



***Badanie postaw przedsiębiorczych
wśród młodzieży jako fundament
kształtowania postawy odpowiadającej
wyzwaniom współczesnego świata***

STRESZCZENIE

Współczesne tempo zmian występujących w otoczeniu, charakteryzujące się dużą dynamiką, staje się wyzwaniem dla każdego uczestnika systemu społeczno-gospodarczego. Sprostanie takim oczekiwaniom wymaga określonych umiejętności i kompetencji. Takimi kluczowymi kompetencjami są inicjatywa i przedsiębiorczość. W rozwijaniu tych kompetencji niezbędny jest prawidłowo funkcjonujący system edukacji. Edukacja przedsiębiorczości powinna odgrywać dużą rolę na każdym etapie szkolnictwa. Celem artykułu jest przedstawienie roli edukacji przedsiębiorczości w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych oraz poznanie stosunku młodzieży do zjawiska przedsiębiorczości (wizerunek przedsiębiorcy, skłonność do założenia własnej firmy, poznanie motywów przedsiębiorczości). W artykule przedstawiono wyniki badań empirycznych przeprowadzonych metodą ankietową wśród młodzieży uczącej się w szkołach średnich.

→ **SŁOWA KLUCZOWE** – PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, EDUKACJA, POSTAWY
PRZEDSIĘBIORCZE, SZKOLNICTWO ŚREDNIE

SUMMARY

The Study of Entrepreneurial Attitudes among Young People as the Foundation of Shaping Attitudes Corresponding to the Challenges of the Modern World

The dynamic pace of contemporary changes in our environment constitutes a challenge for every participant of the socio-economic system. Facing such a challenge requires particular skills and competencies, and initiative and entrepreneurship are among the key ones. A well-functioning education system is necessary in developing these competencies. Entrepreneurship education should play a vital role at every stage of education. The aim of the article is to analyse the role

of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial attitudes and to investigate young people's attitudes towards entrepreneurship (the perception of an entrepreneur, willingness to start one's own business, discovering entrepreneurial incentives). The article presents the results of the survey conducted among secondary school students.

→ **KEYWORDS** – ENTREPRENEURSHIP, EDUCATION, ENTREPRENEURIAL ATTITUDES, SECONDARY EDUCATION

Wprowadzenie

Współcześnie obserwowane tempo zmian społeczno-gospodarczych charakteryzuje się znaczną dynamiką. Zmiany takie obserwowane są w każdym wymiarze otoczenia. W wymiarze technologicznym pojawiają się coraz to nowsze rozwiązania pozwalające na wykorzystanie nowych technologii w sferze produkcji, a na rynek wprowadzane są produkty czy usługi powstające na podstawie zaawansowanych technologii, skróceniu ulegają cykle życia produktów i technologii, które wypierane są przez rozwiązania powstałe na bazie nowej wiedzy. W wymiarze społecznym można dostrzec intensywne zmiany dotyczące chociażby migracji ludności, które wynikają z uwarunkowań ekonomicznych, takich jak wysokość zarobków, siła nabywcza pieniądza, poziom zatrudnienia, kondycja przedsiębiorstw. Ciągłym zmianom, często o nieprzewidywalnym charakterze, podlega również wymiar międzynarodowy. Zawiązywane są nowe sojusze, wybuchają nowe konflikty. Wprawdzie zmienność czynników składających się na dany wymiar otoczenia jest różna, jednak można stwierdzić, iż na przestrzeni ostatnich dziesięcioleci zmienność ta uległa znacznemu zintensyfikowaniu. W wymiarze polityczno-prawnym równocześnie można zaobserwować wprowadzane zmiany, które mają na celu nadążyć za tendencjami panującymi w otoczeniu (np. poprzez wprowadzanie elastycznych form zatrudnienia), jednakże stanowi to ogromne wyzwanie, często nieskuteczne.

Główne przyczyny tak intensywnych zmian należy upatrywać w łatwym, szybkim i powszechnym dostępie do informacji i wiedzy, co jest wynikiem rozwoju środków komunikacji. Skracą się czas i obniżane są koszty dotarcia w dowolne miejsce na globie, czas i koszty pozyskiwania informacji. Należy przyznać, że

to wykorzystanie Internetu zmieniło i zmienia całkowicie otoczenie i procesy, jakie w nim zachodzą. Kiedyś, by zorganizować spotkanie, należało wskazać z wyprzedzeniem uwzględniającym możliwość dotarcia na spotkanie, miejsce i czas – dogodne dla stron, a to z kolei wymagało nakładu czasu i wysiłku. Obecnie, coraz częściej spotkania odbywają się w przestrzeni wirtualnej przy wykorzystaniu odpowiednich komunikatorów. Jeszcze 15-20 lat temu, aby znaleźć odpowiednią publikację, należało spędzić żmudne godziny przy przeglądaniu katalogów bibliotecznych, które powstawały przy dużych nakładach czasowych ponoszonych przy ich tworzeniu (pozyskanie informacji o wydaniu publikacji). Teraz za pomocą jednego hasła można pozyskać dostęp do aktualnych pozycji wydawniczych niemalże z całego świata. Zatem, jak łatwo zauważyć, ta występująca intensywność zmian wynika ze skracającego się czasu wszelkich podejmowanych działań, czynności, procesów.

Nakładając na wymiar makroekonomiczny wymiar otoczenia mikroekonomicznego, zwanego często otoczeniem konkurencyjnym, i uwzględniając skomplikowane mechanizmy konkurowania na rynku, czyli natychmiastowego podejmowania szans i okazji, jakie się pojawiają, można zrozumieć, w jak zmiennych warunkach funkcjonuje każdy podmiot systemu społeczno-gospodarczego.

Wyzwaniem współczesnych czasów staje się umiejętność dostosowywania się do zmian, odpowiadania na nie i ich tworzenia. Dylematów sprostania takiemu światu jest wiele, tak jak wiele jest problemów związanych z jego istnieniem. Można przyjąć postawę ignorowania tego stanu rzeczy lub wręcz przeciwnie, odpowiedzieć poprzez tworzenie nowych rozwiązań i aktywne uczestnictwo. Umiejętne podejmowanie wyzwań rzucanych przez współczesny świat łączy się z postawą przedsiębiorczą, której promowanie i kształtowanie winno się mieć na uwadze.

Celem artykułu jest przedstawienie roli przedsiębiorczości, roli edukacji przedsiębiorczości w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych oraz poznanie stosunku młodzieży do przedsiębiorczości (wizerunek przedsiębiorcy, skłonność do założenia własnej firmy, poznanie motywów przedsiębiorczości, ocena zajęć z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości). Do realizacji celu wykorzystano dostępną literaturę przedmiotu oraz badania empiryczne. Badania przeprowadzono metodą ankietową, wykorzystując kwestionariusz ankietowy. Analiza danych

empirycznych może stanowić podstawę podejmowania dalszych działań w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych, bądź to poprzez usprawnienie procesu edukacji w szkolnictwie średnim (dobór zagadnień czy metod nauczania), bądź poprzez odpowiednie kształtowanie oferty dydaktycznej w szkolnictwie wyższym.

Przedsiębiorczość i kształtowanie postaw przedsiębiorczych

Przedsiębiorczość można rozpatrywać w kontekście zjawiska ekonomicznego, społecznego, jak również w zakresie zarządzania¹. Definicje przedsiębiorczości w literaturze przedmiotu odnoszą się do²:

- funkcji działań przedsiębiorczych w gospodarce, jak u Cantillona, Saya czy Schumpetera;
- cech osobowych przedsiębiorców;
- specyficznego sposobu zarządzania (funkcji menedżerskich).

W gąszczu definicji z zakresu przedsiębiorczości, jej istotę i zakres poruszanej problematyki można nakreślić poprzez wykorzystanie przedrostka „przedsię-” i przytoczenie wyrazów pochodnych. Dzięki takiemu zabiegowi powstaną słowa:

- przedsię – biorczość,
- przedsię – biorca,
- przedsię – biorstwo,
- przedsię – biorczy,
- przedsię – wzięcie.

Można zatem przyjąć, że przedsiębiorczość będzie rozumiana jako dziedzina nauki, podejmująca problematykę odnoszącą się do przedsiębiorcy, czyli osoby prowadzącej działalność gospodarczą jako podmiotu systemu społeczno-gospodarczego (aspekty prawne, rola w gospodarce, zakres działania), wyróżniającego się najczęściej przedsiębiorczymi cechami (problematyka dotycząca cech osobowych) i realizującego przedsięwzięcia

¹ Por. B. Glinka, S. Gudkova, *Przedsiębiorczość*, Warszawa 2011, s. 18

² Por. B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma – teoria i praktyka*, Łódź 1997, s. 33; K. Wach, *Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2013/9, s. 246-257; K. Wach, *Paradygmat gospodarki przedsiębiorczej a polityka wspierania przedsiębiorczości* (rozdział 1), w: *Formy i przejawy współczesnej przedsiębiorczości w Polsce*, red. K. Zieliński, Warszawa 2014, s. 14-15.

(specyficzny sposób zarządzania, ukierunkowany na podejmowanie szans rynkowych i wprowadzanie innowacji) w przedsiębiorstwie (jednostka gospodarcza prowadząca działalność gospodarczą). Jest to uproszczenie zagadnienia, jednakże pozwalające na pokazanie złożoności definicyjnej.

Istota przedsiębiorczości sprowadza się do umiejętności wyszukiwania szans i okazji rynkowych oraz ich aktywnego wykorzystania, z uwzględnieniem ryzyka, jakie jest z tym związane. Skutkiem działań przedsiębiorczych przedsiębiorców jest „zmiana uzysku z zasobów”, czyli „przeniesienie zasobów ekonomicznych z obszaru niższej na obszar wyższej wydajności i uzysku”³. Przedsiębiorczość utożsamiana jest zatem z procesem tworzenia nowej wartości. Przedsiębiorczość wiązana jest z cechami i zachowaniami osób, jest sprawą praktyki i motywacji⁴. W centrum uwagi staje więc osoba – przedsiębiorca, która wykazuje się szczególnymi cechami i umiejętnościami pozwalającymi na podejmowanie tego rodzaju działań.

W myśl przepisów prawnych regulujących prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce, przedsiębiorcą jest

osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej⁵.

W kontekście kształtowania postaw przedsiębiorczych istotny jest człowiek, który ma możliwość podejmowania decyzji na podstawie procesu twórczego myślenia. Dzięki ludziom mogą dopiero powstawać organizacje przedsiębiorcze.

Wśród cech charakteryzujących osoby podejmujące działania przedsiębiorcze i składających się na postawę przedsiębiorczą można wymienić: inicjatywę, przywództwo, komunikatywność,

³ P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość – praktyka i zasady*, Warszawa 1992, s. 30-39.

⁴ Por. J. Targalski, M. Kosala, A. Pichur, *Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie – analiza wyników badań*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Warszawa 2007, s. 90.

⁵ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, art. 4.

umiarkowaną skłonność do ryzyka, elastyczność, pomysłowość, kreatywność, umiejętność przewidywania, zdolność podejmowania decyzji, niezależność, pozytywne nastawienie do krytyki, optymizm, potrzebę osiągnięć, wytrwałość, optymizm, umiejętność rozwiązywania problemów, spostrzegawczość, wyobraźnię⁶.

Edukacja dla przedsiębiorczości postrzegana jest jako główne wyzwanie dla współczesnej edukacji⁷ i jest szczególnie ważna w dobie kryzysu gospodarczego oraz współczesnych wyzwań cywilizacyjnych⁸. Kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodych ludzi jest zasadniczą kwestią na wszystkich szczeblach edukacji⁹: w szkołach podstawowych i gimnazjach¹⁰, w szkołach średnich¹¹ oraz w szkołach wyższych¹². Proces kształtowania podstaw przedsiębiorczych młodych ludzi jest złożony i kompleksowy, bazuje na edukacji na rzecz przedsiębiorczości, która

⁶ Por. A.A. Gibb, *Enterprenurship and Intrapreneurship – Exploring the differences*, w: *New findings and perspectives in Entrepreneurship*, red. R. Donckels, A. Miettinen, Avebary 1990, cyt. za: B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Łódź 1997, s. 32; P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość – praktyka i zasady*, dz. cyt., s. 29; A. Domurat, *Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność*, w: *Innowacyjna przedsiębiorczość. Teorie. Badania. Zastosowania praktyczne. Perspektywa psychologiczna*, red. A. Strzałecki, Warszawa 2011, s. 93-100.

⁷ Por. K. Wach, *Europeanisation of Entrepreneurship Education in Europe – Looking Back and Looking Forward*, „Horyzonty Wychowania” 2014, vol. 13, nr 26, s. 11-32.

⁸ Por. K. Wach, *Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych*, art. cyt., s. 246-257.

⁹ Por. K. Wach, *Entrepreneurship Education in Poland*, „ERENET Profile” 2008, vol. III, no. 3 (11), s. 36-44; M. Najda-Janoszka, K. Wach, *Lifelong Learning in the Field of Tourism in the European Union taking Poland into Special Consideration*, w: *Entrepreneurship in Tourism and Sport Business*, red. M. Bednarczyk, Kraków 2008, s. 45-58.

¹⁰ Por. S. Kurek, T. Rachwał, *Założenia i wstępne wyniki europejskiego projektu badawczego FIFOBI w zakresie kształtowania kompetencji uczniów gimnazjum do prowadzenia działalności gospodarczej*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2010/6, s. 472-485.

¹¹ Por. T. Rachwał, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej*, w: *Szkoła w nauce i praktyce edukacyjnej*, red. B. Muchacka, t. II, Kraków 2006, s. 427-434.

¹² Por. K. Wach, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania. Stan obecny i proponowane kierunki zmian*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Warszawa 2007, s. 120-127.

promuje odpowiednie normy społeczne oraz pobudza przedsiębiorcze intencje¹³.

Problematyka badawcza w zakresie edukacji przedsiębiorczości jest aktywnie podejmowana i obejmuje następujące zagadnienia:

- określanie celów edukacji przedsiębiorczości,
- treści przedmiotowe przedsiębiorczości,
- dydaktyka nauczania,
- kształcenie postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej,
- treści przedsiębiorczości w wybranych przedmiotach szkolnych,
- zachowania młodzieży na rynku pracy,
- kształcenie przedsiębiorczości na poziomie akademickim,
- rola przedsiębiorczości w rozwoju gospodarczym i społecznym¹⁴.

Świadome profilowanie poprzez edukację postaw przedsiębiorczych pozwala na osiągnięcie korzyści, nie tylko w przypadku prowadzenia działalności gospodarczej, ale również na polu zawodowym, poprzez aktywne kształtowanie kariery, czy nawet w życiu prywatnym poprzez umiejętne, efektywne lokowanie zasobów¹⁵.

Rangę problematyki edukacji na rzecz przedsiębiorczości dostrzega się również w Unii Europejskiej, gdzie Komisja Europejska wśród kompetencji kluczowych w kształceniu ogólnym uwzględnia inicjatywność i przedsiębiorczość¹⁶.

¹³ Por. J.J. Moreno, K. Wach, *The Entrepreneurial Profile of Students Participating in the Academic Entrepreneurship Course: Pilot Study Results*, „Horyzonty Wychowania” 2014, vol. 13, nr 26, s. 11-32.

¹⁴ Por. Z. Ziolo, *Miejsce przedsiębiorczości w edukacji*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2012/8, s. 10-11.

¹⁵ Por. M. Kosala, A. Pichur, *Analiza działań przedsiębiorczych i postrzeganie prowadzenia działalności gospodarczej wśród młodego pokolenia – wybrane aspekty*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2008/4, s. 347.

¹⁶ Por. Komisja Europejska/EACEA/Eurydice, *Developing Key Competences at School in Europe: Challenges and Opportunities for Policy. (Rozwijanie kompetencji kluczowych w Szkołach w Europie. Wyzwania i możliwości tworzenia polityki edukacyjnej)* Raport Eurydice, Urząd Publikacji Unii Europejskiej, Luksemburg 2012.

Metodyka badań ankietowych

Badania przeprowadzono w połowie 2014 roku. Obejmowały one grupę młodzieży licealnej uczestniczącej w szkole letniej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Zakwalifikowana młodzież uczestniczyła w panelach edukacyjnych „przedsiębiorczość” oraz „społeczeństwo obywatelskie”. Badaniami objęto łącznie 85 uczniów (42 z panelu przedsiębiorczość i 43 z panelu społeczeństwo obywatelskie) z kilkunastu liceów z Małopolski.

Badania przeprowadzono metodą ankietową na podstawie kwestionariusza ankietowego składającego się z czterech części: charakterystyka ankietowanych, postrzeganie przedsiębiorcy, własna firma, charakterystyka osobowości przedsiębiorczej. Ankieta zawierała zarówno pytania otwarte, jak i zamknięte¹⁷.

Celem badań było poznanie stosunku młodzieży do zjawiska przedsiębiorczości (postrzeganie przedsiębiorcy, skłonność do założenia własnej firmy, poznanie motywów przedsiębiorczości, ocena cech przedsiębiorczych) jako podstawy do podejmowania właściwych działań w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych w dalszych etapach edukacji.

Analiza postaw przedsiębiorczych młodzieży w świetle przeprowadzonych badań

Charakterystyka grupy badawczej

Ankietowana młodzież to osoby w wieku 16-18 lat, wśród których 62% stanowiły dziewczęta (tab. 1). Należy dodać, że ze względu na specyficzny charakter grupy aż 88% młodzieży uzyskało na koniec roku średnią ocen powyżej 4,0. Już sama chęć uczestnictwa w zajęciach letnich świadczy o zaangażowaniu się

¹⁷ Opracowana ankieta nawiązywała do wcześniejszych badań autorki, por. M. Kosąła, A. Pichur, *Analiza działań przedsiębiorczych i postrzeganie prowadzenia działalności gospodarczej wśród młodego pokolenia – wybrane aspekty*, art. cyt., s. 347-354; J. Targalski, M. Kosąła, A. Pichur, *Entrepreneurial attitudes among students of economics At the Cracow University of Economics. Analysis of research findings*, w: *Enterprises in the Face of 21st Century Challenges. Development – Management – Entrepreneurship*, red. R. Borowiecki, A. Jaki, Kraków 2008, s. 427-435.

w przedsięwzięcia, wykazywaniu inicjatywy i chęci pozyskiwania wiedzy.

Tabela 1. Charakterystyka badanej młodzieży

Zmienna	Wielkość zmiennej	Liczba respondentów	%
Wiek	16	11	12,94%
	17	54	63,53%
	18	20	23,53%
Płeć	Kobieta	53	62,35%
	Mężczyzna	32	37,65%
Średnia ocen	3,5-4,0	10	11,76%
	4,0-4,5	23	27,06%
	4,5-4,75	14	16,47%
	4,75-5,0	26	30,59%
	pow. 5,0	12	14,12%
Miejsce zamieszkania	Miasto ponad 500 tys.	6	7,06%
	Miasto 200-500 tys.	0	0,00%
	Miasto 100-200 tys.	5	5,88%
	Miasto 20-100 tys.	24	28,24%
	Miasto poniżej 20 tys.	11	12,94%
	Wieś	35	41,18%
	b.d.	4	4,71%

Źródło: opracowanie własne.

Warto podkreślić, że wszyscy ankietowani ukończyli w szkołach przedmiot podstawy przedsiębiorczości, który realizowany jest w pierwszej klasie szkoły średniej. Uczniowie reprezentowali klasy o profilach: humanistyczno-prawny (25%), ogólnokształcący (25%), matematyczno-fizyczno-chemiczny (20%), geograficzno-historyczny (18%), językowy (8%) i biologiczny (4%).

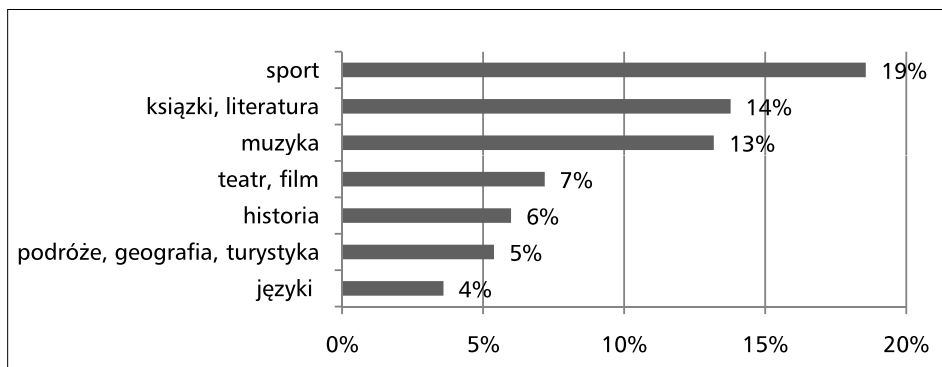
Tabela 2. Stopień aktywizowania młodzieży przez rodziców

Rodzice...	% odpowiedzi według skali (0-5)						Średnia
	0	1	2	3	4	5	
angażują mnie w prace domowe	1%	2%	11%	19%	35%	32%	3,8
są wymagający	1%	2%	11%	25%	40%	20%	3,6
zachęcają mnie do działań zarobkowych	8%	8%	24%	25%	18%	17%	2,8
angażują mnie w ich pracę	18%	16%	19%	16%	18%	13%	2,4

Źródło: opracowanie własne.

Wysokość dochodu w swoich gospodarstwach domowych 20% młodzieży oceniło na poziomie poniżej średniego, 28% – na poziomie średnim, a 52% – powyżej średniego. Każda z ankietowanych osób potrafiła wskazać na hobby i zainteresowania. Wśród najczęściej pojawiających się odpowiedzi dotyczących zainteresowań znalazły się: sport, literatura, muzyka, teatr, film, historia, turystyka czy języki (rys. 1). Pojawiły się również i inne zainteresowania, takie jak: fotografia, gastronomia, rysunek, malarstwo, sztuka, polityka, samorozwój, nauka, motoryzacja, jeździectwo, informatyka, ekonomia, ekologia, psychologia, pierwsza pomoc, militaria, moda. Posiadane hobby świadczyć może o umiejętności angażowania się w przedsięwzięcia, pasji, wytrwałości oraz chęci rozwoju osobistego.

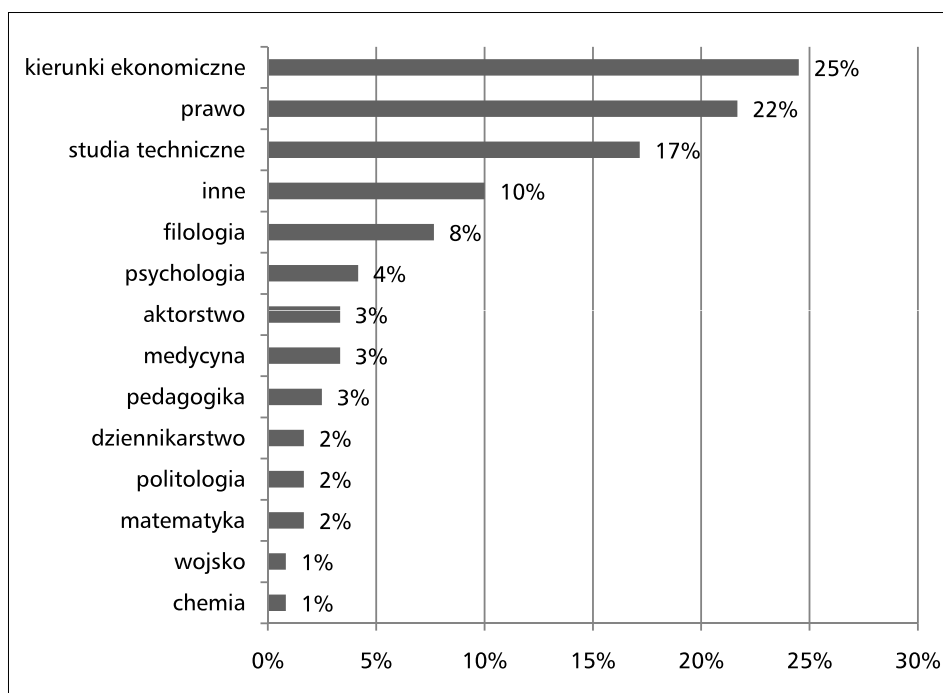
Rysunek 1. Zainteresowania ankietowanej młodzieży



Źródło: opracowanie własne.

Wśród deklarowanej chęci podjęcia kierunków studiów (ankietowani mieli możliwość wpisania dwóch planowanych kierunków studiów) największym zainteresowaniem cieszyły się studia o charakterze ekonomicznym – 25%, prawniczym – 22%, technicznym – 17% oraz językowym – 8% (rys. 2).

Rysunek 2. Deklarowana chęć podjęcia studiów przez respondentów (% udzielonych odpowiedzi)



Źródło: opracowanie własne.

Wizerunek przedsiębiorcy wśród młodzieży

Jedną z istotnych kwestii dotyczących prowadzonych badań było uzyskanie wiedzy o wizerunku przedsiębiorcy wśród młodzieży oraz czynników wpływających na jego tworzenie. W toku przeprowadzonych badań udało się ustalić, że zdecydowana większość młodzieży, bo aż 92%, ma pozytywny odbiór przedsiębiorcy i aż 64% badanych oceniło siłę pozytywnego wizerunku na 4 i 5 punktów w pięciopunktowej skali (tab. 3).

Tabela 3. Postrzeganie przedsiębiorcy przez badanych respondentów

Kryterium	Pozytywne					Neutralne	Negatywne				
Skala ocen	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
% wskazań	29%	35%	18%	6%	4%	2%	2%	0%	2%	0%	1%

Źródło: opracowanie własne.

Podjmując próbę uzyskania oceny punktowej dla wizerunku przedsiębiorcy, na podstawie przeprowadzonych badań, zaadaptowano skalę punktową od 1 do 11, według której najniższa ocena, czyli 1 – odpowiada bardzo negatywnemu, a 11 – bardzo pozytywnemu wizerunkowi przedsiębiorcy. W takim przypadku w wyniku udzielonych odpowiedzi ocena osoby przedsiębiorcy oscylowałaby na poziomie 9,4 punktu na 11 możliwych, co w konsekwencji oznaczałoby bardzo korzystny odbiór przedsiębiorców w grupie badanej młodzieży.

Chcąc określić czynniki wpływające na wizerunek przedsiębiorcy, poproszono respondentów w pytaniu otwartym o wymienienie potencjalnych powodów wpływających na negatywny bądź pozytywny wizerunek przedsiębiorcy (tab. 4). Wśród elementów kształtujących pozytywny wizerunek przedsiębiorcy pojawiły się te odnoszące się do cech osobowych (tj. zaradność, spryt, kreatywność, pomysłowość, pewność siebie, zdecydowanie, wiara w siebie, zorganizowanie, wytrwałość, upór, zaangażowanie, ambicja, silna osobowość), zajmowanej pozycji społecznej, ale i te odnoszące się do roli przedsiębiorcy w gospodarce (rozwój lokalny, angażowanie się w akcje charytatywne, tworzenie miejsc pracy), osiągając 14% odpowiedzi.

Wśród elementów składających się na negatywny wizerunek przedsiębiorcy podniesiono kwestie manipulowania i wykorzystywania ludzi (19%), nieuczciwości (8%), chciwości (4%) czy wyrachowania (8%). Na negatywny wizerunek mają wpływ również praktyki związane z łamaniem prawa (łapówki, afery, oszustwa) – 10%, ale i, co warto podkreślić, brak czasu dla rodziny (8%) czy stresująca praca (5%).

Tabela 4. Czynniki wpływające na wizerunek przedsiębiorcy według respondentów

Czynniki wpływające na wizerunek przedsiębiorcy					
Pozytywny	Liczba wskazań	%	Negatywny	Liczba wskazań	%
Zaradność, spryt	26	12%	Manipulacja ludźmi, wykorzystywanie innych	36	19%
Tworzenie miejsc pracy (rola w gospodarce)	24	11%	Myślenie tylko o zysku	30	16%
Kreatywność, pomysłowość	22	9%	Łamanie prawa (afery, łapówki, oszustwa)	18	10%
Pewność siebie, zdecydowanie, zorganizowanie	17	7%	Wyrachowanie, bezwzględność,	14	8%
Odpowiedzialność, umiejętność planowania, pracowitość	15	6%	Nieuczciwość	14	8%
Duże pieniądze	15	6%	Brak czasu dla rodziny (praca, wyjazdy)	14	8%
Wszechstronna wiedza, wykształcenie	15	6%	Egoizm	13	7%
Inteligencja	12	5%	Nerwowość, stres, niegodzenie ról, presja	9	5%
Praca na własny rachunek, niezależność	11	5%	Chciwość	8	4%
Sukces	8	3%	Źródło majątku	6	3%
Inicjatywa, aktywność	7	3%	Zazdrość, duże dochody	5	3%
Wytrwałość, upór, zaangażowanie, ambicja	7	3%	Duże ryzyko	3	2%
Współpraca	7	3%	Spryt, przebiegłość	2	1%
Autorytet, silna osobowość, współpraca	6	3%	Nieetyczne zachowania	2	1%
Otwartość	6	3%	Brak działań ekologicznych	2	1%
Racjonalizm, logika	5	2%	Nepotyzm	1	1%

Umiejętność podejmowania ryzyka	5	2%	Skrupulatność	1	1%
Kultura osobista	4	2%	Ambicje	1	1%
Samorealizacja, samodzielność	4	2%	Inne	7	4%
Wszechstronna wiedza	4	2%	Nepotyzm	1	1%
Perfekcjonizm, ambicja	4	2%			
Interesująca praca	4	2%			
Uczciwość	2	1%			
Wpływ na rozwój lokalny	2	1%			
Inne	2	1%			

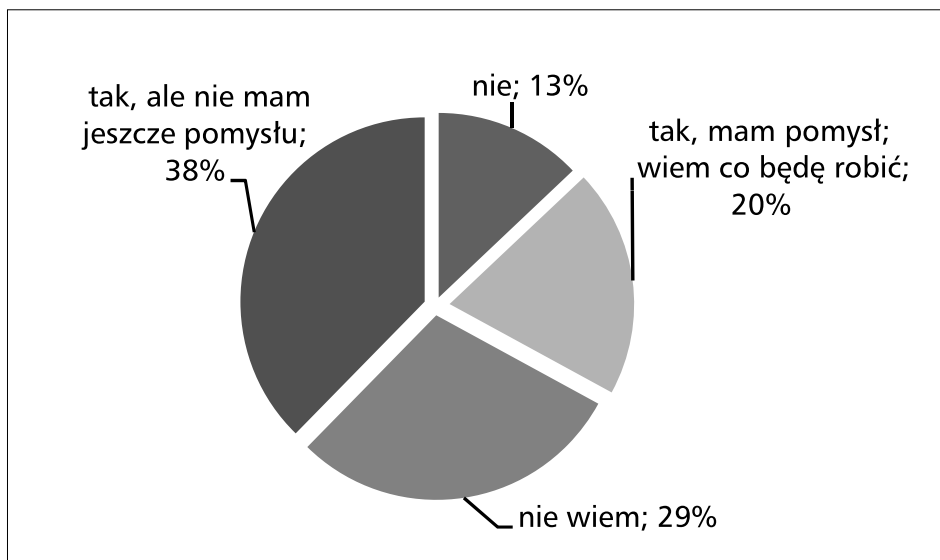
Źródło: opracowanie własne.

Analiza uzyskanych informacji, szczególnie tych tworzących negatywny wizerunek przedsiębiorcy, może stanowić podstawę do „oczyszczenia” ze stereotypów odbioru przedsiębiorcy poprzez przedstawienie faktów. Pozyskana wiedza stanowić może również podstawę do kształtowania nowego profilu przedsiębiorcy, poprzez proces edukacji, uwrażliwiającej młodzież i wypracowując nowe wzorce zachowań współistnienia z otoczeniem, tworzący pozytywny wizerunek przedsiębiorców.

Skłonność do prowadzenia działalności gospodarczej

Ciekawym zagadnieniem w badaniu postaw przedsiębiorczych zdaje się skłonność młodzieży do zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej, szczególnie w odniesieniu do pozytywnego wizerunku przedsiębiorcy, jaki wyłania się w toku pozyskanych informacji. Na podstawie przeprowadzonych badań ustalono, że 58% respondentów w tak młodym wieku pozytywnie zapatruje się na prowadzenie własnej firmy i deklaruje chęć jej założenia (rys. 3). Jedynie 13% osób nie zdecydowało się na założenie firmy, a 29% to osoby niezdecydowane.

Rysunek 3. Deklarowana chęć założenia firmy przez badanych respondentów

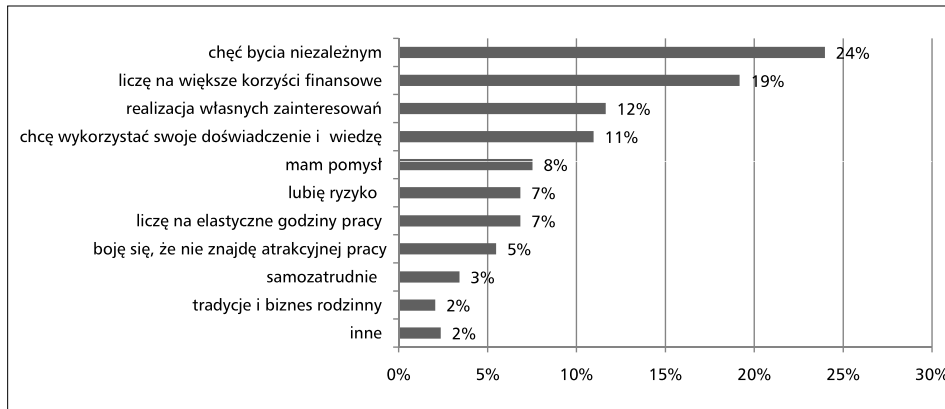


Źródło: opracowanie własne.

Wśród osób, które zadeklarowały chęć założenia własnej firmy, zapytanych o perspektywę, w jakiej miałyby to nastąpić, najliczniejszą grupę (49 %) stanowiły te, które nie potrafiły nakreślić ram czasowych. W okresie od dwóch do pięciu lat po zakończeniu studiów własną firmę chciałoby założyć 40%, a 11% jeszcze w czasie studiów. Wynik ten może świadczyć o pewnej dojrzałości i wyważaniu planów w związku z poszukiwaniem jeszcze możliwości ścieżek zawodowych. Pozwala to jednocześnie na formułowanie wniosku w zakresie edukacji przedsiębiorczości, tak by kształtowanie postaw przedsiębiorczych akcentować na etapie szkolnictwa średniego (przedsiębiorczość w ujęciu osobowościowym), a aspekty formalne na etapie szkolnictwa wyższego (przedsiębiorczość w ujęciu procesowym).

Głównymi motywami kierującymi osobami w wieku 16-18 lat, które skłaniałyby do zakładania firmy, są: chęć bycia niezależnym (24%), korzyści finansowe (19%), realizacja własnych zainteresowań (12%). Na dalszy plan schodzą obawa dotycząca braku atrakcyjnej pracy, samozatrudnienie. Pojawiła się również grupa osób (2%), która chce kontynuować biznes rodzinny (rys. 4).

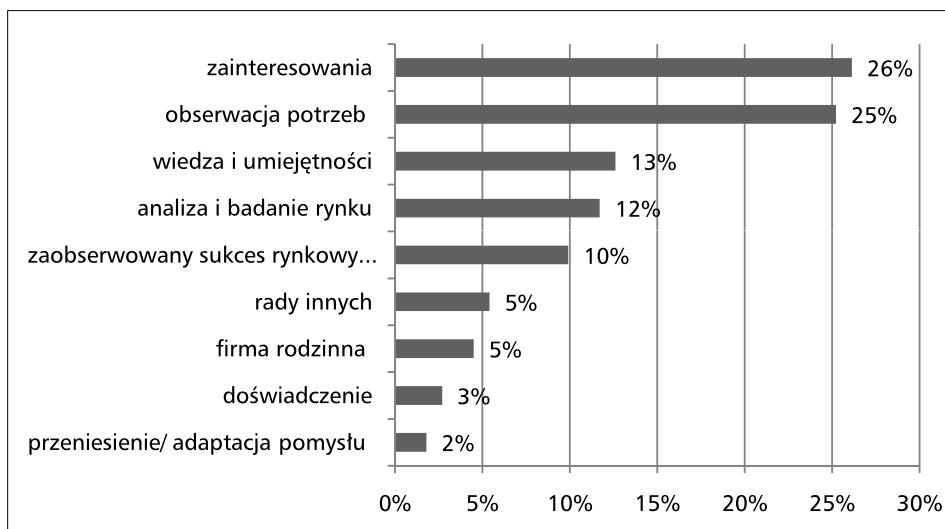
Rysunek 4. Motywy podejmowania działalności gospodarczej w deklaracjach respondentów



Źródło: opracowanie własne.

Zamierzając założyć i prowadzić firmę, należy znaleźć pomysł na działalność. Młodzi ludzie inspiracji w tym zakresie poszukują we własnych zainteresowaniach (26%), posiadanej wiedzy i umiejętnościach (13%), potrzebach rynku, opierając się na własnych obserwacjach (25%) czy przeprowadzanych analizach i badaniach (12%). Część badanych – 5%, pomysł już ma i jest nim działalność prowadzona na bazie biznesu rodzinnego (rys. 5).

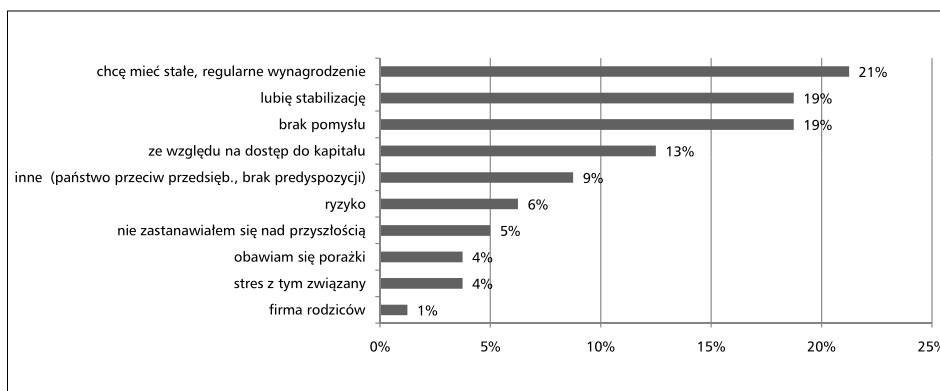
Rysunek 5. Źródła pomysłów na biznes wśród badanej młodzieży



Źródło: opracowanie własne.

Dążąc do poznania głównych przyczyn rezygnacji z planowania własnej ścieżki zawodowej uwzględniającej możliwość założenia firmy, poproszono ankietowanych o ich wskazanie (rys. 6). Znaczną grupę przyczyn stanowiły te odnoszące się do niepewności (chęć regularnej pensji – 21%, stabilizacja – 19%, ryzyko – 6%) i stanowiły łącznie 46%.

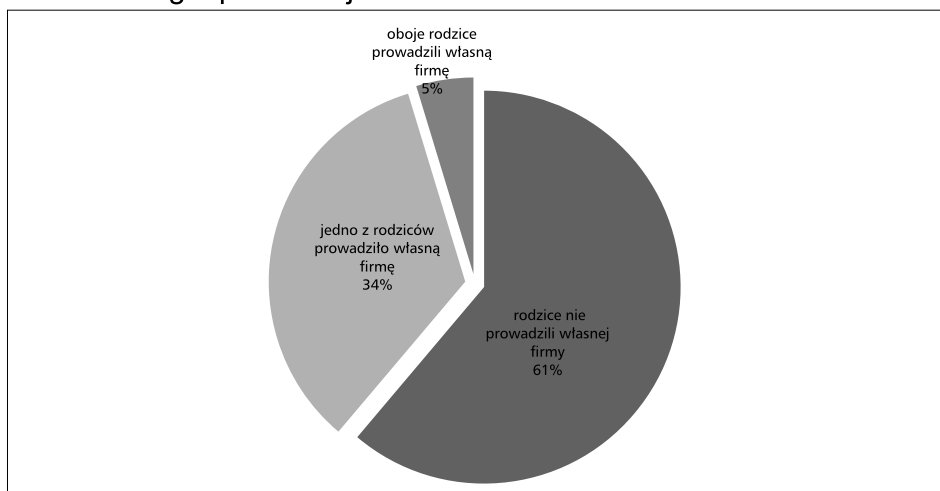
Rysunek 6. Przyczyny nieplanowania założenia własnej firmy przez respondentów



Źródło: opracowanie własne.

Marginalnie do prowadzenia firmy zniechęcają doświadczenia rodziców w tym zakresie (1% wskazań). Warto w tym miejscu wspomnieć, iż 39% młodzieży pochodzi z rodzin, w których przynajmniej jedno z rodziców prowadziło działalność gospodarczą (rys. 7).

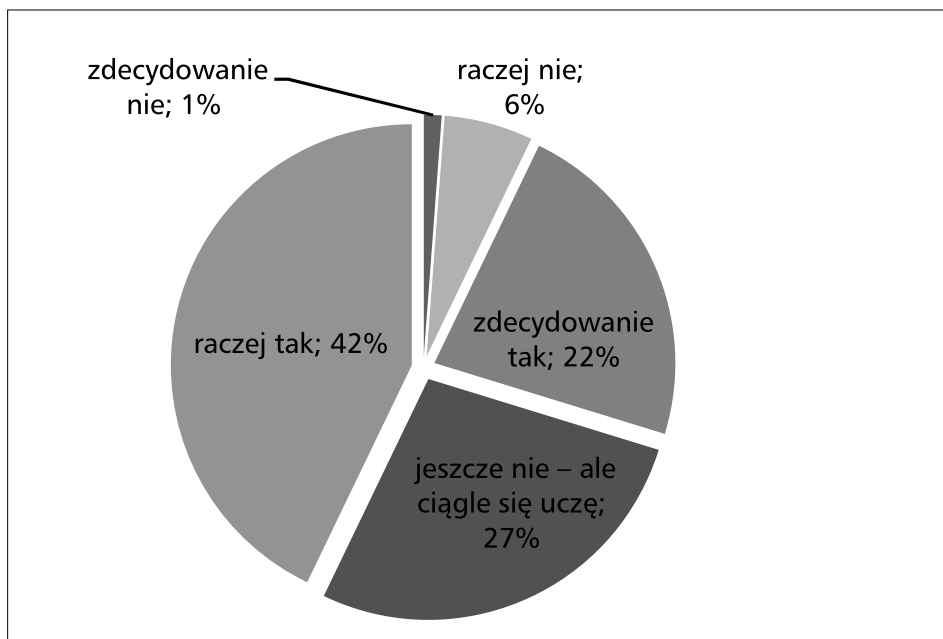
Rysunek 7. Doświadczenie rodzin respondentów w prowadzeniu działalności gospodarczej



Źródło: opracowanie własne.

Całą grupę badanej młodzieży poproszono o ocenę własnej osoby w kontekście postawy przedsiębiorczej, czyli uwzględniającej szczególnie sposób zachowań w kontekście cech charakteryzujących osoby przedsiębiorcze (rys. 8). Warto zaznaczyć, iż wszyscy ankietowani mieli już zajęcia z podstaw przedsiębiorczości i potrafili wymienić cechy charakteryzujące osoby przedsiębiorcze (np. pomysłowość, kreatywność, inicjatywę, aktywność, umiejętność podejmowania ryzyka, wytrwałość, niezależność). Większość osób poddanych badaniu postrzega się jako osoby przedsiębiorcze (łącznie 64%), przy czym 27% uważa, że jeszcze się uczy wypracowania takiej postawy. Jedynie 7% ocenia się jako osoby nieprzedsiębiorcze.

Rysunek 8. Samoocena postawy przedsiębiorczej respondentów



Źródło: opracowanie własne.

Uzupełnieniem oceny własnej osoby w kontekście postawy przedsiębiorczej była weryfikacja aktywności pozaszkolnej, odnoszącej się do wykonywania, podejmowania jakichkolwiek form pracy. Ankietowani mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. Jak się okazuje, najwięcej badanych uczestniczyło w wolontariacie – 71%, zapewne ma na to wpływ system punktów przyznawanych w szkołach za tego rodzaju aktywność. Sezonowych prac w kraju podejmowało się 29% badanych.

Znaczna grupa – 14% angażowała się w pracę w rodzinnej firmie. Pozostałe doświadczenia w zakresie wykonywania prac dotyczyły: pracy dorywczej w trakcie nauki (7%), sezonowych prac za granicą (2%), regularnej pracy w czasie nauki w niepełnym wymiarze godzin (1%), inne (4%). Brak doświadczenia zadeklarowało 5% respondentów.

Edukacja przedsiębiorczości w szkolnictwie średnim w świetle badań empirycznych

Ankietowani uczniowie, zapytani o ocenę zajęć z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, w zdecydowanej większości (73%) ocenili je pozytywnie (tab. 5). Pytanie to miało na celu określenie oczekiwań uczniów względem przedmiotu oraz ustalenie czynników mogących wpłynąć na jakość nauczania tego przedmiotu.

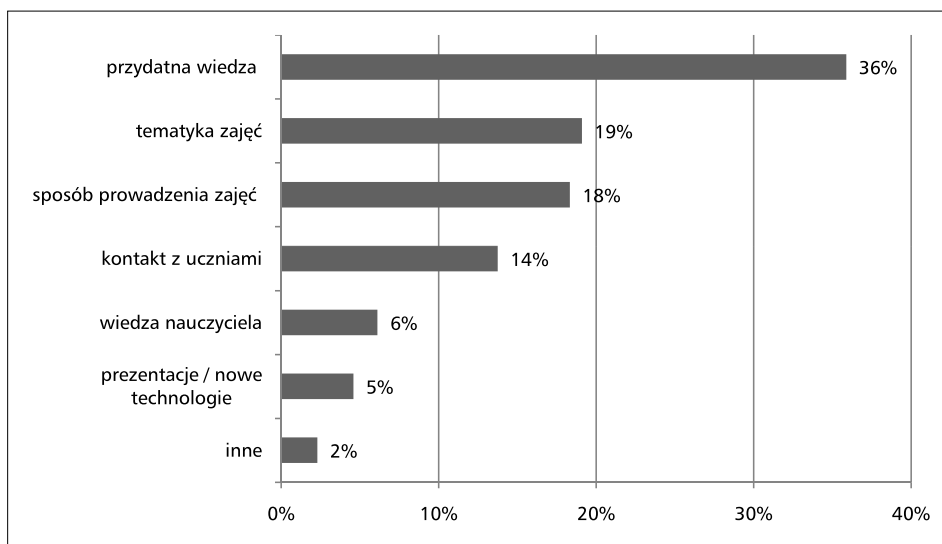
Tabela 5. Ocena zajęć z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości przez respondentów

	Ocena przedmiotu podstawy przedsiębiorczości										
	Pozytywna					Neutralna	Negatywna				
Skala ocen	5	4	3	2	1	0	1	2	3	4	5
% wskazań	20%	15%	19%	9%	9%	1%	1%	1%	7%	7%	9%

Źródło: opracowanie własne.

Wpływ na pozytywną ocenę przedmiotu przez uczniów miały: sposób prowadzenia zajęć (np. sprawdzian w parach, konkursy, jasny przekaz, zaangażowanie, praca w grupie), dobór poruszanej tematyki (poszerzanie horyzontów), wykorzystanie nowoczesnych środków w edukacji (prezentacje), wiedza nauczyciela (doświadczenie w biznesie, dobór i wykorzystanie przykładów praktycznych, próba zainteresowania ucznia lekcją), kompetencje nauczyciela (kontakt z uczniami, swoboda wypowiedzi na lekcji, atmosfera), przydatna wiedza (CV, biznesplany, wypełnianie PIT-u, zachowania ludzkie, aktualne wydarzenia, terminologia, bankowość, umiejętność myślenia, negocjacje, projekty, nabywanie doświadczenia) (rys. 9).

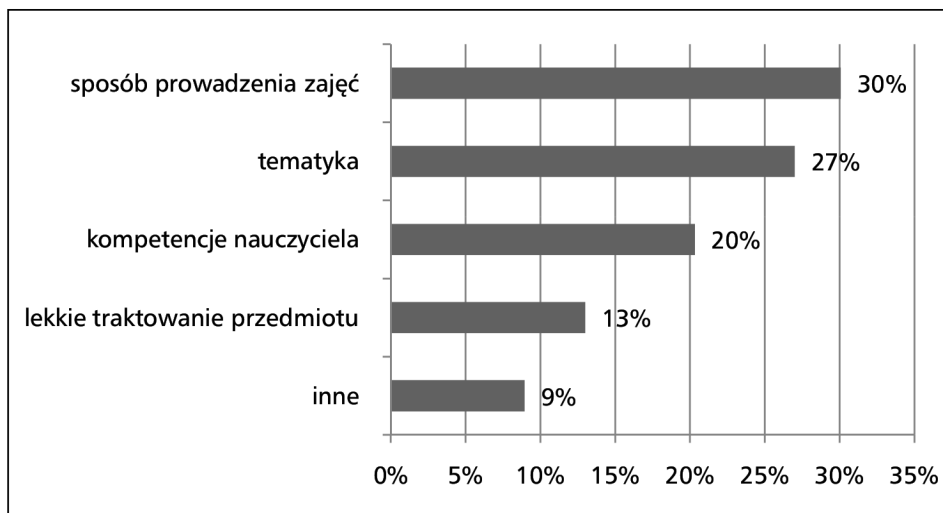
Rysunek 9. Czynniki wpływające na pozytywny odbiór lekcji z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie własne.

Wśród wymienianych czynników wpływających negatywnie na odbiór lekcji z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości znalazły się: dobór poruszanej tematyki (brak praktycznego zastosowania wiedzy, zbyt dużo teoretycznych aspektów, zbyt duże ukierunkowanie na bycie zatrudnionym, zbyt mało informacji o systemie gospodarczym, często niepotrzebne i nudne treści, skupianie się na drobnostkach, nieaktualna wiedza, długie rozdziały), lekkie podejście do przedmiotu (brak dyscypliny na lekcjach, zła organizacja zajęć, zamiana np. na godzinę wychowawczą, nieobecność nauczyciela), sposób prowadzenia zajęć (nudne prowadzenie zajęć, brak dyskusji, szybkie zmiany tematów, zbyt dużo informacji, przepisywanie książki, uczenie pamięciowe, brak partnerstwa, nieangażowanie uczniów w projekty), kompetencje nauczyciela (brak praktycznej wiedzy nauczyciela, brak zainteresowania nauczyciela przedmiotem, niekompetencje, niski poziom merytoryczny) (rys. 10).

Rysunek 10. Czynniki wpływające na negatywny odbiór lekcji z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie własne.

W swoich wypowiedziach uczniowie nie uwzględniali złożonej problematyki założeń reform programowych oświaty, która zapewne nie jest im znana, jak również nie brali pod uwagę uwarunkowań organizacyjnych, a odnosili się jedynie do subiektywnych odczuć. Warto zaznaczyć, iż wiele z poruszonych problemów można odnieść do innych nauczanych przedmiotów. Uczniowie w przeprowadzonych badaniach, między innymi, zwrócili uwagę na to, że obecnie przedmiot jest prowadzony w pierwszej klasie szkoły średniej, kiedy to podejmowane tematy bywają dla nich mało zrozumiałe i odległe z punktu widzenia wykorzystania w praktyce, i ich zdaniem przedmiot w takim zakresie powinien być prowadzony w wyższych klasach. Pojawiły się również sugestie dotyczące możliwości nawiązywania współpracy między szkołami przy realizacji projektów.

Na podstawie uzyskanych informacji, w toku przeprowadzonych badań, można ustalić czynniki wpływające na jakość nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości i wpłynąć na poprawę procesu kształcenia w tym zakresie. Nasuwa się również wniosek o rozważeniu wprowadzenia bądź rozwijania edukacji przedsiębiorczości na wyższych szczeblach edukacji, gdy usamodzielnienie się i wejście na rynek pracy nabiera realnego wymiaru.

Podsumowanie

Celem przeprowadzonych badań było poznanie stosunku młodzieży do zjawiska przedsiębiorczości (postrzeganie przedsiębiorcy, skłonność do założenia własnej firmy, poznanie motywów przedsiębiorczości, ocena cech przedsiębiorczych) jako podstawy podejmowania właściwych działań w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych w dalszych etapach edukacji. Kształtowanie postawy przedsiębiorczej staje się kluczową kompetencją odpowiadającą na wyzwania współczesnych uwarunkowań społeczno-gospodarczych. Pewnym ograniczeniem badawczym są zasoby dostępne w realizacji badań, jak również niemożność jednoznacznego pomiaru badanego zjawiska i zastosowanie metod jakościowych, opierających się na subiektywnym postrzeganiu zjawiska przez respondentów. Przeprowadzone badania mogą jednakże stanowić podstawę i inspirację dla dalszych prac badawczych. Interesujące byłoby dokonanie porównania uzyskanych wyników w grupie uczniów ze szkół o charakterze zawodowym lub też uczniów wywodzących się z rodzin, w których rodzice prowadzą działalność gospodarczą, czy też porównanie postaw przedsiębiorczych wśród uczennic i uczniów.

Na podstawie przeprowadzonych badań nasuwają się możliwe do rozważenia wnioski i rekomendacje:

- w prowadzeniu przedmiotu podstawy przedsiębiorczości winno się poświęcić więcej uwagi wizerunkowi przedsiębiorcy – obalając stereotypy i tworząc nowe wzorce, tak by poprzez proces edukacji można było kształtować nowy profil przedsiębiorcy odpowiedzialnego społecznie;
- w edukacji z zakresu przedsiębiorczości na etapie szkolnictwa średniego warto rozważyć przesunięcie środka ciężkości na aspekt przedsiębiorczości w ujęciu osobowościowym i inicjatywność, która będzie wychodziła poza wolontariat;
- ważną kwestią staje się dobór właściwych metod nauczania pozwalających na rozwijanie myślenia, realizację projektów (nawet o charakterze międzyszkolnym) czy pracę w zespołach (interdyscyplinarnych);
- możliwość poszerzania realizowanego programu o edukację w ramach kół naukowych;
- w edukacji z zakresu przedsiębiorczości na etapie szkolnictwa wyższego warto rozważyć przesunięcie środka ciężkości na aspekt przedsiębiorczości w ujęciu procesowym

(zakładanie i prowadzenie firmy), gdy usamodzielnienie się i wejście na rynek pracy nabiera realnego wymiaru.

Badania wykazały, że znaczna grupa młodzieży rozważa możliwość prowadzenia własnej firmy, niezależnie od profilu planowanego kierunku studiów, uczelni, co sugerowałoby konieczność kształcenia w zakresie przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym. Istotnym argumentem za edukacją przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym jest dojrzałość słuchaczy i znajomość własnych oczekiwań, które dzięki postawie przedsiębiorczej mogą być efektywniej realizowane.

BIBLIOGRAFIA

- Domurat A., *Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność*, w: *Innowacyjna przedsiębiorczość. Teorie. Badania. Zastosowania praktyczne. Perspektywa psychologiczna*, red. A. Strzałecki, Wydawnictwo SWPS Academica, Warszawa 2011.
- Drucker P., *Innowacja i Przedsiębiorczość – praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- Gibb A.A., *Enterprenurship and Intrapreneurship – Exploring the differences*, w: *New findings and perspectives in Entrepreneurship*, red. R. Donckels, A. Miettinen, Aldershot, Avebary 1990, cyt. za: B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997.
- Glinka B., Gudkova S., *Przedsiębiorczość*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011
- Gruszecki T., *Przedsiębiorca w teorii ekonomii*, Wydawnictwo CEDOR, Warszawa 1994.
- Komisja Europejska/EACEA/Eurydice, *Developing Key Competences at School in Europe: Challenges and Opportunities for Policy. (Rozwijanie kompetencji kluczowych w Szkołach w Europie. Wyzwania i możliwości tworzenia polityki edukacyjnej)*, Raport Eurydice, Urząd Publikacji Unii Europejskiej, Luksemburg 2012.
- Kosała M., Pichur A., *Analiza działań przedsiębiorczych i postrzeganie prowadzenia działalności gospodarczej wśród młodego pokolenia – wybrane aspekty*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2008/4.
- Kurek S., Rachwał T., *Założenia i wstępne wyniki europejskiego projektu badawczego FIFOB1 w zakresie kształtowania kompetencji uczniów gimnazjum do prowadzenia działalności gospodarczej*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2010/6, s. 472-485.
- Moreno J.J., Wach K., *The Entrepreneurial Profile of Students Participating in the Academic Entrepreneurship Course: Pilot Study Results*, „Horyzonty Wychowania” 2014, vol. 13, nr 26, s. 11-32.

- Najda-Janoszka M., Wach K., *Lifelong Learning in the Field of Tourism in the European Union taking Poland into Special Consideration*, w: *Entrepreneurship in Tourism and Sport Business*, red. M. Bednarczyk, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, s. 45-58.
- Piasecki B., *Przedsiębiorczość i mała firma – teoria i praktyka*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1997.
- Rachwał T., *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej*, w: *Szkoła w nauce i praktyce edukacyjnej*, red. B. Muchacka, t. II, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2006, s. 427-434.
- Targalski J., Kosala M., Pichur A., *Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie – analiza wyników badań*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Warszawa 2007.
- Targalski J., Kosala M., Pichur A., *Entrepreneurial attitudes among students of economics At the Cracow University of Economics. Analysis of research findings*, w: *Enterprises in the Face of 21st Century Challenges. Development – Management – Entrepreneurship*, red. R. Borowiecki, A. Jaki, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2008.
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. z 2004 roku, Nr nr 173 poz. 1807 z późn. zm.
- Wach K., *Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2013/9.
- Wach K., *Entrepreneurship Education in Poland*, „ERENET Profile” 2008, vol. III, no. 3 (11).
- Wach K., *Europeanisation of Entrepreneurship Education in Europe – Looking Back and Looking Forward*, „Horyzonty Wychowania” 2014, vol. 13, nr 26.
- Wach K., *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania. Stan obecny i proponowane kierunki zmian* w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Warszawa 2007.
- Wach K., *Paradygmat gospodarki przedsiębiorczej a polityka wspierania przedsiębiorczości (rozdział 1)*, w: *Formy i przejawy współczesnej przedsiębiorczości w Polsce*, red. K. Zieliński, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014, s. 13-30.
- Ziolo Z., *Miejsce przedsiębiorczości w edukacji*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2012/8.