



## ***Edukacja przedsiębiorczości – analiza tendencji, metod i narzędzi w zakresie nauczania przedsiębiorczości w środowisku akademickim<sup>1</sup>***

DOI: 10.17399/HW.2016.153403

### **STRESZCZENIE**

---

**CEL NAUKOWY:** Celem artykułu jest prezentacja wyników analizy tendencji, metod i narzędzi w zakresie nauczania przedsiębiorczości w środowisku akademickim.

**PROBLEM I METODY BADAWCZE:** Podstawowym problemem publikacji jest ilościowa i jakościowa analiza trendów oraz preferowanych przez studentów metod i narzędzi wykorzystywanych w zakresie edukacji przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym. W artykule posłużono się analizą dostępnej literatury przedmiotu, jak również wynikami badań empirycznych pozyskanymi przy wykorzystaniu kwestionariusza ankietowego.

**PROCES WYWODU:** Artykuł składa się z trzech zasadniczych części. Pierwsza część odnosi się do problematyki edukacji przedsiębiorczości i jej znaczenia we współczesnych uwarunkowaniach oraz do pojawiających się trendów co do stosowania określonych metod i narzędzi. Część druga odnosi się do prezentacji wyników badań w podjętym temacie. Całość zamykają wnioski badawcze.

**WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ:** W literaturze przedmiotu problem edukacji przedsiębiorczości jest relatywnie często poruszany, a podejmowane badania odnoszą się do wielu obszarów, między innymi do roli przedsiębiorczości we współczesnym świecie, celów edukacji przedsiębiorczości, dydaktyki nauczania, kształcenia zachowań przedsiębiorczych na różnych szczeblach edukacji.

---

<sup>1</sup> Artykuł powstał w ramach projektu badawczego nr 067/WE-KPI/03/2016/S/6067 pt. „Edukacja dla przedsiębiorczości wobec wyzwań współczesności” sfinansowanego ze środków przyznanych Wydziałowi Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

**WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE:** W toku realizacji badań ankietowych ustalono, że studenci uważają przedsiębiorczość za przedmiot potrzebny na studiach. Dodatkowo młodzież potrzebuje konfrontacji z praktyką, co może oznaczać włączenie przedsiębiorców w proces dydaktyczny. Studenci wykazują również potrzebę rozwijania zachowań przedsiębiorczych, prezentując jednocześnie przeciętny poziom zaangażowania w dodatkowe aktywności, wymagające inicjatywy, nakładu pracy i czasu.

---

---

→ **SŁOWA KLUCZOWE: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, EDUKACJA, EDUKACJA  
W ZAKRESIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, SZKOLNICTWO  
WYŻSZE**

## **ABSTRACT**

---

*Entrepreneurship education – the analysis of trends, methods and tools used in entrepreneurship education in the academic environment*

**RESEARCH OBJECTIVE:** This article aims at analysing trends, methods and tools used in entrepreneurship education in the academic environment.

---

---

**THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS:** The main research problem described in the article is the quantitative and qualitative analysis of trends and students' preferences with regards to the methods and tools used in entrepreneurship education in higher education. The article reviews subject literature and analyses the results of an empirical study based on a survey questionnaire.

---

---

**THE PROCESS OF ARGUMENTATION:** The article consists of three main parts. The first part refers to the issue of entrepreneurship education and its importance in modern conditions and to emerging trends regarding the use of specific methods and tools. The second contains the presentation of the results of obtained in the study, while the third part presents the conclusions.

---

---

**RESEARCH RESULTS:** Relevant subject literature often addresses the problem of entrepreneurship education, and the studies in this area cover many specific aspects, including the role of entrepreneurship in the modern world, the objectives of entrepreneurship education, teaching curriculum, and developing entrepreneurial behavior at different levels of education.

---

---

**CONCLUSIONS, INNOVATIONS AND RECOMMENDATIONS:** The analysis of the survey revealed that students consider entrepreneurship as a necessary course in their university education. In addition, young people need confrontation with practice, which could be achieved by inviting entrepreneurs to the teaching process. Students also expressed the need to develop entrepreneurial behaviour,

demonstrating at the same time the average level of involvement in additional activities requiring initiative, additional work and time.

---

→ **KEYWORDS: ENTREPRENEURSHIP, EDUCATION, ENTREPRENEURSHIP EDUCATION, UNIVERSITY EDUCATION**

## Wstęp

Edukacja przedsiębiorczości na świecie odgrywa coraz większą rolę, o czym świadczą liczne badania, jak również ilość szkół na różnych szczeblach edukacji i o różnych profilach wprowadzających w programy nauczania treści z zakresu przedsiębiorczości (Rachwał, Kurek i Boguś, 2016). Dzieje się tak ze względu na wysoką dynamikę zmian otoczenia i kształcenie młodzieży do funkcjonowania w przyszłości w warunkach trudnych do przewidzenia w czasach teraźniejszych. Problematyka przedsiębiorczości, zwracając uwagę na umiejętność wykorzystywania szans, jakie niesie otoczenie w związku z występującymi w nim zmianami, realizację przedsięwzięć na wyższym poziomie efektywności w warunkach skalkulowanego i akceptowalnego ryzyka, budowanie postaw i zachowań przedsiębiorczych, stanowi odpowiedź na wyzwania współczesnego świata.

W centrum zainteresowania staje problem skutecznej i efektywnej edukacji przedsiębiorczości poprzez właściwy dobór oferty dydaktycznej, stosowanych metod i wykorzystywanych narzędzi w procesie edukacyjnym, szczególnie w obliczu nowego pokolenia młodzieży, jakim jest pokolenie Y – pokolenie wychowane we wszechobecnej technologii komunikacyjno-informacyjnej (telefony komórkowe, Internet, komunikatory, aplikacje).

Celem artykułu jest prezentacja wyników analizy tendencji, metod i narzędzi w zakresie nauczania przedsiębiorczości w środowisku akademickim. Dla potrzeb realizacji badań wykorzystano dostępną literaturę przedmiotu oraz badania empiryczne obejmujące ankietę przeprowadzoną wśród studentów pierwszego roku Wydziału Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Analiza danych empirycznych może stanowić podstawę dostosowania procesu edukacji przedsiębiorczości do oczekiwań młodzieży na poziomie szkolnictwa wyższego.

## Edukacja przedsiębiorczości: rola, metody, narzędzia – przegląd literatury

Edukacja przedsiębiorczości w świecie charakteryzującym się dużą dynamiką zmian staje się bezsprzecznie jednym z najważniejszych elementów pozwalających na sprostanie pojawiającym się wyzwaniom współczesności. Przedsiębiorczość bowiem pojmowana jest jako specyficzna cecha, wyzwalająca pewien specyficzny sposób działania, który pozwala na efektywną realizację przedsięwzięć (Kosała, 2014). Wyjątkowość ta polega na skutecznym podejmowaniu aktywności nawet w warunkach obarczonych wysokim ryzykiem wynikającym z niepewności, umiejętności minimalizowania tego ryzyka i osiągnięciu rezultatów na wyższym poziomie efektywności.

W literaturze przedmiotu przedsiębiorczość rozpatrywana jest w wymiarze zjawiska ekonomicznego, społecznego oraz w zakresie zarządzania (Glinka i Gudkova, 2011), a definicje przedsiębiorczości odnoszą się do (Piasecki, 1997; Wach, 2013; Wach, 2014b) funkcji działań przedsiębiorczych w gospodarce (np. Cantillon, Say, Schumpeter), cech osobowych przedsiębiorców i specyficznego sposobu zarządzania (funkcji menedżerskich). Przedsiębiorczość zatem to dziedzina nauki uwzględniająca rolę przedsiębiorcy (osoby prowadzącej działalność gospodarczą), charakteryzującego się pewnymi cechami osobowymi (inicjatywa, zdolność podejmowania decyzji, umiejętność rozwiązywania problemów, umiarkowana skłonność do ryzyka, elastyczność, wyobraźnia, pomysłowość, kreatywność, umiejętność przewidywania, niezależność, pozytywne nastawienie do krytyki, optymizm, potrzeba osiągnięć, wytrwałość, optymizm, spostrzegawczość, przywództwo, komunikatywność) (Gibb, 1990; Piasecki, 1997; Drucker, 1992; Domurat, 2011; Kosała, 2014), realizującego przedsięwzięcia (specyficzny sposób zarządzania, ukierunkowany na podejmowanie szans rynkowych i wprowadzanie innowacji) w przedsiębiorstwie (Kosała, 2014). Jak łatwo wywnioskować, przedsiębiorczość staje się zatem pożądaną postawą w społeczeństwie, powstaje jednak pytanie, czy można się jej nauczyć i jak ją kształtować?

Początkowo dominowały poglądy, iż cechy przedsiębiorcze czy skłonność do bycia przedsiębiorczym uwarunkowane są genetycznie, jednakże od początku lat 80. XX wieku poglądy te zostały obalone. Jednym z pierwszych badaczy, który odniósł się do możliwości skutecznej edukacji w zakresie przedsiębiorczości, był Albert Shapero. Stwierdził on, że

Przedsiębiorcy nie rodzą się, tylko się nimi stają (...). Odkryte cechy wyróżniające przedsiębiorców od innych nie są określone genetycznie lub

utrwalone na zawsze we wczesnym dzieciństwie. Nabiera się ich dzięki doświadczeniom. Są one szczęśliwie wpajane w trakcie edukacji i są sprawą osobistego wyboru i decyzji (za: Piasecki, 1997, s. 36).

Poglądy dotyczące możliwości edukacyjnej przedsiębiorczości zyskiwały na znaczeniu, jak chociażby poprzez stwierdzenia Shefskiego (1994, s. 191):

Możesz zostać przedsiębiorcą niezależnie od twojego współczynnika inteligencji, wzoru genetycznego, fizycznych możliwości lub ich braku, kolejności w jakiej przyszedłeś na świat, lub płci. Przedsiębiorcy to niewątpliwie specjalnego rodzaju ludzie, lecz zanim stali się nimi byli zwykłymi ludźmi. (...) Przedsiębiorcą się zostaje, a nie rodzi. Wszystko, czego ci trzeba, to pragnienie i gotowość do nauki (za: Piasecki, 1997, s. 37).

Również Peter Drucker, uznany autorytet w zakresie przedsiębiorczości, zwraca uwagę na to, iż przedsiębiorczość, jest raczej pracą wymagającą wiedzy, pilności, wytrwałości i zaangażowania, a jeśli zabraknie któregoś z tych elementów, to nie wystarczy żaden talent czy pomysłowość. Przedsiębiorczość jest powiązana z pewnymi cechami i zachowaniami (Targalski, Kosała i Pichur, 2008), które można kształtować, ale istota przedsiębiorczości polega nie na ryzyku, lecz na okazji (Drucker, 1992). Wyjaśnienia względem zachowań przedsiębiorczych dostarcza również teoria planowanego zachowania Ajzena (1991), zgodnie z którą intencje zachowania zależą od postawy wobec zachowania, subiektywnych norm oraz spostrzegania kontroli zachowania; im silniejsza intencja, tym silniejszy wpływ na zaangażowanie się w działanie (Wach i Wojciechowski, 2016; Rachwał i Wach, 2016; Rantanen, Pawlak i Toikko, 2015).

Wymogi współczesnego świata w połączeniu z poglądami, że przedsiębiorczości można się nauczyć, wpłynęły na wzrost zainteresowania tym obszarem w edukacji. Przykładowo w 1970 roku w USA 16 ośrodków akademickich prowadziło zajęcia z zakresu przedsiębiorczości, natomiast w 2005 roku było to ponad 1600 uczelni wyższych, wśród których znajdowały się nie tylko szkoły biznesu, ale także uczelnie techniczne czy rolnicze (Cieślik, Matusiak, Guliński i Skala-Poźniak, 2011). Trend ten nie powinien w żadnej mierze dziwić, gdyż wszechobecna i intensywna zmienność otoczenia powoduje, że ucząc w czasie bieżącym młodzież, staramy się ją przystosować do funkcjonowania w przyszłości, która staje się coraz trudniejsza do przewidzenia, do wykonywania zawodów czy posługiwania się narzędziami, które z dużym prawdopodobieństwem jeszcze nie istnieją. Edukacja zatem powinna przygotować do funkcjonowania w nieznanej, trudno przewidywalnej przyszłości.

Przedsiębiorczość staje się niejako odpowiedzią na wyzwania współczesnego świata. Poprzez kreowanie określonych postaw charakteryzujących się m.in. umiejętnością podejmowania inicjatywy, aktywnością, kreatywnością, pomysłowością, umiejętnością funkcjonowania w warunkach obarczonych dużym stopniem niepewności i akceptacją ryzyka pozwala na lepsze przygotowanie młodzieży do funkcjonowania w życiu dorosłym, odnalezienie się w nowo pojawiających się warunkach społeczno-gospodarczych i łatwiejszą akceptacją zmian. W ostateczności przedsiębiorczość przygotowuje również do zwiększania własnej niezależności poprzez elastyczne kształtowanie swojej kariery czy też przygotowanie do założenia i prowadzenia własnej firmy (Kosała i Pichur, 2008).

Edukacja dla przedsiębiorczości postrzegana jest jako główne wyzwanie dla współczesnej edukacji (Wach, 2014a), a kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży ważnym zagadnieniem na wszystkich szczeblach edukacji (Kurek i Rachwał, 2010; Rachwał, 2006; Wach, 2007). Kształtowanie podstaw przedsiębiorczych jest procesem złożonym i kompleksowym, bazującym na edukacji na rzecz przedsiębiorczości, pobudzającej przedsiębiorcze intencje i promującej pożądane normy społeczne (Moreno i Wach, 2014). Problematyka badawcza w zakresie edukacji przedsiębiorczości jest często podejmowana m.in. w zakresie: roli przedsiębiorczości w rozwoju gospodarczym i społecznym, zachowań młodzieży na rynku pracy, określania celów edukacji przedsiębiorczości oraz treści przedmiotowych przedsiębiorczości, dydaktyki nauczania, kształcenia postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej, kształcenia przedsiębiorczości na poziomie akademickim (Ziolo, 2012).

Podjmując rozważania nad zagadnieniem edukacji w zakresie przedsiębiorczości, warto zwrócić uwagę na nową generację młodzieży, która podlega procesowi edukacji. Mowa tu o pokoleniu Y, które zostało wychowane w warunkach wszechobecnej informatyzacji, a tym samym powszechnego dostępu do wiedzy. Wynikiem tego staje się zjawisko konektywizmu, w którym nadrzędne jest narzędzie pozyskiwania wiedzy, umiejętność jej przetwarzania i wykorzystywania. Na plan dalszy schodzi natomiast konieczność przyswajania i utrwalania wiedzy, jak bywało 20 lat temu i wcześniej. Można dyskutować, czy jest to zjawisko pozytywne, czy wręcz przeciwnie, i jakie przyniesie skutki długofalowe, jednakże w tym momencie, uwzględniając występujące zmiany i trendy, należy dostosować model edukacji do nowych warunków.

Interesującym zagadnieniem badawczym i jednocześnie wyzwaniem w edukacji przedsiębiorczości staje się identyfikacja oczekiwań młodzieży co do treści, wykorzystywanych metod i narzędzi.

Wśród metod i narzędzi dydaktycznych stosowanych w nauczaniu przedsiębiorczości można wyróżnić kilka trendów (Cieślak, Matusiak, Gułiński i Skala-Poźniak, 2011):

- metoda dwuścieżkowa – aspekty uruchomienia i prowadzenia nowego biznesu dyskutowane są przez studentów na warsztatach pod kierunkiem wykładowcy, studenci przygotowują własne projekty biznesowe, kontaktując się między sobą w przerwach między warsztatami, zajęcia nie mają na celu uruchomienia działalności;
- podejście holistyczne – dyskusja nad możliwością powodzenia przedsięwzięcia, analiza związków przyczynowo-skutkowych, analiza sytuacji i podejmowania decyzji, określana jako przedsiębiorczy styl zarządzania;
- zintegrowany pakiet narzędzi i metod – wykorzystywanie zróżnicowanych narzędzi dydaktycznych, publikacji, portali internetowych z materiałami dedykowanymi zarówno studentom, jak i wykładowcom (wskazówki metodyczne, proponowane narzędzia), materiałów zamieszczanych przez prowadzących w formie elektronicznej;
- wykorzystanie Internetu – narzędzia e-learningowe, platformy edukacyjne wykorzystujące technologie sieciowe (komunikatory internetowe)<sup>2</sup>;
- włączenie praktyków do dydaktyki – gościnne wykłady przedsiębiorców dzielących się własnymi doświadczeniami i odpowiadającymi na pytania studentów – członkowie zespołów dydaktycznych (jako pragmatycy) lub też pracujący w pełnym wymiarze jako przedsiębiorcy-rezydenci, których rolą jest uczestnictwo w warsztatach i indywidualna konsultacja projektów biznesowych;
- powiązanie edukacji z preinkubacją i inkubacją studenckiej przedsiębiorczości – rozszerzenie zakresu działalności jednostek dydaktycznych i przechodzenie od formuły katedry do Centrum Przedsiębiorczości i Innowacji.

## Metodyka badań

Badania przeprowadzono w maju 2016 roku. Obejmowały one grupę studentów pierwszego roku studiów licencjackich kierunku ekonomia na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu

---

<sup>2</sup> Doskonałym przykładem zastosowania w praktyce takich metod i narzędzi w edukacji przedsiębiorczości jest zrealizowany pilotażowy program Małopolskiej Chmury Edukacyjnej, w której również znalazł się panel „Przedsiębiorczość” – więcej: Buła, Kosala i Guja, 2015, s. 25-32.



Ekonomicznego w Krakowie. Przekazano łącznie 140 ankiet, z czego uzyskano zwrot 102, w tym 99 klasyfikowało się do dalszej analizy. Badania przeprowadzono metodą ankietową przy wykorzystaniu kwestionariusza ankietowego. Ankieta składała się zarówno z pytań zamkniętych, jak i otwartych. W niektórych pytaniach wykorzystano skalę punktową 1-5 (Liekerta) pozwalającą na ocenę wagi danego stwierdzenia w odczuciu respondentów, w której 1 oznaczało w bardzo małym stopniu, a 5 w bardzo dużym stopniu utożsamianie się z danym stwierdzeniem.

Przeprowadzone badania miały na celu analizę oczekiwań studentów w zakresie potrzeby edukacji przedsiębiorczości, preferowanych form organizacji zajęć, wykorzystywanych metod i technik w ramach przedmiotu przedsiębiorczość, jak również gotowość do zaangażowania się w zajęcia. Wyniki badań empirycznych mogą stanowić podstawę działań podejmowanych w zakresie dostosowania oferty edukacyjnej na poziomie szkolnictwa wyższego.

## Charakterystyka próby badawczej

Grupa badawcza obejmowała studentów I roku studiów licencjackich kierunku ekonomia na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Badani studenci nie mieli jeszcze przedmiotu z zakresu przedsiębiorczości na studiach, gdyż pojawia się on na trzecim semestrze. Warto jednak podkreślić, że wszyscy badani uczestniczyli w zajęciach z przedsiębiorczości w szkole średniej. Na tej podstawie można założyć, że zagadnienie przedsiębiorczości nie jest respondentom obce i mogą oni mieć swoją wizję w zakresie jej edukacji.

Wśród badanych 52 osoby to kobiety, a 47 mężczyźni, co stanowiło odpowiednio 52,5% i 47,5%, w wieku od 18 do 23 lat, z czego najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 19 lat – 29,3% oraz 20 lat – 49,5%, co stanowiło łącznie 79,8%. W zdecydowanej przewadze grupa była reprezentowana przez osoby, które ukończyły szkoły średnie, w swoim profilu miały rozszerzenie matematyczne – 46%, drugą z kolei grupą byli absolwenci profili ogólnokształcących – 32%. Profil humanistyczno-językowy ukończyło 11% badanych. Pozostali respondenci ukończyli: szkoły o charakterze technicznym – 5%, ekonomicznym – 3% oraz o profilu biologiczno-chemicznym lub biologiczno-geograficznym – 3%. Zdecydowana większość badanych (72,6%) ukończyła szkołę średnią z oceną końcową powyżej 4, w tym ocenę powyżej 5 uzyskało 4,2%.



Badani reprezentowali różnorodnej wielkości miejscowości. Ze wsi, podobnie jak z miast poniżej 20 tys. mieszkańców, pochodziło po 22,5% badanych, z miast liczących 20-100 tys. mieszkańców – 20,4%, z miast liczących 100-200 tys. mieszkańców – 7,1%, z miast liczących 200-500 tys. mieszkańców – 8,1%, natomiast z miast liczących powyżej 500 tys. mieszkańców pochodziło 19,4% badanych.

Ankietowani zapytani o plany co do pracy, którą chcą zdobyć po studiach, w większości wskazywali na własną firmę (56,5%) oraz pracę w korporacji (32,3%). W dalszej kolejności byli zainteresowani wyjazdem za granicę (17,2%), pracą w małym przedsiębiorstwie (16,2%). Jedynie 5% wskazań dotyczyło pracy w administracji państwowej, a dla 1% nieistotne było, gdzie będą pracować. Wyniki nie zamykają się w 100%, ponieważ respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Badani zostali zapytani również o to, czy przedsiębiorcy kojarzą im się w sposób pozytywny, czy negatywny. W wyniku udzielonych odpowiedzi można stwierdzić, że przedsiębiorcy kojarzą się młodzieży w sposób pozytywny – 91% wskazań, z czego 67,5% badanych bardzo pozytywnie (5 i 4 w skali pięciopunktowej). Jedynie 1% wskazań odnosił się do negatywnego postrzegania przedsiębiorców, a 8% miało stosunek obojętny.

Warto dodać, iż wśród badanych 52,5% pochodziło z rodzin, w których żadne z rodziców nie prowadziło nigdy własnej firmy, a 14% pochodziło z rodzin, w których każdy z rodziców prowadził własną firmę.

Badanych zapytano dodatkowo o przynależność do jakichkolwiek organizacji, która mogłaby świadczyć o chęci podejmowania dodatkowej aktywności w pozyskiwaniu wiedzy, doświadczeń i rozwoju. Niestety okazało się, że jedynie 25% studentów wykazywało jakąkolwiek inicjatywę w tym zakresie (parlament studencki, AISEC, AZS, koła naukowe).

## Analiza tendencji, metod i narzędzi w zakresie nauczania przedsiębiorczości na studiach – wyniki badań

Opracowany kwestionariusz ankiety zawierał pytanie dotyczące odbioru zajęć z przedmiotu przedsiębiorczość, z którym badani mieli do czynienia w szkole średniej. Jak pokazały wyniki badań, większość uczniów była zadowolona z zajęć (66,7%), w tym 15,1% w wysokim stopniu. Dla 9% zajęcia były obojętne, natomiast dla 24,3% zajęcia były źle przeprowadzone, w tym 11,1% stanowili uczniowie bardzo niezadowoleni. Obecni studenci zapytani o przyczyny niezadowolenia z przebiegu zajęć z przedsiębiorczości w szkole średniej najczęściej wskazywali na: brak praktycznego zastosowania (19% wskazań), sposób przeprowadzenia

zajęć (23%), nudne prowadzenie (15%), brak wartościowych informacji (12%) czy brak wiedzy nauczyciela (10%). Na pozytywny odbiór lekcji miały wpływ m.in.: przydatna wiedza – CV, biznesplan (21% wskazań), praktyczne informacje (13%), zajęcia praktyczne (11%), podejmowane tematy (11%), praca w grupach (9%), osoba nauczyciela (9%), prezentacje (8%). Są to dość cenne informacje, które mogą być wykorzystane w doskonaleniu procesu dydaktycznego zarówno w szkolnictwie średnim, jak i na dalszych etapach edukacji. Podobnie wypowiadali się uczniowie szkół średnich w badaniach przeprowadzonych w 2014 roku (Kosała, 2014). Oznacza to pewien trwający schemat wymagający zmiany zgodnie z nowymi trendami w edukacji przedsiębiorczości.

Analizując preferencje młodzieży co do zajęć z przedsiębiorczości na studiach, podzielono pytania na trzy obszary:

1. Odniesienie się do problemu edukacji przedsiębiorczości na studiach – w tym obszarze poruszono problem zapotrzebowania w ogóle na zajęcia z przedsiębiorczości, ich obligatoryjność, uwzględniono również rodzaj, rok, stopień czy kierunek studiów.
2. Zaangażowanie studentów w ramach przedmiotu przedsiębiorczość – w tym obszarze odniesiono się do chęci zaangażowania się studentów w aktywne formy uczestnictwa i realizacji zajęć wykraczające poza standardowe rozwiązania; oznaczało to m.in. wizyty studyjne w firmach, instytucjach, śledzenie zmian formalno-prawnych w biznesie, realizację dodatkowych projektów, organizację spotkań z przedsiębiorcami, pozyskanie sponsorów na zajęcia wyjazdowe, kontakty ze studentami z innych uczelni czy studentami wyższych lat celem realizacji projektu, udział w konkursie na biznesplan, uczestnictwo w zajęciach fakultatywnych, prowadzenie badań rynkowych, organizację wydarzeń na uczelni.
3. Formy organizacji zajęć z przedmiotu przedsiębiorczość – zagadnienia poruszone w badaniach odnosiły się do miejsca realizacji zajęć, osób prowadzących, formy, celu i rezultatu zajęć.

## Edukacja przedsiębiorczości na studiach

Podnosząc kwestie dotyczące nauczania przedmiotu przedsiębiorczości na studiach, istotne staje się uzyskanie informacji od najbardziej zainteresowanych, czyli studentów. Jak wykazują przeprowadzone badania, młodzież jest zainteresowana tego rodzaju edukacją w szkolnictwie wyższym. Ponad połowa (najwięcej wskazań w tej części ankiety), a dokładnie 52% respondentów przypisało potrzebie edukacji przedsiębiorczości

5 w zastosowanej pięciopunktowej skali (tab. 1), natomiast aż 80% uznało ją za ważną w dużym i bardzo dużym stopniu.

Tabela 1. *Potrzeba edukacji przedsiębiorczości na studiach wyższych w opinii studentów (ocena w skali pięciopunktowej)*

Edukacja przedsiębiorczości na studiach:	łącznie	1	2	3	4	5	wartość
Jest potrzebna							4,23
% wskazań	100	2	4	14	28	52	
Powinna być na studiach licencjackich							3,84
% wskazań	100	6	8	18	30	38	
Powinna być na studiach magisterskich							3,45
% wskazań	100	9	14	23	29	24	
Powinna być na wszystkich kierunkach studiów							3,14
% wskazań	100	15	17	29	18	21	
Powinna być na wszystkich uczelniach							3,00
% wskazań	100	20	18	27	10	24	
Powinna być prowadzona co roku							2,51
% wskazań	100	33	17	29	6	14	
Powinna być dobrowolna							3,10
% wskazań		22	11	27	13	27	

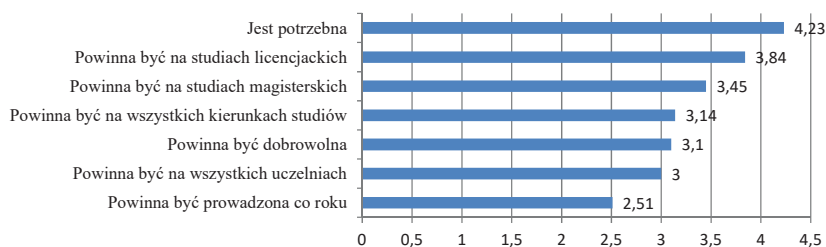
Źródło: opracowanie własne.

Jeżeli chodzi o stopień studiów, to szala przechyliła się na korzyść studiów licencjackich – 38% wskazań w najwyższej ocenie, czyli 5 pkt, oraz 68% łącznie z naciskiem na „w dużym i bardzo dużym stopniu”, podczas gdy studia magisterskie otrzymały 53% wskazań powyżej średniego stopnia znaczenia. W następnej kolejności największą liczbę wskazań można odnaleźć w ocenie kontynuacji edukacji przedsiębiorczości przez wszystkie lata studiów, jednakże tym razem 50% studentów nie odczuwa takiej konieczności – oceniając ją za bardzo mało ważną (33%) i mało ważną (17%). Ciekawie prezentuje się rozkład odpowiedzi dotyczący obligatoryjności zajęć, a mianowicie jest on raczej równomiernie rozłożony przy zastosowanej skali – 22% respondentów wskazuje, że dobrowolność wyboru zajęć powinna być możliwa w bardzo małym stopniu, po 27% badanych wskazuje na średni stopień i bardzo wysoki stopień dobrowolności. Dlatego też całość oceny uzyskała uśredniony wynik 3,1 pkt dla obligatoryjności zajęć z przedsiębiorczości.

Dla uchwycenia preferencji studentów wobec potrzeby edukacji przedsiębiorczości na studiach wyższych opracowano uśrednione wskaźniki w badanych zakresach (rys. 1). Można z nich odczytać, że studenci są zdecydowanie zainteresowani przedmiotem z zakresu przedsiębiorczości – 4,23 pkt. Ponadto powyżej średniej oceny, tzn. 3 punktów, uzyskały

wskazania dotyczące prowadzenia tego przedmiotu na studiach licencjackich – 3,84 pkt, przy czym nie dyskredytuje to możliwości przeprowadzenia go na studiach magisterskich (3,45 pkt). Studenci nieznacznie powyżej średniej wskazują na objęcie tym przedmiotem wszystkich kierunków (3,14 pkt) oraz na fakultatywność przedmiotu (3,1 pkt). Średni wynik – 3 pkt, uzyskała potrzeba kształcenia w tym zakresie na wszystkich uczelniach. Poniżej średniej odczuwana jest potrzeba edukacji przedsiębiorczości przez wszystkie lata studiów – 2,51 pkt.

Rysunek 1. Ocena studentów potrzeby edukacji przedsiębiorczości na studiach wyższych.



Źródło: opracowanie własne.

W dalszej części ankiety poproszono respondentów o odniesienie się do podejmowania dodatkowej aktywności, zaangażowania się w ramach przedmiotu z zakresu przedsiębiorczości (tab. 2). Najwięcej wskazań na zaangażowanie w bardzo dużym stopniu dotyczyło udania się do firmy – 38%, zaplanowania spotkania z przedsiębiorcą – 28% oraz odwiedzenia instytucji – 23%, co w połączeniu z oceną „w dużym stopniu” dało odpowiednio: 68%, 55% oraz 59%. Najmniej najwyższych ocen uzyskała możliwość zorganizowania happeningu – 9% oraz samodzielne zaangażowanie studentów wyższych lat w realizację projekty – 10%. Świadczyć to może o dużym oporze w eksponowaniu swojej osoby i wystawianiu się na publiczną ocenę, jak również o znacznych barierach w nawiązywaniu kontaktów. Być może wskazuje to również na zbyt małą integrację środowiska studenckiego.

Tabela 2. Skłonność studentów do zaangażowania się w ramach przedmiotu przedsiębiorczość (ocena w skali pięciopunktowej)

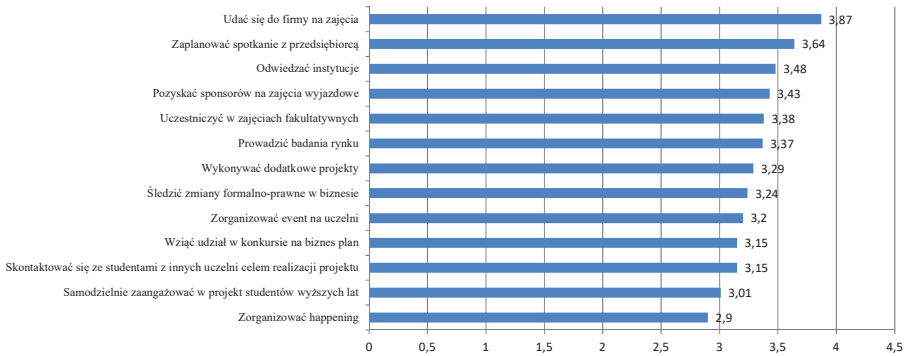
W edukacji przedsiębiorczości jestem skłonny/a:	łącznie	1	2	3	4	5	Wartość
Udać się do firmy na zajęcia							3,87
% wskazań	100	6	6	20	30	38	
Odwiedzać instytucje							3,48
% wskazań	100	9	14	18	36	23	
Śledzić zmiany formalno-prawne w biznesie							3,24
% wskazań	100	6	19	34	27	14	
Wykonywać dodatkowe projekty							3,29
% wskazań	100	7	18	27	34	14	
Zaplanować spotkanie z przedsiębiorcą							3,64
% wskazań	100	4	11	30	27	28	
Skontaktować się ze studentami z innych uczelni w celu realizacji projektu							3,15
% wskazań	100	9	23	29	22	17	
Wziąć udział w konkursie na biznesplan							3,15
% wskazań	100	9	23	29	22	17	
Uczestniczyć w zajęciach fakultatywnych							3,38
% wskazań	100	8	14	29	30	19	
Prowadzić badania rynku							3,37
% wskazań	100	7	9	41	26	17	
Zorganizować event na uczelni							3,20
% wskazań	100	14	13	27	30	16	
Zorganizować happening							2,90
% wskazań	100	19	15	33	24	9	
Samodzielnie zaangażować w projekt studentów wyższych lat							3,01
% wskazań	100	12	22	28	28	10	
Pozyskać sponsorów na zajęcia wyjazdowe							3,43
% wskazań	100	9	17	21	30	23	

Źródło: opracowanie własne.

Uśrednione oceny (rys. 2) wskazują na niezbyt dużą chęć dodatkowo zaangażowania się, które wymaga od studentów poświęcenia więcej czasu i podjęcia pewnego wysiłku. Wszystkie oceny znajdują się poniżej 4 pkt i w większości przypadków (osiem z trzynastu propozycji) oscylują na poziomie 3,01-3,38 pkt.

Zaskakujący jest średni poziom zainteresowania udziałami w konkursach, realizacją projektów ze studentami z innych uczelni czy z wyższych lat, podobnie zresztą jak śledzenie zmian formalno-prawnych w biznesie czy realizacja dodatkowych projektów, szczególnie w zderzeniu z faktem, iż badania przeprowadzono na uczelni o charakterze ekonomicznym.

Rysunek 2. Ocena skłonności studentów do zaangażowania się w ramach przedmiotu przedsiębiorczość (ocena w skali pięciopunktowej)



Źródło: opracowanie własne.

Inaczej już formułowane są oczekiwania co do formy zajęć i sposobu ich prowadzenia (tab. 3). Największa liczba wskazań, jako istotne w bardzo dużym stopniu w tym obszarze, odnosiła się do prowadzenia zajęć przez praktyków – 48%, formy warsztatowej – 46% czy nauki wypełniania „formularzy” – 44%, co w połączeniu z oceną w dużym stopniu dało odpowiednio: 80%, 87% oraz 65%.

Tabela 3. Preferencje studentów w zakresie prowadzenia zajęć z przedsiębiorczości (ocena w skali pięciopunktowej)

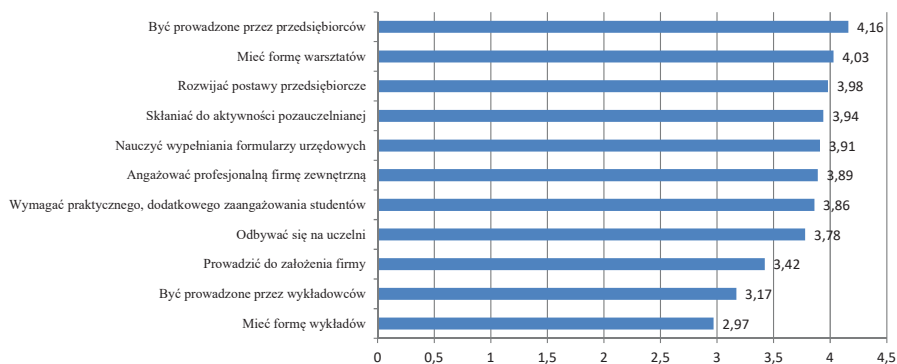
Prowadzenie zajęć z przedsiębiorczości powinno:	łącznie	1	2	3	4	5	wartość
Odbywać się na uczelni							3,78
% wskazań		2	14	21	29	33	
Być prowadzone przez przedsiębiorców							4,16
% wskazań		3	5	12	32	48	
Być prowadzone przez wykładowców							3,17
% wskazań		7	18	35	29	10	
Mieć formę warsztatów							4,03
% wskazań		2	7	13	41	46	
Mieć formę wykładów							2,97
% wskazań		11	22	35	21	10	
Prowadzić do założenia firmy							3,42
% wskazań		4	15	34	27	19	
Rozwijać postawy przedsiębiorcze							3,98
% wskazań		3	6	17	37	36	

Nauczyć wypełniania formularzy urzędowych						3,91
% wskazań		2	15	17	21	44
Skłaniać do aktywności pozauczelnianej						3,94
% wskazań		3	7	20	32	38
Wymagać praktycznego, dodatkowego zaangażowania studentów						3,86
% wskazań		3	7	18	44	27
Angażować profesjonalną firmę zewnętrzną						3,89
% wskazań		3	12	15	32	37

Źródło: opracowanie własne.

Po uśrednionych ocenach (rys. 3) można zauważyć, iż młodzież oczekuje wdrożenia praktyków w proces edukacji przedsiębiorczości (4,16 pkt) oraz przełożenia środka ciężkości z zajęć wykładowych (2,97 pkt) na rzecz warsztatów (4,03 pkt).

Rysunek 3. Ocena studentów dotycząca wybranych metod, form, narzędzi wykorzystywanych w edukacji przedsiębiorczości.



Źródło: opracowanie własne.

W świetle uzyskanych informacji można stwierdzić, iż studenci oczekują wyzwolenia w nich aktywności i inicjatywy, o czym mogą świadczyć ocenione dość wysoko odpowiedzi dotyczące rozwijania przedsiębiorczości (3,98), skłanianie do aktywności pozauczelnianej (3,94) czy wymaganie praktycznego dodatkowego zaangażowania (3,86). W odniesieniu do części badań dotyczącej samodzielnego zaangażowania się studentów można odnieść wrażenie, że studenci oczekują nauczenia ich inicjatywy i wyuczenia aktywnej postawy.



## Wnioski i rekomendacje

Analiza literatury przedmiotu w zakresie edukacji przedsiębiorczości wskazuje na znaczne zainteresowanie podjętą problematyką badawczą.

W wyniku przeprowadzonych badań ankietowych ustalono, że studenci:

- zdecydowanie uważają przedsiębiorczość za przedmiot potrzebny na studiach (4,23 pkt);
- potrzebują konfrontacji z praktyką (np. udział przedsiębiorców w zajęciach, uczestnictwo w zajęciach organizowanych w firmach, odwiedzanie instytucji czy też wypełnianie dokumentów) – średnia ocena udzielonych odpowiedzi dla większości odpowiedzi mieściła się w przedziale 3,8-4,16;
- oczekują przełożenia środka ciężkości z zajęć wykładowych na rzecz warsztatów;
- wykazują się jedynie na przeciętnym poziomie chęcią samodzielnego zaangażowania w dodatkowe aktywności, wymagające inicjatywy, nakładu pracy i czasu (2,9-3,3);
- oczekują rozwijania zachowań przedsiębiorczych, nauczania ich inicjatywy i aktywnej postawy, nakłanianie do aktywności pozauczelnianej.

W toku przeprowadzonych badań zwrócono uwagę na duży opór studentów w nawiązywaniu kontaktów, eksponowaniu swojej osoby i ewentualnym wystawianiu się na publiczną ocenę w środowisku studenckim, co może wskazywać na zbyt małą integrację środowiska studenckiego.

W świetle pozyskanych informacji i przeprowadzonej analizy, mając świadomość ograniczeń badawczych, można uznać, iż przeprowadzone badania mogą stanowić podstawę podejmowania dalszych prac badawczych np. wśród studentów innych uczelni niż te o ekonomicznym charakterze oraz innowacyjnych wdrożeń w zakresie doskonalenia procesu dydaktycznego odpowiadających oczekiwaniom studentów i nowym trendom, takim jak włączanie praktyków w proces edukacji.

## BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Buła, P., Kosała, M. i Guja, D. (2015). Organizacja i przebieg zajęć on-line przy wykorzystaniu nowoczesnych technik informacyjno-komunikacyjnych w oparciu o badania – panel przedsiębiorczość. W: M. Pamuła-Behrens (red.),

- Małopolska Chmura Edukacyjna – nowe trendy i dobre praktyki nauczania.* Kraków: Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, 25-32.
- Cieślak, J., Matusiak, K.B., Guliński, J. i Skala-Poźniak, A. (2011). *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej.* Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Domurat, A. (2011). Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność. W: A. Strzałecki (red.), *Innowacyjna przedsiębiorczość. Teorie. Badania. Zastosowania praktyczne. Perspektywa psychologiczna.* Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej Academica, 93-100.
- Drucker, P. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość: praktyka z zasady.* Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Gibb, A.A. (1990). Entrepreneurship and intrapreneurship – exploring the differences. *New Findings and Perspectives in Entrepreneurship.* Aldershot: Gower.
- Glinka, B. i Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość.* Warszawa: Wolters Kluwer.
- Kosała, M. (2014). Badanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży jako fundament kształtowania postawy odpowiadającej wyzwaniom współczesnego świata. *Horyzonty Wychowania, 13(28), 317-340.*
- Kosała, M. i Pichur, A. (2008). Analiza działań przedsiębiorczych i postrzeganie prowadzenia działalności gospodarczej przez młode pokolenie – wybrane aspekty. *Przedsiębiorczość – Edukacja, 4, 357-364.*
- Kurek, S. i Rachwał, T. (2010). Założenia i wstępne wyniki europejskiego projektu badawczego FIFOBI w zakresie kształtowania kompetencji uczniów gimnazjum do prowadzenia działalności gospodarczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja, 6, 472-485.*
- Moreno, J.J.J. i Wach, K. (2014). The Entrepreneurial Profile of Students Participating in the Academic Entrepreneurship Source: Pilot Study Results. *Horyzonty Wychowania, 13(26), 121-143.*
- Piasecki, B. (1997). *Przedsiębiorczość i mała firma: teoria i praktyka.* Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Rachwał, T. (2006). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej. W: B. Muchacka (red.), *Szkoła w nauce i praktyce edukacyjnej*, t. II. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, 427-434.
- Rachwał, T., Kurek, S. i Boguś, M. (2016). Entrepreneurship Education at Secondary Level in Transition Economies: A Case of Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review, 4(1), 61-81.* Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040105>.
- Rachwał, T. i Wach, K. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja, 12.*
- Shefski, L.E. (1994). *Entrepreneurs are Made not Born.* New York: McGraw-Hill, Inc.
- Targalski, J., Kosała, M. i Pichur, A. (2008). Entrepreneurial attitudes among students of economics At the Cracow University of Economics. Analysis of research findings. W: R. Borowiecki i A. Jaki (red.), *Enterprises in the Face of 21st Century Challenges. Development – Management – Entrepreneurship.* Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, 427-436.
- Toikko, T., Pawlak, A. i Rantanen, T. (2015). The Significance of Social Welfare Attitudes in Young People's Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurial Business and Economics Review, 3(1), 43-60.*

- Wach, K. (2007). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania: Stan obecny i proponowane kierunki zmian. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski i B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 120-127.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246-257.
- Wach, K. (2014a). Edukacja dla przedsiębiorczości: pomiędzy przedsiębiorczą pedagogiką a edukacją ekonomiczną i biznesową. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 11-32.
- Wach, K. (2014b). Paradygmat gospodarki przedsiębiorczej a polityka wspierania przedsiębiorczości. W: K. Zieliński (red.), *Formy i przejawy współczesnej przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Difin, 13-30 – rozdział 1.
- Wach, K. i Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83-94.
- Ziolo, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10-23.