

⁸ Por. A. Roman, M.Ł. Roman, B.K. Roman, K.K. Roman, M. Drewnowski, *Istota przedsiębiorczości w gospodarce*, w: *Edukacja i przedsiębiorczość a bezrobocie*, red. A. Roman, Białystok 2005, s. 75-78.

- posiada wysokie wykształcenie, doświadczenie i kompetencje oraz otrzymuje nagrody i wyróżnienia za swoją działalność.

B. Bojewska twierdzi, że relacje między postawami i zachowaniami pracowników a sposobami postępowania określają czynniki kształtujące postawę przedsiębiorczą, do których można zaliczyć między innymi: potrzeby, wartości i przekonania pracowników, styl zarządzania menedżera (w tym motywowanie), elastyczną strukturę organizacyjną czy kulturę organizacyjną⁹.

Podmioty, które chcą poprzez przedsiębiorczość utrzymać się na konkurencyjnym rynku, muszą pozyskać umiejętność podejmowania ryzyka i proaktywnego zachowania¹⁰. Rozwijanie cech przedsiębiorczości i kształtowanie postaw przedsiębiorczych to bodajże jeden z podstawowych aspektów poprawy sytuacji na rynku pracy. Tworzenie własnych firm to szansa na rozwój całej gospodarki. Dlatego należy podejmować działania zmierzające do kształtowania ducha przedsiębiorczości, w szczególności wśród młodzieży, studentów i absolwentów uczelni wyższych. Istotne jest także wspieranie inicjatyw mających na celu popularyzację przedsiębiorczości¹¹. Dla młodzieży akademickiej taką alternatywą może być praca czasowa, na przykład wykonywanie różnych zadań sezonowych w okresie wolnym od zajęć dydaktycznych czy też praktyki zawodowe odbywane w przedsiębiorstwach.

Wywieranie wpływu na postawy przedsiębiorcze społeczności lokalnych jest istotną funkcją, jaką ma do spełnienia zarówno rząd, jak i samorząd terytorialny, stymulując powstawanie nowych przedsiębiorstw, zwłaszcza mikro i małych¹², które mogłyby tworzyć osoby przedsiębiorcze i w których zatrudnienie mogliby znaleźć między innymi studenci i absolwenci uczelni wyższych. Na decyzje o uruchomieniu własnej działalności gospodarczej

⁹ Por. B. Bojewska, *Małe i średnie przedsiębiorstwa jako podmiot sprawczy przedsiębiorczości regionalnej*, w: *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu*, red. M. Strużycki, Warszawa 2004, s.108-136.

¹⁰ Por. A. Żur, *Przedsiębiorczość organizacyjna jako strategia uzyskania i utrzymania przewagi konkurencyjnej na rynku*, w: *Zeszyty Naukowe nr 769. Prace z zakresu przedsiębiorczości i innowacji*, Kraków 2008, s. 67-79.

¹¹ Por. J. Klimek, *A co z naszą przedsiębiorczością?*, Toruń 2005, s. 192.

¹² Por. K. Wach, *Otoczenie biznesu a fazy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Zeszyty Naukowe nr 769. Prace z zakresu przedsiębiorczości i innowacji*, dz. cyt., s. 41-54.

mają wpływ wcześniejsze doświadczenia związane z przedsiębiorczością. Dlatego zasadne jest wspieranie nauczania przedsiębiorczości nie tylko na studiach wyższych, ale już na etapie edukacji wczesnoszkolnej.

System edukacji podstawą kształtowania postaw przedsiębiorczych młodzieży akademickiej

Dla kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów duże znaczenie ma właściwa współpraca nauki z biznesem, przejawiająca się w tworzeniu mechanizmów współzależności między nimi. Dlatego warto w tym miejscu postawić pytanie: w jaki sposób nauka powinna współpracować z biznesem? Jedną z odpowiedzi, jaka się nasuwa, jest organizowanie inkubatorów przedsiębiorczości jako punktu przyciągającego z jednej strony studentów oraz naukowców zainteresowanych przedsiębiorczością, a z drugiej biznesmenów zainteresowanych współpracą ze społecznością akademicką. Takie spotkania z pewnością przyniosłyby konkretne efekty, przyczyniając się do powstania innowacyjnych przedsięwzięć. Uczelnie są bardzo ważnym obszarem kształtowania postaw przedsiębiorczych młodzieży akademickiej, a w dalszej perspektywie całego społeczeństwa. Pomimo że promowaniem przedsiębiorczości zajmują się różne instytucje, powstaje wiele programów społecznych, propagujących idee przedsiębiorczości, jednak system edukacji powinien odgrywać fundamentalną rolę na tej płaszczyźnie.

Postępująca globalizacja tworzy nowe wyzwania w zakresie treści akademickich i sposobów nauczania¹³. Rola szkolnictwa w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych jest zatem niebagatelna, jeśli weźmiemy pod uwagę także to, że podstawą w systemie edukacji powinno być pobudzanie aktywnej, innowacyjnej i kreatywnej postawy oraz wyzwalanie umiejętności poruszania się w rzeczywistości gospodarczej. Kształcenie powinno więc obejmować co najmniej: rozwijanie twórczego i logicznego myślenia oraz działania; poznawanie technik konstruktywnego rozwiązywania problemów; planowanie i realizowanie

¹³ Por. D. Bourn, *Global skills: From economic competitiveness to cultural understanding and critical pedagogy*, „Critical Literacy: Theories and Practices”, vol. 6, no. 1(2011), s. 3-20.

przedsięwzięć; wykształcenie umiejętności współdziałania; pokazywanie sposobów pokonywania trudności w dążeniu do założonego celu. Aby umiejętnie funkcjonować w aktualnej, ciągle zmieniającej się rzeczywistości gospodarczej, wiedza zdobyta podczas studiów może nie wystarczyć. Stanowi ona jednak dobrą podstawę do kształtowania przedsiębiorczości, ale konieczne jest posiadanie praktycznych umiejętności i kwalifikacji oraz „wytrobienie” przedsiębiorczości wśród studentów. Jest to ważne, ponieważ młodzież akademicka powinna być przygotowana do samodzielnego funkcjonowania na rynku pracy już po ukończeniu studiów. Tworzenie inkubatorów przy uczelniach powinno spowodować, że studenci będą ludźmi twórczymi, obdarzonymi zdolnością do innowacyjności. Inkubatory przyczyniają się do rozwijania przedsiębiorczości przede wszystkim poprzez: rozwiązywanie problemów dostarczanych przez firmy; staże w przedsiębiorstwach w kraju i za granicą; spotkania z przedsiębiorcami i politykami; prowadzenie badań naukowych czy uczestniczenie w szkoleniach¹⁴.

Od sposobu i jakości kształcenia zależy poziom intelektualny młodzieży akademickiej. W ramach rozwijania cech przedsiębiorczych studenci, przy merytorycznym wsparciu pracowników naukowych i dydaktycznych, powinni w grupach realizować konkretne zadania zlecone przez przedsiębiorców. W przypadku zamiaru rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej uczelnia powinna wspierać merytorycznie młodzież akademicką w początkowym okresie funkcjonowania firmy. Trzeba podkreślić, że studenci w ramach seminarium mają możliwość zdobycia doświadczenia poprzez przeprowadzanie badań własnych w przedsiębiorstwach, także poprzez staże i praktyki zawodowe. Duże znaczenie odgrywają również, niestety nierozpowszechnione jeszcze na szeroką skalę, zajęcia dydaktyczne z praktykami. Odpowiednio przygotowany i realizowany program studiów z zakresu przedsiębiorczości, wzbogacony doświadczeniami z praktyki gospodarczej, istotnie wpływa na postawy przedsiębiorcze studentów, a ponadto pomaga w dostosowaniu się do potrzeb współczesnej gospodarki.

¹⁴ Por. S. Jankiewicz, *Przedsiębiorczość – podstawowy czynnik wzrostu konkurencyjności gospodarki Polski*, w: *Przedsiębiorczość w edukacji*, red. A. Andrzejczak, Poznań 2008, s. 7-20.

Aktywność przedsiębiorcza studentów na przykładzie PWSZ w Nowym Sączu

W celu zbadania „zapatrywań” przedsiębiorczych studentów uczelni publicznej opracowano kwestionariusz ankiety, aby uzyskać opinie na temat możliwości kreowania postaw przedsiębiorczych w środowisku akademickim. Ankieta była anonimowa i skierowana wyłącznie do studentów ostatniego roku stacjonarnych studiów licencjackich i magisterskich. Dobór próby do badania był celowy. W badaniu wzięły udział osoby studiujące wyłącznie na kierunkach związanych z przedsiębiorczością, tj.: ekonomia oraz zarządzanie i inżynieria produkcji. Przed przystąpieniem do wypełniania ankiety każdy respondent mógł w całości przeczytać treść kwestionariusza, a następnie podjąć decyzję o odmowie bądź uczestnictwie w badaniach. Autorce zależało na jakości, a nie na ilości odpowiedzi, dlatego w badaniu ostatecznie wzięły udział osoby, które zdecydowały się rzetelnie, zgodnie z przekonaniami udzielać odpowiedzi. Ponadto Autorka uznała, co zostało podkreślone w artykule, iż aby zbadać „zapatrywania przedsiębiorcze” studentów, ankietę należy skierować do studentów ostatniego roku studiów (których liczebność *de facto* jest najmniejsza), a nie na przykład do studentów z pierwszego roku, którzy, zdaniem Autorki, nie mają jeszcze tak ukształtowanych postaw przedsiębiorczych jak studenci ostatniego roku, dlatego liczebność próby wyniosła ostatecznie 92 osoby. Przy celowym doborze respondentów do badania kierowano się tym, że za kilka miesięcy staną oni przed dylematem wyboru kariery zawodowej, a po ukończeniu nauki będą mieli sposobność „wykazać się” w praktyce postawami przedsiębiorczymi, zakładając własną działalność gospodarczą (lub poszukując innej pracy). Osoby biorące udział w badaniach studiowały w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Nowym Sączu, w dwóch instytutach. Instytut Ekonomiczny reprezentowało 67,39% studentów studiów pierwszego stopnia – licencjackich, zaś Instytut Techniczny 32,61% studentów studiów drugiego stopnia – magisterskich. Wśród populacji ankietowanych 73,91% stanowiły kobiety, a 25,01% mężczyźni.

W celu zbadania postaw przedsiębiorczych studentów w opracowaniu przyjęto hipotezy badawcze. Hipoteza główna zakładała, że: „Studia wyższe wpływają na kształtowanie postaw przedsiębiorczych”. Przyjęto również dwie hipotezy robocze, które

zostały poddane weryfikacji w procesie badawczym: hipoteza nr 1 – „Większą rolę w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych mają umiejętności praktyczne w porównaniu z wiedzą teoretyczną”, hipoteza nr 2 – „Osoby przedsiębiorcze charakteryzuje: kreatywność, podejmowanie ryzyka i nowych wyzwań”.

Należy podkreślić, iż kształtowanie postaw przedsiębiorczych jest trudnym wyzwaniem, gdyż wymaga podejmowania wielu wysiłków od osób chcących być przedsiębiorczymi. Potwierdzają to badania Autorki, z których wynika, że tylko 25,01% ankietowanych deklaruje przynależność do organizacji studenckich, natomiast 67,39% nie było członkami żadnej organizacji studenckiej (7,60% w ogóle nie zajęło stanowiska w tej kwestii). Organizacje studenckie są dobrym miejscem kształtowania postaw przedsiębiorczych, gdyż umożliwiają zaangażowanie się w różne przedsięwzięcia, które w późniejszym okresie kariery zawodowej mogą przynieść wymierne rezultaty.

Jednym z pytań skierowanych do ankietowanych było to, czy studia wyższe wpływają na kształtowanie postaw przedsiębiorczych studentów. Pozytywnej odpowiedzi udzieliło 85,87% studentów, zaś w przekonaniu 14,13% badanych studia wyższe nie mają wpływu na kreowanie postaw przedsiębiorczych. Uzyskane wyniki nie są zaskoczeniem, ponieważ ankietowani studenci studiuje na kierunku ekonomia (67,39%) oraz zarządzanie i inżynieria produkcji (32,61%). Chcąc być osobą przedsiębiorczą, należy posiadać wiedzę z różnych dziedzin, na przykład z: zarządzania, prawa, ekonomii, socjologii czy psychologii. Dlatego ważne jest, aby młodzież akademicka wyposażona była w odpowiednią wiedzę, ale także umiała poszukiwać stosownych informacji oraz potrafiła je skutecznie i efektywnie wykorzystać w działaniu praktycznym.

Osoby, które negatywnie odpowiedziały na powyższe pytanie, nie odpowiadały na pytanie drugie, to znaczy nie wyrażały swojego zdania na temat tego, który sposób bardziej wpływa na kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Za pomocą tak postawionego pytania Autorka chciała zbadać, czy zdaniem studentów dla prawidłowego kształtowania postaw przedsiębiorczych lepsze jest: przekazywanie wiedzy teoretycznej, przekazywanie umiejętności praktycznych czy też praktyki zawodowe. Z uzyskanych odpowiedzi zawartych w tabeli 1 wynika, że większe znaczenie dla studentów mają umiejętności praktyczne w porównaniu z wiedzą teoretyczną. Jest to logiczne rozumowanie,

ponieważ przedsiębiorczości najlepiej uczyć przez praktykę i doświadczenie, bowiem w większym stopniu odnosi się do umiejętności praktycznych niż do wiedzy teoretycznej. W ramach praktyk zawodowych studenci mają możliwość poznania środowiska pracy, zadań, obowiązków i uprawnień, jakie są przypisane do konkretnego stanowiska pracy, a oprócz tego uzupełnić wiedzę teoretyczną o praktyczne umiejętności. Istotne jest także to, że praktyki powodują nawiązywanie nowych kontaktów interpersonalnych.

Tabela 1. Sposoby kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów (w % odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Tak	Nie
Wiedza teoretyczna	33,69	39,13
Umiejętności praktyczne	77,17	3,26
Praktyki zawodowe	68,48	11,96
Inne	1,09	–

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Inne pytanie skierowane do studentów zostało zainspirowane twierdzeniem P. Druckera, że „przedsiębiorczość nie zajmuje się psychologią i cechami charakteru przedsiębiorców, ale ich działaniami”¹⁵, wobec czego zapytano ankietowanych, czy biorą aktywny udział w organizowanych przez uczelnię inicjatywach związanych z przedsiębiorczością (tab. 2). Dane zawarte w tej tabeli nie napawają zbytnim optymizmem, ponieważ wynika z nich, że badani studenci mało angażują się w przedsięwzięcia związane z przedsiębiorczością, które inicjuje uczelnia (w każdym przypadku odsetek odpowiedzi negatywnych jest większy niż pozytywnych). Jedną z inicjatyw, która przyczynia się do wykształcenia postaw przedsiębiorczych, jest działalność Akademickiego Biura Karier, którego celem z jednej strony jest przygotowanie studentów i absolwentów do wejścia na rynek pracy, z drugiej – umożliwienie pracodawcom bezpośredniego dotarcia do potencjalnych pracowników. Ponadto uczestnictwo w kołach zainteresowań także jest załączkiem do formowania ducha przedsiębiorczości wśród młodzieży akademickiej, ponieważ studenci

¹⁵ P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, Warszawa 1992, s. 7.

mają okazję nawiązać kontakty z innymi osobami¹⁶ oraz rozwijać własne pasje naukowe.

Tabela 2. Udział studentów w „inicjatywach przedsiębiorczych” (w % odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Tak	Nie
Dni przedsiębiorczości	19,56	75,00
Koła zainteresowań	29,35	66,30
Wymiana międzynarodowa studentów	3,26	90,22
Warsztaty kreatywności	5,43	88,04
Akademickie Biuro Karier	11,96	83,69
Inne	1,09	–

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Opierając się na przekonaniu M. Gancarczyk i J. Gancarczyka, iż podstawą działań przedsiębiorczych, zarówno o charakterze założycielskim, jak i rozwojowym, jest zawsze decyzja założyciela firmy – jego cechy, postawa i strategia oraz że istotne znaczenie dla stymulowania lub ograniczania postaw przedsiębiorczych ma jakość ekonomicznego i instytucjonalnego otoczenia, w którym działa przedsiębiorca¹⁷, poproszono studentów o dokonanie samooceny, tj. określenie, czy posiadają cechy osoby przedsiębiorczej. Z danych zawartych w tabeli 3 wynika, że ankietowani studenci określają się mianem osób podejmujących nowe wyzwania oraz wykazujących się kreatywnością.

Tab. 3. Samoocena studentów jako osób przedsiębiorczych (w % odpowiedzi)

Wyszczególnienie	Tak	Nie
Jestem osobą kreatywną	89,13	5,43
Nie obawiam się ryzyka	54,35	35,87
Podejmuję nowe wyzwania	91,30	7,61

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

¹⁶ Warto wspomnieć o możliwości zaangażowania się studentów w organizację Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju.

¹⁷ Por. M. Gancarczyk, J. Gancarczyk, *Czynniki rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim*, Kraków 2008, s. 29.

Kierując się spostrzeżeniem, że przedsiębiorca osiąga sukces w postaci zysku, rozwijania umiejętności i rozwoju osobowości, satysfakcji z rozwoju firmy¹⁸, zapytano studentów także o to, czy po ukończeniu studiów planują podjąć konkretną działalność gospodarczą. Prowadzenie własnej działalności gospodarczej może być źródłem sukcesu i rozwijania własnej kariery zawodowej, dlatego osoby przedsiębiorcze powinny wykazywać duże zainteresowanie prowadzeniem działalności gospodarczej. Jak stwierdza J. Cieślik,

poczucie niepewności dotyczące perspektyw zatrudnienia absolwentów powinno być bodźcem do poszukiwania przez nich alternatywnych ścieżek kariery, a w pierwszej kolejności do uruchomienia własnego biznesu¹⁹.

Z uzyskanych danych wynika jednak, że tylko 39,13% respondentów chce uruchomić własny biznes, natomiast pozostali nie mają takiego zamiaru. Autorka zastanawia się więc, co zniechęca studentów do założenia własnej firmy. Na pewno jednym z czynników może być trudność w uzyskaniu kredytów bankowych, ponadto brak własnych środków finansowych na start. Bariery mogą być również wysokie koszty funkcjonowania firmy oraz niejasno sformułowane przepisy prawne. Brak doświadczenia zawodowego także może powodować obawy przed podjęciem konkretnej działalności i zwiększa wątpliwości. Aby prowadzić działalność gospodarczą, bez wątplenia potrzebna jest motywacja wewnętrzna, na przykład chęć bycia niezależnym, realizacja osobistych zainteresowań, spożytkowanie zasobów wiedzy czy doświadczenia zdobytego w trakcie studiów. Inną przeszkodą może być także brak „dobrego” pomysłu na otworzenie własnej firmy.

Warto w tym miejscu przytoczyć dane z Raportu GEM Polska²⁰, z którego wynika, że mimo rozpoznania chęci i wykorzystania szansy oraz pozytywnej oceny swoich możliwości, niektóre osoby rezygnują z rozpoczęcia biznesu w obawie przed niepowodzeniem. Strach przed niepowodzeniem w Polsce utrzymuje

¹⁸ Por. B. Rogoda, *Przedsiębiorczość i innowacje*, Kraków 2005, s. 14.

¹⁹ J. Cieślik, *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Warszawa 2010, s. 32-33.

²⁰ Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012, Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2013, <<http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/17976.pdf>> (dostęp: 10.02.2014).

się na wysokim poziomie (58,7%), podczas gdy zdolności przedsiębiorcze szacuje się w naszym kraju na 53,9%.

Wnioski

Reasumując dotychczasowe rozważania, trzeba podkreślić, że przedsiębiorczość jest praktyką, która w znacznym stopniu opiera się na podstawach teoretycznych, zaś przedsiębiorcą jest osoba dążąca do osiągnięcia sukcesu, posiadająca zdolność do odkrywania nowych możliwości, uczestnicząca w różnych przedsięwzięciach, która potrafi wykorzystać swoje mocne strony i nadarzające się szanse oraz jest otwarta na nowe wyzwania. Zorientowanie na przedsiębiorczość cechuje myślenie perspektywiczne i postrzeganie dokonujących się zmian w otoczeniu nie jako zagrożeń, lecz okazji do zrealizowania innowacyjnych pomysłów. Postawę przedsiębiorczą cechuje przedsiębiorcze wyczucie, które przejawia się między innymi w kreatywności i otwartości na ryzyko.

Wszystkie hipotezy znalazły potwierdzenie wśród osób biorących udział w badaniach. Hipoteza główna została potwierdzona, gdyż co ósma osoba zadeklarowała, że studia wyższe wpływają na kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Hipoteza nr 1 znalazła również potwierdzenie w przekonaniu studentów (większość wskazań było na „tak”), gdyż w ich opinii umiejętności praktyczne okazały się lepszym sposobem kształtowania postaw przedsiębiorczych niż kwestie teoretyczne. Hipoteza nr 3 została także potwierdzona przez ankietowanych, co zostało zobrazowane za pomocą tabeli nr 3.

Wyniki przeprowadzonych wśród studentów badań pozwalają na wyciągnięcie następujących wniosków dotyczących kreowania ich postaw przedsiębiorczych w środowisku akademickim:

- w odczuciu ankietowanych (85,87%) studia wyższe wpływają na kształtowanie postaw przedsiębiorczych;
- badani uznają „wyższość” umiejętności praktycznych (77,17%) i praktyk zawodowych (68,48%) nad przekazywaną wiedzą teoretyczną; jest to ich zdaniem lepszy sposób formowania postaw przedsiębiorczych;
- niewielki odsetek respondentów (25,01%) angażuje się w działalność organizacji studenckich, które sprzyjają kreowaniu postaw przedsiębiorczych;

- zdecydowana większość badanych studentów deklaruje podejmowanie nowych wyzwań (91,30%), podczas gdy znaczny odsetek z nich nie bierze aktywnego udziału w organizowanych przez uczelnię inicjatywach związanych z przedsiębiorczością;
- studenci postrzegają siebie jako osoby kreatywne (89,13%), nie przekłada się to jednak bezpośrednio na zamiar uruchomienia własnej działalności gospodarczej (39,13%);
- programy studiów powinny w większym stopniu obejmować kształcenie praktyczne oparte na współpracy uczelni z przedsiębiorstwami, w ramach których studenci mogliby realizować rzeczywiste projekty.

BIBLIOGRAFIA

- Bojewska B., *Małe i średnie przedsiębiorstwa jako podmiot sprawczy przedsiębiorczości regionalnej*, w: *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu*, red. M. Strużycki, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.
- Bourn D., *Global skills: From economic competitiveness to cultural understanding and critical pedagogy*, „Critical Literacy: Theories and Practices”, vol. 6, no. 1(2011).
- Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002.
- Cieślik J., *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.
- Czaja I., *Przedsiębiorczość sektora prywatnego w Polsce (ogólna charakterystyka za lata 1990-1998)*, w: *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, red. J. Targalski, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999.
- Drucker P., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1992.
- Gancarczyk M., Gancarczyk J., *Czynniki rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim*, Wydawnictwo Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, Kraków 2008.
- Jankiewicz S., *Przedsiębiorczość – podstawowy czynnik wzrostu konkurencyjności gospodarki Polski*, w: *Przedsiębiorczość w edukacji*, red. A. Andrzejczak, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2008.
- Klimek J., *A co z naszą przedsiębiorczością?*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2005.
- Kudłacz T., Reško D., *Ocena rozwoju przedsiębiorczości w subregionie sądeckim w latach 2001-2004*, w: *Zeszyt Naukowy Instytutu*

- Ekonomicznego*, red. A. Rybarski, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nowym Sączu, Nowy Sącz 2006.
- Myers D.G., *Psychologia społeczna*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań 2003.
- Noga A., *Teorie przedsiębiorstw*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.
- Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012, Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2013.
- Rogoda B., *Przedsiębiorczość i innowacje*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2005.
- Roman A., Roman M.Ł., Roman B.K., Roman K.K., Drewnowski M., *Istota przedsiębiorczości w gospodarce*, w: *Edukacja i przedsiębiorczość a bezrobocie*, red. A. Roman, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2005.
- Targalski J., *Przedsiębiorczość i zarządzanie*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2003.
- Wach K., *Otoczenie biznesu a fazy rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Zeszyty Naukowe nr 769. Prace z zakresu przedsiębiorczości i innowacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008.
- Żur A., *Przedsiębiorczość organizacyjna jako strategia uzyskania i utrzymania przewagi konkurencyjnej na rynku*, w: *Zeszyty Naukowe nr 769. Prace z zakresu przedsiębiorczości i innowacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008.