



Rola rynku pracy i uczelni w procesie kształtowania przedsiębiorczych postaw studentów w przygotowaniu do tranzycji¹

DOI: 10.17399/HW.2016.1535010

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem pracy jest zaprezentowanie, jakie przedsiębiorcze postawy studentów wymusza współczesny rynek pracy, w jaki sposób są one budowane, pod wpływem jakich motywacji podejmowane są dodatkowe aktywności mające na celu lepsze przygotowanie się do wejścia na rynek pracy.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: W pracy postawiono dwie hipotezy badawcze

1. Współczesny rynek pracy wymusza budowanie wśród studentów postaw przedsiębiorczych, które wspomagają ich wejście na rynek pracy.
2. Postawa przedsiębiorcza studenta wspiera proces tranzycji, jednak nie gwarantuje sukcesu rozumianego jako znalezienie dobrej pracy.

Metoda badawcza wykorzystana w pracy opiera się na przeglądzie literatury przedmiotu oraz badaniu wytypowanej grupy studentów za pomocą ankiety audytoryjnej.

PROCES WYWODU: W pracy podjęto temat związany z przygotowaniem się studentów do sprawnego wejścia na rynek pracy. Zjawisko to nosi nazwę tranzycji i podlega licznym badaniom mającym na celu poznanie jego mechanizmu. Materiał do analizy zebrano za pomocą ankiety audytoryjnej i przeprowadzono wnioskowanie.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Wnioski wynikające z badania opierają się na stwierdzeniu, że działalność budująca kapitał wiedzy, doświadczenia i przedsiębiorczości wspiera proces tranzycji. Proces budowania postawy przedsiębiorczej u studentów jest mocno zróżnicowany, przebiega w różnym tempie i czasie oraz nie dotyczy wszystkich badanych. Uczelnia ze swej strony w minimalnym stopniu inspirowała studentów do podejmowania dodatkowych aktywności w tym zakresie. W badaniu zaobserwowano tylko nieliczne typowe działania, które budują postawy przedsiębiorcze, co może mieć związek z brakiem w ofercie dydaktycznej,

¹ Praca powstała z wykorzystaniem środków przyznawanych Wydziałowi Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych na utrzymanie potencjału badawczego.

dedykowanej dla tej grupy studentów, przedmiotów związanych z szeroko rozumianą przedsiębiorczością.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Wskazane byłoby uwzględnienie przedmiotów związanych z przedsiębiorczością w planie studiów dla badanego kierunku kształcenia.

→ **SŁOWA KLUCZOWE: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, STUDENCI, RYNEK PRACY, TRANZYCJA**

ABSTRACT

The role of the labour market and the university in the process of forging entrepreneurial attitudes in students preparing for transition into employment

RESEARCH OBJECTIVE: The paper aims to demonstrate what entrepreneurial attitudes in students are enforced by the modern labour market, how they are built and under which incentives additional activities are undertaken in order to be better prepared to enter the market.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The author explores the following two hypotheses

1. Today's labour market requires students planning to smoothly enter the market to develop entrepreneurial attitudes.
2. Student's entrepreneurial attitudes support the process of transition, yet, they does not ensure success construed as finding a plum job.

The study method is based on a literature review and a study of a sample group of students by means of an audit questionnaire.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The paper addresses the issue of students' preparation to make a smooth entry into the labour market. The process itself is called transition and is subject to numerous studies aimed at understanding its underlying mechanism.

RESEARCH RESULTS: Conclusions from the study are based on the assumption that the process of building entrepreneurial attitudes in students is highly diversified and runs at a different pace and for different times and is not applicable to all sampled students. The university, for its part, only minimally inspires students to pursue additional activities in this area. On the other hand, additional activities building the wealth of knowledge, experience and entrepreneurship support the transition process. In the study, the author has not identified typical activities that build entrepreneurial attitudes, which may result from a lack of subjects related to the wider entrepreneurship in curricula offered this group of students.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS AND RECOMMENDATIONS: It would be advisable to incorporate this type of subjects in the study plan for this type of education.

→ **KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, STUDENTS, LABOUR MARKET, TRANSITION**

Wstęp

Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie, jakie przedsiębiorcze postawy studentów wymusza współczesny rynek pracy, w jaki sposób są one kształtowane, jakie są źródła motywacji podejmowanych aktywności oraz czy uczelnia jest postrzegana jako instytucja oferująca wsparcie dla studentów przygotowujących się do wejścia na rynek pracy. Przedsiębiorcze postawy studentów będą dotyczyły głównie zachowań i aktywności związanych z kształtowaniem „własnej oferty” jako przyszłego pracownika dostosowanej do dużej konkurencji na rynku pracy. Cel pracy zostanie osiągnięty za pomocą przeprowadzonych badań ankietowych dedykowanych wybranej grupie studentów.

W pracy zostały postawione dwie hipotezy badawcze:

Hipoteza 1. Współczesny rynek pracy wymusza budowanie wśród studentów postaw przedsiębiorczych, które wspomagają ich wejście na rynek pracy.

Hipoteza 2. Postawa przedsiębiorcza studenta wspiera proces transzycji, jednak nie gwarantuje sukcesu rozumianego jako znalezienie dobrej pracy.

U podstaw przeprowadzonego badania ankietowego leży założenie o istnieniu postawy przedsiębiorczej wśród studentów. Wartością dodatkową będzie zweryfikowanie tego ogólnego założenia dla badanej grupy studentów.

Metoda badawcza

Praca składa się z części teoretycznej i empirycznej, dlatego do jej przygotowania wykorzystane zostały źródła o różnym charakterze. Część teoretyczną opracowano na podstawie literatury przedmiotu oraz danych statystycznych z tematycznych opracowań, zwłaszcza GUS. W części tej zostały przybliżone zagadnienia związane z przedsiębiorczością,

procesem tranzycji, sytuacją ludzi z wyższym wykształceniem na rynku pracy. Część empiryczną opracowano, wykorzystując dane uzyskane z przeprowadzonej ankiety audytoryjnej i uzupełniającego ją wywiadu bezpośredniego, który doprecyzował i pogłębił omawiane zagadnienia. Zaprezentowano w tej części różne aspekty podejmowanych działań przedsiębiorczych przez studentów oraz ich skalę. Ankiety audytoryjną wybrano ze względu na łatwość jej przeprowadzenia, niemal stu-procentowy zwrot już wypełnionych ankiet oraz możliwość wyjaśniania na bieżąco wątpliwości dotyczących pytań, gdyby takowe się pojawiły. Ankiety przeprowadzono na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie w styczniu 2016 roku. Objęła ona studentów kierunku analityka gospodarcza II roku studiów stacjonarnych pierwszego stopnia. W badaniu wzięło udział 109 osób, co stanowiło niemal 100% wszystkich studentów II roku tego kierunku i typu studiów. Badanie zostało zakończone wnioskami szczegółowymi odnoszącymi się wyłącznie do badanej grupy studentów, co pozwoliło na przeanalizowanie, na jakim etapie budowania postawy przedsiębiorczej znajduje się ta grupa przyszłych uczestników rynku pracy. Wniosków o charakterze uogólniającym nie sformułowano ze względu na zbyt małą próbę badawczą wykorzystaną do badań.

Edukacja dla przedsiębiorczości

Jedno z fundamentalnych pytań stawianych przez badaczy przedsiębiorczości jest związane z tym, czy przedsiębiorczości można się nauczyć. Można wskazać dwa podejścia do tego zagadnienia (Marszałek, 2012). Pierwsze z nich traktuje przedsiębiorczość jako grupę cech, indywidualną dla poszczególnych jednostek, z którymi przychodzi ona na świat. Drugie podejście mówi o możliwości nabywania i kształtowania w procesie edukacji cech i kompetencji przynależnych przedsiębiorczości. Oba podejścia się uzupełniają. Pewne wrodzone cechy będą jedne jednostki predestynować do efektywnego kształcenia w tym zakresie, a inne jednostki, pozbawione tych cech, nie będą podatne na tego typu budowanie nowych kompetencji i umiejętności. Edukacja w tym zakresie nie jest oczywista, stąd trudno jest jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie, czy przedsiębiorczości można się nauczyć. Edukacja dostępna na wszystkich poziomach kształcenia jest nośnikiem wiedzy i informacji potrzebnych do funkcjonowania we współczesnym świecie. Za jej pośrednictwem przekazywana jest również wiedza z zakresu szeroko rozumianej przedsiębiorczości. Edukacja w zakresie przedsiębiorczości może przebiegać różnymi ścieżkami. W ślad za Kokocińską i Nowak (2014) można

wskazać na cztery takie ścieżki. Pierwsza z nich to ścieżka formalna, gdzie edukacja w zakresie przedsiębiorczości jest realizowana w szkole podstawowej, średniej i na uczelniach wyższych. Jednak zdaniem wspomnianych autorek „Przedsiębiorczość jako dyscyplina akademicka jest w polskiej rzeczywistości w fazie rozwoju i odbiega w znacznym stopniu od tradycji i doświadczeń krajów takich jak: Finlandia, Norwegia czy Stany Zjednoczone” (Kokocińska i Nowak, 2014, s. 37). Podkreślają one fakt wzrostu zainteresowania problematyką przedsiębiorczości oraz rolę edukacji w jej kreowaniu, zwłaszcza na uczelniach wyższych w Polsce. Fakt słabo rozwiniętej oferty edukacyjnej w zakresie przedsiębiorczości został również uwypuklony w dokumencie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju (2013). Przedsiębiorczość kreowana jest także w sposób mniej sformalizowany za pomocą trzech pozostałych ścieżek:

- nieformalnej, gdzie proces budowania przedsiębiorczości odbywa się na podstawie wartości kulturowych, norm społecznych oraz, co wydaje się najistotniejsze w tej ścieżce, wzorców rodzinnych;
- pozaformalnej, która bazuje na kursach i szkoleniach, warsztatach i praktykach dedykowanych budowaniu przedsiębiorczości;
- samokształcenia, realizowanej z wykorzystaniem narzędzi, do których istnieje łatwy dostęp. Są to prasa, książki oraz Internet.

Rezultaty edukacji w zakresie przedsiębiorczości obserwuje się poprzez pojawienie się motywacji, intencji przedsiębiorczych, postaw przedsiębiorczych oraz dostrzeganie okazji rynkowych i wykorzystywanie ich. W podejmowaniu działań przedsiębiorczych decydującą rolę odgrywa szeroko rozumiana motywacja. Można wyróżnić motywację zewnętrzną związaną z oddziaływaniem grupy, w której jednostka funkcjonuje, wpływu bliskich osób czy też chęci dopasowania się do grupy. Drugi rodzaj motywacji – swobodny, jest bardziej subiektywny. Ma swoje źródło w emocjach, które odczuwa jednostka, takich jak strach, wstyd, poczucie winy, satysfakcja czy zadowolenie. Ten rodzaj motywacji jest bardzo indywidualny, może pobudzać do działania, jak również hamować wszelką aktywność (Piróg, 2013a).

Przedsiębiorczość można rozpatrywać w dwojaki sposób. Pierwszy dotyczy analizy zjawiska w ujęciu procesowym, co oznacza podejmowanie działalności gospodarczej. Drugie podejście dotyczy analizy postawy reprezentowanej przez daną jednostkę i takie też podejście zostanie zastosowane w niniejszym opracowaniu, a główny nacisk zostanie położony na sposoby kształtowania postawy przedsiębiorczej wśród badanej grupy studentów. Osoba przedsiębiorcza posiada pewien zestaw cech, w tym: kreatywność, samodzielność, spostrzegawczość, dążenie do celu, poczucie własnej wartości, odpowiedzialność. Nie ma jednak możliwości

stworzenia jednolitego i dokładnego wzorca postawy przedsiębiorczej ze względu na mnogość i różnorodność cech (Marszałek, 2012). Postawę przedsiębiorczą można kreować, wykorzystując dwa sposoby. Pierwszy z nich związany jest ze zjawiskiem socjalizacji i dotyczy oddziaływania grupy na jednostkę. Drugi z nich to autokreacja, która może być wzmacniana przez zdolności intelektualne danej jednostki (Strojny, 2007). Autor ten podkreśla istotną rolę otoczenia jednostki, nadając mu wymiar różnych aspektów czy też wymiarów kultury. Postawa przedsiębiorcza kształtowana jest więc pod wpływem szeregu kategorii składających się na środowisko, w którym się ten proces odbywa (Strojny, 2007). Zalicza się do nich wartości, potrzeby, postawy, działania, normy oraz wzorce. Przedsiębiorcze zachowania wśród studentów, w rezultacie, mają wspomóc proces wejścia na rynek pracy.

Tranzycja na rynku pracy

Pojęcie tranzycji jest niejednoznaczne – poczynając od mnogości nauk, w których znajduje zastosowanie², a kończąc na jego interpretacji w kontekście samego rynku pracy. Pojęcie to zaczerpnięto z języka angielskiego („transition”), a w kontekście rynku pracy ogólna jego interpretacja dotyczy procesu wchodzenia na ten rynek (Allen i Valden, 2007). Tranzycja w rozumieniu literatury przedmiotu oznacza zatem sprawne wejście na rynek pracy po zakończeniu danego poziomu kształcenia, zwłaszcza wyższego, i znalezienie satysfakcjonującego zatrudnienia. Warto podkreślić, że w poprawnym pojmowaniu tego zjawiska nie chodzi o znalezienie jakiegokolwiek pracy, tylko takiej, która daje satysfakcję w każdym jej aspekcie. Moment ten nazywany jest również wejściem w dorosłe życie, a jego wyróżnikiem jest uzyskanie takiej pracy, która gwarantuje niezależność finansową (Rożnowski, 2009). Określona długość tranzycji zakończonej powodzeniem to okres sześciu miesięcy po dniu zakończenia formalnej nauki (Muller i Gangl, 2003). Badania dotyczące zjawiska tranzycji miały swój początek w latach 80. XX wieku i skupiały się na absolwentach niższych szczebli kształcenia. Absolwenci szkół wyższych nie stanowili przedmiotu tych badań. Osoby kończące studia wyższe bez przeszkód znajdowały satysfakcjonujące zatrudnienie. W latach 90. XX wieku uważano, że sukcesem zakończone wejście na rynek pracy tej grupy absolwentów zależało od kapitału ludzkiego danej

² Pojęcie tranzycji od dawna stosowane jest w takich naukach jak: biologia, politologia, religia czy techniki cyfrowe.

jednostki, sytuacji na rynku pracy oraz poziomu rozwoju gospodarki, zwłaszcza jej innowacyjności. Obecnie ta sytuacja się zmienia. Przedmiotem wieloaspektowych i pogłębionych badań stała się również transycja tej grupy uczestników rynku pracy (Świątek, 2012; Piróg, 2013b; Piróg, 2014; Krasicka i in., 2014; Wójtowicz, 2014). Grupa ta posiada szereg cech wyróżniających ją wśród pozostałych absolwentów niższych szczebli edukacji³, stąd potrzeba wydzielenia dla niej odrębnego obszaru badań. Powszechne stało się zjawisko łączenia studiowania i pracy, co oznacza wchodzenie na rynek już w czasie trwania nauki, czasami kilkakrotnie. Wzrost dostępności do usług edukacyjnych i upowszechnienie się kształcenia na poziomie wyższym doprowadził paradoksalnie do pogorszenia sytuacji absolwentów. Z jednej strony bogata oferta szkół wyższych pozwala na wybór ciekawych kierunków studiów dla wszystkich chętnych, z drugiej doprowadziła ona w konsekwencji do nadreprezentacji absolwentów szkół wyższych na rynku, dla których nie ma odpowiedniej ilości właściwie dopasowanych ofert pracy. Obecnie wyższe wykształcenie nie gwarantuje znalezienia satysfakcjonującej pracy, a czas jej poszukiwania znacznie się wydłużył. Kapitał ludzki będący uprzednio wyróżnikiem i gwarantem zatrudnienia utracił swoją rolę, stąd poszukuje się innych determinant przyspieszających sprawną transycję.

Zgodnie z podejściem Piróg (2013a) istnieją teorie z zakresu ekonomii, socjologii i psychologii objaśniające w różnym stopniu mechanizm tego procesu. Są one względem siebie komplementarne i nie wyczerpują w pełni poruszanego tematu. Istnieje szereg aspektów mogących dostarczyć dodatkowych informacji wyjaśniających istotę tego zjawiska. W pracy położono nacisk na jeden z nich związany z tzw. postawą przedsiębiorczą lub jej brakiem wśród studentów, przyszłych absolwentów, która w dużym stopniu determinuje ich późniejsze powodzenie na rynku pracy. Obecnie ten aspekt w kontekście procesu transycji nabiera coraz większego znaczenia, szczególnie w sytuacji permanentnej nadreprezentacji absolwentów szkół wyższych na rynku pracy.

Sytuacja osób z wyższym wykształceniem na rynku pracy

Na przestrzeni ostatnich dwóch dekad zmieniło się podejście do kształcenia na poziomie wyższym. Sprzyjała temu ogólna atmosfera ożywienia

³ Na przykład udział w różnego rodzaju aktywnościach, w tym: praktyki, staże, wolontariat, działalność w kołach naukowych i stowarzyszeniach, udział w dodatkowych kursach i szkoleniach itp.

w gospodarce oraz chęć kształcenia się przez młodych ludzi. Patoś wyższego wykształcenia ustąpił nowoczesnemu podejściu opierającemu się na przekonaniu, że wyższe wykształcenie jest gwarantem powodzenia na rynku pracy i w życiu prywatnym. Dynamicznie zaczął się rozwijać rynek usług edukacyjnych, zwłaszcza na poziomie wyższym. Do 2013 roku działało w Polsce 321 niepublicznych uczelni wyższych, co pozwoliło całej rzeszy młodych ludzi zdobywać wyższe wykształcenie poprzez ułatwienie dostępu do tego typu oferty edukacyjnej. Miało to przełożenie na liczbę studentów, która od początku transformacji systemowej z roku na rok systematycznie rosła (GUS, 2013).

Na podstawie danych statystycznych dla ostatnich kilku lat dla rynku pracy można zaobserwować, że współczynnik aktywności zawodowej wśród osób z wyższym wykształceniem w 2015 roku wynosił 80,6% w stosunku do 79,9% w 2013 roku. Wskaźnik zatrudnienia w 2015 roku wynosił 77,3% w stosunku do 75,4% w 2013 roku (GUS, 2015). Oba wyżej wymienione współczynniki wzrosły. W roku 2014 w grupie pięćdziesięciolatków wyższe wykształcenie posiadał co dziesiąty, natomiast w grupie trzydziestolatków już co trzeci. W tymże roku studiowało milion trzysta tysięcy osób w wieku 19-24 lat, liczba ta zmalała z miliona siedmiuset trzydziestu tysięcy w 2010 roku, ale nadal jest wysoka⁴. Wśród osób chcących podjąć pracę po raz pierwszy odsetek poszukujących jej dłużej niż rok wynosił w 2010 roku 36%, a w 2014 roku wzrósł do 48% (Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2015). Zmienia się struktura wykształcenia Polaków. Jest coraz więcej osób z wyższym wykształceniem wchodzących na rynek pracy (GUS, 2015). Utrzymuje się wysoka liczba osób studiujących, co oznacza, że wyróżnik, jakim jest wyższe wykształcenie, nie odgrywa już decydującej roli w procesie poszukiwania zatrudnienia. Na plan pierwszy wysuwają się inne działania, zwłaszcza te związane z umiejętnością pozytywnego wyróżnienia się na tle innych poszukujących pracy.

Postawy przedsiębiorcze studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Obecnie wymagający rynek pracy determinuje indywidualne zachowania studentów, którzy podejmują decyzje i działania związane z wyborem

⁴ Spadek liczby studentów miał związek m.in. ze spadkiem liczby ludności w Polsce. Z danych z *Rocznika demograficznego* wynika, że w 2010 r. liczba ludności wynosiła 38 529 866 osób, a w 2014 r. – 38 478 602 osoby (GUS, 2015).

sposobu kreowania własnej wartości, własnego kapitału ludzkiego. Decyzje te dotyczą zwłaszcza metod zdobywania wiedzy, doświadczenia, wyboru uczelni, kierunku studiów, długości trwania okresu formalnego kształcenia, angażowania się w praktyki, wolontariat, dodatkowe kursy gwarantujące zdobycie nowych umiejętności. Większość biorących udział w badaniu studentów ma tego świadomość. Część z nich w pełni realizuje się, wykorzystując dostępne możliwości. Część jednak nie do końca wierzy w to, że mogą sami w tak dużym stopniu kreować swoją rzeczywistość i podnieść swoją pozycję wyjściową na rynku pracy. Można zdefiniować tzw. przedsiębiorczość studencką jako określony typ zachowania oznaczający, że „ludzie mogą świadomie i w sposób ukierunkowany wpływać na swoją przyszłą sytuację i środowisko społeczne, bardziej tworzyć i zmieniać rzeczywistość, niż ją przewidywać” (Bańka, 2006, s. 217).

Jeden ze współczesnych modeli analizujący proces transycji bazuje na nowej kategorii kapitału. Jest to tzw. kapitał edukacyjny. Zawiera on w sobie szereg komponentów, takich jak: filozofia danej uczelni, jej podejście do sytuacji absolwentów na rynku pracy, wizja wzorca absolwenta, metody współpracy z otoczeniem gospodarczym, sposoby realizacji procesu kształcenia i działalność biur karier, misja uczelni i jej wpływ na postawy studentów, w tym: dążenie do zdobycia wiedzy, dodatkowych umiejętności, kwalifikacji, doświadczenia na rynku pracy oraz zaangażowanie w proces poszukiwania zatrudnienia (Piróg, 2013a). W ten obszar badawczy wpisuje się niniejsze badanie, które w ramach kapitału edukacyjnego analizuje jeden z jego elementów związanych z postawami studentów przygotowujących się do wejścia na rynek pracy.

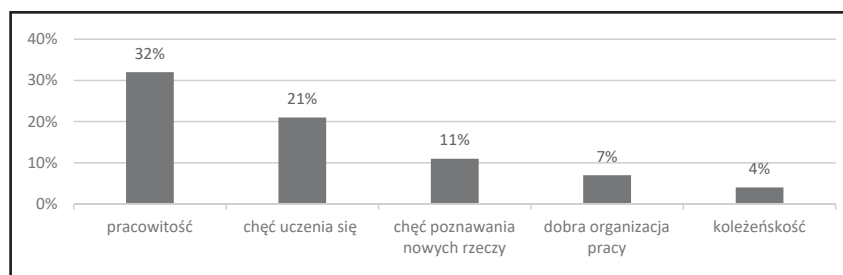
W przeprowadzonych badaniach założono, że istnieje związek pomiędzy osiągnięciem celu, jakim jest sprawne wejście na rynek pracy, a podejmowanymi aktywnościami mającymi ten proces silnie wesprzeć. Zwrócono szczególną uwagę na motywację, sposoby realizacji dodatkowych aktywności, samoocenę badanych oraz ich odczucia i oczekiwania związane z rynkiem pracy. W szczególności skupiono się na tym, skąd płyną impulsy pobudzające do podejmowania aktywności przez studentów, gdzie chcieliby pracować, jakie są, ich zdaniem, główne bariery wejścia na rynek i uruchomienia własnej działalności. Zapytano ich również o plany zawodowe krótko- i długoterminowe. Na koniec sprawdzono ich wiedzę na temat wsparcia, jakie uczelnia oferuje w tym zakresie, i zapytano, czy motywuje ich do działania.

Cel, sprawne wejście na rynek pracy, jest wspólny dla wszystkich uczestników badania, natomiast podejmowane działania są mocno zróżnicowane: zarówno ich charakter, jak i sposób realizacji. Na początek

poproszono badanych studentów o wskazanie trzech cech, które ich najlepiej charakteryzują. Chodziło o to, aby sprawdzić, jakie cechy będą się pojawiły najczęściej i w jakim stopniu będą się one pokrywały ze zbiorem tych, które literatura przedmiotu określa jako cechy człowieka przedsiębiorczego. Do tych cech można zaliczyć następujące: ambicję, aktywność, optymizm, pracowitość, chęć uczenia się i rozwijania, wytrwałość, umiejętność porozumiewania się, umiejętność rozwiązywania konfliktów, umiejętność współpracy w grupie, umiejętność analizowania sytuacji i podejmowania decyzji, wytrwałość, wyobraźnię, elastyczność, skłonność do ryzyka⁵.

Uzyskane odpowiedzi na pytanie pierwsze zamieszczono poniżej na wykresie 1.

Wykres 1. Wskaż trzy cechy najlepiej Cię opisujące



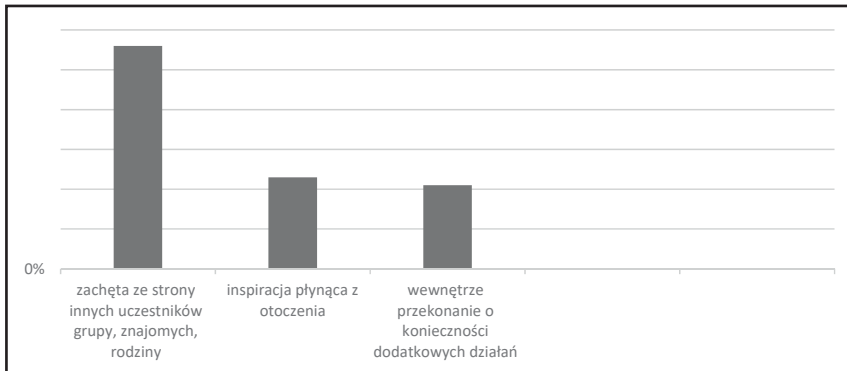
Źródło: opracowanie własne.

Na podstawie otrzymanych odpowiedzi można stwierdzić, że najczęściej pojawiającą się cechą była pracowitość – stanowiła ona 32%, następnie chęć uczenia się – 21% wskazań, chęć poznawania nowych rzeczy – 11%, dalej dobra organizacja pracy – 7% oraz koleżeństwo – 4%. Oprócz tych cech pojawiła się cała paleta innych, mocno zróżnicowanych. Wśród nich najczęściej występowały: punktualność, obowiązkowość, lojalność, chęć współpracy z innymi, kreatywność, wytrzymałość na stres, ciekawość nowych ludzi, podzielność uwagi, pogoda ducha i ambicja. Biorąc pod uwagę otrzymane wyniki, można stwierdzić, że zbiór utworzonych cech, które najczęściej pojawiały się w odpowiedziach, pokrywa się tylko w niewielkim stopniu z cechami człowieka przedsiębiorczego. Są to chęć uczenia się oraz pracowitość.

⁵ Wybór cech na podstawie Gibała, 2006, s. 146 oraz Wójtowicz, 2014, s. 337.

Drugie pytanie związane było ze wskazaniem motywacji podejmowania dodatkowych aktywności. W tym przypadku pytanie było zamknięte i dotyczyło wyboru pomiędzy wybranymi opcjami. Otrzymane odpowiedzi zamieszczono poniżej na wykresie 2.

Wykres 2. Motywy podejmowania dodatkowych aktywności

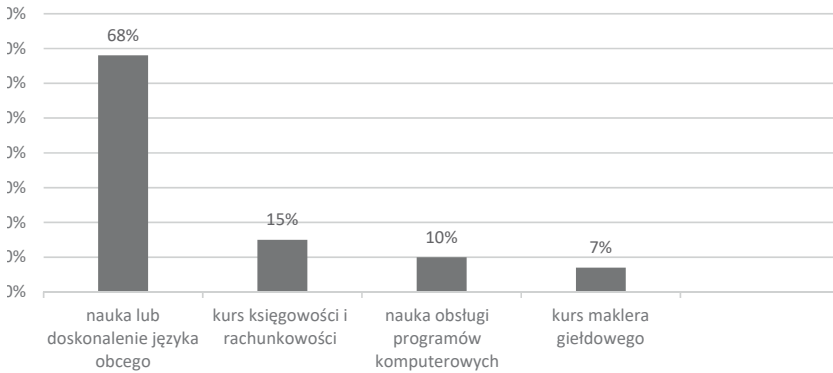


Źródło: opracowanie własne.

18% uczestników z badanej grupy zadeklarowało, że nic nie robi dodatkowo, ale może w przyszłości podjąć jakieś kroki w tym kierunku. Pozostali badani podejmowali różne aktywności, a swoją motywację wiązali w pierwszej kolejności z zachętą ze strony kolegów ze studiów, znajomych oraz rodziny. Tej motywacji dotyczyło 56% odpowiedzi. 23% dotyczyło inspiracji płynącej z otoczenia. Tylko 21% wskazało, że motywacja do działania pochodzi z wewnętrznego przekonania o konieczności robienia czegoś dodatkowo.

Pytanie trzecie dotyczyło rodzaju podejmowanej działalności. Było to pytanie otwarte, aby nie zawężać z góry możliwych odpowiedzi. Uzyskane wskazania zaprezentowano na wykresie 3.

Wykres 3. Jaka dodatkową aktywność podjąłeś w czasie studiowania?



Źródło: opracowanie własne.

Najczęściej pojawiały się odpowiedzi związane z nauką lub doskonaleniem języka obcego. Tego dotyczyło 68% odpowiedzi. Zdecydowana większość uczyła się samodzielnie lub z wykorzystaniem bezpłatnych kursów internetowych. Osoby, które uczyły się języków mniej popularnych, tj. szwedzkiego, japońskiego, holenderskiego, uczęszczały na odpłatne zajęcia zorganizowane. 15% odpowiedzi dotyczyło nauki zasad rachunkowości lub księgowości również na płatnych kursach. 10% odpowiedzi związane było z nauką obsługi programów komputerowych. 7% odpowiedzi dotyczyło realizacji kursu na maklera giełdowego, być może taka aktywność wynika z kierunku studiów. Pojedyncze odpowiedzi dotyczyły udziału w kursie kucharskim, szycia, wizażu, na przewodnika turystycznego, na operatora wózka widłowego, na trenera tenisa ziemnego, na zawodowego kierowcę oraz na ratownika medycznego. Nie podano żadnych przykładów związanych z podejmowaniem własnej działalności gospodarczej, natomiast pojawiła się, w trzech przypadkach, aktywność związana z pracą w firmie rodzinnej.

Czwarte pytanie związane było z planami dotyczącymi przyszłego zatrudnienia. Ważnym kryterium w tym pytaniu okazał się czas, względem którego badani studenci często różnicowali swoje odpowiedzi. Zdecydowana większość chciałaby pracować w dużym mieście. Takiej odpowiedzi udzieliło ponad 80% badanych. Pozostała część, ok. 12%, planuje związać się z mniejszym miastem, a dla 7% badanych miejsce pracy nie ma znaczenia. Badani wiążą swoją przyszłość, w większości przypadków w krótkim okresie, z pracą w korporacji. Po okresie kilku lat planują „otworzyć coś swojego” lub przejść do mniejszej firmy. Od pracy w korporacji oczekują zdobycia

doświadczenia i nauczenia się, jak funkcjonuje w różnych obszarach duża firma. Liczą się z pracą w stresie i dlatego planują pracę w korporacji tylko przez kilka pierwszych lat. Tak zadeklarowało 59% ankietowanych. Na pracę w administracji liczy 13%, na zatrudnienie w małej firmie lub rodzinnej firmie – 17%, pozostałe 11% planuje pracować na własny rachunek lub założyć własną firmę, przy czym ta ostatnia możliwość bliska była tylko 4% badanych, co ciekawe znaleźli się wśród nich obcokrajowcy.

Pytanie piąte dotyczyło prowadzenia własnej działalności. Zapytano studentów, jakie widzą główne zalety tego typu pracy. 11% badanych nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie. Najczęściej udzielane odpowiedzi były natomiast mocno zróżnicowane. Wśród tych, które padały najczęściej, były: elastyczne godziny pracy (23%), możliwość samodzielnego decydowania o swoich obowiązkach (19%), brak szefa (13%), praca z domu (10%), niezależność (9%), urlop w dowolnej chwili (7%), praca zgodna z zainteresowaniami (7%), możliwości szybkiego wzbogacenia się (4%).

Pytanie szóste związane było z koniecznością wskazania przez ankietowanych, jakie ich zdaniem mogą być główne bariery wejścia na rynek z własną działalnością. W pierwszej kolejności wskazano na brak pomysłu na własną działalność (36%), następnie na brak wystarczających środków finansowych na uruchomienie działalności (31%), dalej na obawę przed niepowodzeniem (16%) oraz na brak informacji, jak to zrobić (10%). Pojawiły się też odpowiedzi dotyczące niechęci do ponoszenia ryzyka i brania odpowiedzialności, zwłaszcza finansowej, za siebie i innych. Ankietowani w odpowiedziach na to pytanie dość trafnie wskazali główne bariery własnej działalności gospodarczej.

W pytaniu ostatnim zapytano studentów o to, czy wiedzą, w jaki sposób uczelnia wspiera wejście absolwentów na rynek pracy. Niestety zdecydowana większość nie była zorientowana. Tylko 37% badanych udzieliło odpowiedzi twierdzącej i podawano tylko jeden sposób – targi pracy organizowane na terenie uczelni.

Pytanie to pozwoliło się zorientować, że badani studenci nie wiedzą, że mogą korzystać – i w konsekwencji nie korzystają – ze wsparcia, jakie oferuje uczelnia w procesie wejścia na rynek pracy.

Wyniki badań

Na podstawie przeprowadzonych badań można sformułować wnioski szczegółowe odnoszące się do ankietowanych studentów II roku pierwszego stopnia analityki gospodarczej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Są one następujące.

1. Badani studenci byli w stanie wskazać swoje mocne strony/cechy, które ich charakteryzują, ale tylko w niewielkim stopniu są to typowe cechy człowieka przedsiębiorczego. Deklarują głównie pracowitość i chęć uczenia się.
2. Motywacja do podejmowania dodatkowych aktywności miała swoje główne źródło w otoczeniu zewnętrznym. Inspiracja płynęła ze strony grupy rówieśniczej, znajomych i rodziny, nie zaś z wewnętrznego przekonania badanych. Część osób biorących udział w badaniu wyraziła zdziwienie koniecznością czy też potrzebą robienia czegokolwiek dodatkowo poza studiowaniem.
3. Zasadniczo podejmowane dodatkowe aktywności związane były głównie z nauką lub doskonaleniem języka obcego, programów komputerowych lub nauką od podstaw księgowości czy rachunkowości oraz kursem maklera giełdowego.
4. Zdecydowana większość badanych studentów deklarowała chęć pracy po studiach w korporacji, a później w mniejszej firmie lub na własny rachunek. Pozostali preferowali pracę w administracji publicznej lub małej albo rodzinnej firmie. Zaledwie kilka osób wspominało o otwarciu własnej działalności, z czego tylko dwie miały pomysł, z czym mogłaby być ona związana.
5. Badani byli w stanie wskazać, jakie są zalety prowadzenia własnej działalności, jednak udzielone odpowiedzi w większości przypadków były intuicyjne i życzeniowe. Ta forma zatrudnienia nie wzbudziła zainteresowania, poza nielicznymi wyjątkami.
6. Ankietowani dość trafnie potrafili wskazać bariery wejścia na rynek z własną działalnością, podając jako główne przeszkody brak pomysłu oraz środków finansowych.
7. Wiedzę na temat, jakie wsparcie oferuje uczelnia w procesie wejścia na rynek pracy, zadeklarowała zdecydowana mniejszość badanych studentów. Wskazała ona tylko na jeden ze sposobów wsparcia – targi pracy. Może być to zrozumiałe, gdyż akurat ta forma wsparcia jest dość mocno rozreklamowana, zwłaszcza przy użyciu bilbordów rozwieszonych na terenie uczelni.

U podstaw przeprowadzonego badania leżało założenie o istnieniu postawy przedsiębiorczej u studentów, rozwiniętej w różnym stopniu, jednak uzyskane wyniki badań nie pozwalają na utrzymanie w pełni tego założenia. Można zaobserwować elementy pojawiającej się przedsiębiorczości w niektórych deklarowanych cechach i podejmowanych przez studentów aktywnościach, lecz są to zachowania obserwowane tylko u niektórych uczestników badania. Nieuprawomocnione jest na tej podstawie formułowanie wniosków dla całej badanej grupy. Można natomiast podjąć

próbę wskazania głównej bariery budowania postawy przedsiębiorczej wśród badanych. Otrzymane wyniki badania można powiązać z faktem, że ta grupa studentów nie miała zajęć związanych z przedsiębiorczością w czasie trwania nauki na uczelni, czyli przez ok. 1,5 roku. Należy również nadmienić, że zajęcia o tej tematyce nie są przewidziane dla tego kierunku na pierwszym stopniu kształcenia. Uczelnia nie inspiruje tej grupy studentów ofertą dydaktyczną w zakresie przedsiębiorczości, a szansa na budowanie postawy przedsiębiorczej ogranicza się do osób mających ku temu naturalne predyspozycje i mocną wewnętrzną motywację.

Wnioski

W pracy wspomniano o czterech ścieżkach edukacji w zakresie przedsiębiorczości. Bazując na tym podziale, można stwierdzić, że ścieżka nieformalna towarzyszy badanej grupie w sposób ciągły, poprzez przebywanie w środowisku, w którym jej członkowie żyją, kształcą się i nawiązują relacje. Ścieżka samokształcenia w dużej mierze opiera się na wykorzystaniu Internetu, zwłaszcza do komunikacji, rozrywki i rozwijania zainteresowań. Trudno jest określić, jak dużą rolę odgrywa to narzędzie w kreowaniu postawy przedsiębiorczej. W badanej grupie najważniejszą rolę w kreowaniu postawy przedsiębiorczej odgrywa ścieżka pozaformalna. Zdecydowana większość uczestników badania powołuje się na uczestnictwo w dodatkowych kursach, szkoleniach, warsztatach oraz kołach zainteresowań. Wszystkie podejmowane przez studentów dodatkowe aktywności w trakcie procesu kształcenia wynikają z potrzeby oraz przekonania o konieczności lepszego przygotowania się do wejścia na trudny i wymagający współczesny rynek pracy, co potwierdza postawioną w pracy pierwszą hipotezę.

Studenci, obserwując trendy na rynku pracy, a zwłaszcza schematy zachowań swoich starszych kolegów, wpisują się w model współczesnego studenta, który kształci się, zdobywa doświadczenie zawodowe, pracując w czasie studiów, oraz uczestniczy w szeregu różnotematycznych kursów i szkoleń. Widać wyraźnie, że wzorzec studenta na przestrzeni ostatnich dwóch dekad się zmienił. Skoro zdecydowana większość studentów postępuje zgodnie z nowym modelem, to rezultatem wyżej wymienionych działań jest wejście na rynek pracy absolwentów, którzy są do siebie podobni pod względem wykształcenia, bo legitymują się wyższym, mieli kontakt na studiach z pracą zawodową i posiadają szereg dodatkowych umiejętności twardych i miękkich, które mogą pomóc znaleźć pracę i pomyślnie zakończyć proces tranzykcji. Wszystkie wspomniane

aktywności kształtują kapitał edukacyjny, w tym postawę przedsiębiorczą, która wspiera proces transzycji, jednak nie gwarantuje, że zakończy się on sukcesem, co potwierdza drugą hipotezę badawczą postawioną w pracy.

Obecnie sprawne wejście na rynek pracy absolwentów uczelni wyższych nie zależy tylko i wyłącznie od ich postaw, zachowań i podejmowanych aktywności. Na podstawie badań prowadzonych dla tej grupy uczestników rynku można stwierdzić, że problem jest o wiele bardziej złożony (Turska, 2013). Zasadniczo studenci wykorzystują wszelkie możliwe sposoby, aby przygotować się jak najlepiej do procesu transzycji. Ich zaangażowanie i skala podejmowanych aktywności zależą od indywidualnych motywacji i preferencji. Można stwierdzić, że ich aktywność w tym zakresie jest duża, niemniej jednak nie mają oni wpływu na zachowania pracodawców oraz mechanizmy rynkowe, której w dużej mierze są odpowiedzialne za sprawny przebieg procesu transzycji.

BIBLIOGRAFIA

- Allen, J., Valden Van der, R. (2007). *Transitions from Higher Education*. W: U. Teichler (red.), *Careers of University Graduates. Views and expertise in comparative perspectives*. Dordrecht: Springer, 56-77.
- Bańka, A. (2006). *Poradnictwo transnarodowe. Cele i metody międzykulturowego doradztwa karier*. Warszawa: Ministerstwo pracy i Polityki Społecznej.
- Gibała, J.F. (2005). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych uczniów. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 146-152.
- GUS. (2013). *Szkoły wyższe w roku szkolnym 2012/13*. Warszawa.
- GUS. (2015). *Kwartalna informacja o rynku pracy*. Warszawa.
- GUS. (2015). *Rocznik demograficzny 2015*. Warszawa.
- Kokocińska, M., Nowak, H. (2014). *Edukacja w zakresie przedsiębiorczości. Doświadczenia Polski i Hiszpanii*. Warszawa: Difin.
- Krasicka, T., Głód, G., Ludvik L. i Peterkova J. (2014). Uwarunkowania intencji przedsiębiorczych studentów uczelni ekonomicznych Polski i Czech. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 316-331.
- Marszałek, A. (2012). Analiza postaw przedsiębiorczych wśród studentów. *E-mentor*, 3/45. Uzyskano z: www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/45/id/932 (dostęp: 11.02.2016).
- Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju Departament Europejskiego Funduszu Społecznego. (2013). *Umiejętności i kompetencje w zakresie przedsiębiorczości*. Warszawa.
- Muller, W., Gangl, M. (2003). *The Transition from School to Work: a European Perspective*. W: W. Muller, M. Gangl (eds.), *Transition from Education to Work in Europe*. Oxford: Oxford University Press, 1-22.
- Piróg, D. (2013a). Wybrane teorie przechodzenia absolwentów szkół wyższych na rynek pracy w warunkach gospodarki opartej na wiedzy. *Prace Komisji*

- Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 23. Kraków: Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie – Instytut Geografii.
- Piróg, D. (2013b). Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 302-316.
- Piróg, D., 2014. Uwarunkowania przedsiębiorczości absolwentów szkół wyższych: założenia teoretyczne i stan rzeczywisty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 306-315.
- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. (2015). *Polski rynek pracy – aktywność zawodowa i struktura wykształcenia*. W: *Bilans Kapitału Ludzkiego. Edukacja a rynek pracy*, tom III. Warszawa.
- Rożnowski, B. (2009). *Przechodzenie młodzieży z systemu edukacji na rynek pracy w Polsce. Analiza kluczowych pojęć dotyczących rynku pracy u młodzieży*. Lublin: KUL.
- Strojny, J. (2007). *Kształtowanie postawy przedsiębiorczej – proces socjalizacji i autokreacji*. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Świątek, A. (2012). Oczekiwania a realia wejścia młodych na rynek pracy jako wyzwanie dla edukacji z przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczości – Edukacja*, 8, 137-154.
- Turska, E. (2013). *Kryzys wejścia na rynek pracy a przedsiębiorczość studencka*. W: Z. Ratajczak (red.), *Przedsiębiorczość na czas kryzysu. Szkice psychologiczne*. Warszawa: Difin.
- Wójtowicz, B. (2014). Postawy i umiejętności interpersonalne studentów wobec roli przedsiębiorczości w warunkach gospodarki rynkowej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 333-345.