***Przedsiębiorczość społeczna jako klucz do skutecznej edukacji przedsiębiorczej na społecznie odpowiedzialnym uniwersytecie***

**STRESZCZENIE**

**CEL NAUKOWY:** Celem artykułu jest prezentacja nowej propozycji kształcenia na rzecz przedsiębiorczości na studiach biznesowych (zarządzanie i ekonomia), uwzględniającej edukację w zakresie przedsiębiorczości społecznej.

**PROBLEM I METODY BADAWCZE:** W artykule omówiono problem edukacji przedsiębiorczej z punktu widzenia wyzwań zmieniającej się gospodarki oraz ewoluujących oczekiwań stawianych polskim uczelniom wyższym. Główną metodą badawczą są tradycyjne studia literaturowe.

**PROCES WYWODU:** Punktem wyjścia do rozważań jest przegląd literatury w zakresie umiejętności/kompetencji niezbędnych przedsiębiorcy na różnych etapach rozwoju jego przedsięwzięcia oraz umiejscowienie ich w perspektywie edukacji przedsiębiorczej. Następnie dokonano analizy edukacji w zakresie przedsiębiorczości społecznej, by w ostatniej części zaproponować zrównoważony model edukacji przedsiębiorczej na kierunkach biznesowych.

**WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ:** W edukacji przedsiębiorczej jeszcze niewiele mówi się o wykorzystaniu podejścia społecznego do wzmocnienia jej oddziaływania poprzez zapewnienie studentom możliwości uzyskania nowych umiejętności oraz rozszerzenie ich perspektywy postrzegania szans rynkowych. Tymczasem przeprowadzony wywód pozwala sądzić, iż zaproponowany model pozwoli na osiągnięcie tych i wielu innych efektów.

**WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE:** Niniejsza propozycja modelu edukacji na rzecz przedsiębiorczości na kierunkach biznesowych stanowi rozwiązanie wprowadzające konkretną innowację w edukacji menedżerskiej. Jednak w celu potwierdzenia zakładanych w tym podejściu korzyści, należałoby wdrożyć go w rzeczywistości akademickiej.

**Słowa kluczowe:** Edukacja przedsiębiorcza, przedsiębiorczość społeczna, odpowiedzialność społeczna, zrównoważony rozwój.

1. **Wprowadzenie**

Edukacja na każdym poziomie kreuje możliwości i okoliczności do przemian społecznych, przez co tworzy wyjątkową wartość społeczną. Uczelnie wyższe odgrywają w tym kontekście szczególną rolę, ponieważ wytwarzana przez nie wartość obejmuje zarówno edukację, jak i badania naukowe, w mniejszym lub większym stopniu komercjalizowane, a więc dostarczane w postaci produktu lub usługi interesariuszom tych instytucji. Ci ostatni, pytani o najważniejsze aspekty odpowiedzialności uczelni, wskazują najczęściej na edukację, a więc na zaspokajanie potrzeb studentów (Geryk 2010). Według nich, społecznie odpowiedzialna uczelnia powinna kształcić fachowców w profesjach poszukiwanych na rynku pracy, otwartych na społeczeństwo i o wysokich standardach etycznych. Rolą uniwersytetu jest również kształtowanie w studentach ducha przedsiębiorczości, który wydaje się stanowić dobrą, solidną podstawę kariery zawodowej dla każdego przyszłego uczestnika rynku pracy.

Przedsiębiorczość może być definiowana i rozumiana na wiele sposobów, przy czym w większości koncepcji nie ogranicza się jej tylko i wyłącznie do procesu, który ma zaowocować rozpoczęciem działalności gospodarczej. Niektórzy definiują ją jako umiejętność wykorzystania pojawiającej się możliwości (*opportunity*), lub wręcz jako wieczną pogoń za szansą (Timmons 2004). Dla innych jest ona dynamicznym procesem łączenia wizji, wdrażania zmiany i tworzenia (Kuratko i Hodgetts 2004) lub zdolnością przekształcania pomysłów w rzeczywistość (KE 2006). W większości charakterystyk przedsiębiorcy znajdujemy takie cechy jak kreatywność, innowacyjność i gotowość do podejmowania ryzyka, a także umiejętność planowania i zarządzania projektami dla osiągnięcia celów. To właśnie w ten sposób przedsiębiorca, zwłaszcza ten odnoszący sukces, odbierany był w większości gospodarek świata zachodu. W ostatnich latach, można jednak zauważyć stopniowe przejście w kierunku definicji łączących przedsiębiorczość z zamiarem dokonywania zmian w otoczeniu, poprawy życia danej społeczności, czy dostarczania wartości, nie tylko w wymiarze merkantylnym, ale również, coraz częściej w kontekście mniej lub bardziej, bezinteresownym.

W związku z tym, że przedsiębiorczość stanowi o jakości kapitału ludzkiego, wiele uwagi przywiązuje się do tworzenia programów edukacji przystosowanych do zmieniających się warunków. Tworzenie programów edukacji przedsiębiorczej opiera się głównie na wymianie dobrych praktyk, ocenianiu dotychczasowych osiągnięć, identyfikacji problematycznych obszarów czy poddawaniu poszczególnych metod wnikliwej ocenie i analizie. Wśród najlepszych edukatorów przeważa podejście eksperymentalne, sięgające po niekonwencjonalne środki aktywizowania uczestników procesu kształcenia, a stałymi jego elementami stało się pisanie biznesplanów, studia przypadków i symulacje przedsięwzięć biznesowych. Ważna jest także aktywna postawa edukatorów i uczestników- podejście *learning by doing* szybko zyskuje na popularności. W procesie kształcenia przedsiębiorczego, większość elementów tworzących obraz przedsiębiorcy idealnego to nie cechy wrodzone, a kwalifikacje/wiedza, umiejętności/kompetencje i pewien typ zachowań/postawy.

Przedsiębiorczość społeczna jest relatywnie nowym zjawiskiem w gospodarce polskiej. W literaturze światowej doczekała się już jednak wielu definicji. Rozumiana jest ona jako poszukiwanie alternatywnych strategii finansowych dla inicjatyw typu non-profit lub programów zarządzania służących do tworzenia wartości społecznej. Określa się ją również jako sposób łagodzenia problemów społecznych i katalizowania zmiany społecznej (Mair i Martí 2006, s. 37). Według niektórych, przedsiębiorczość społeczna oferuje innowacyjne rozwiązania dla złożonych i uporczywych problemów społecznych poprzez stosowanie tradycyjnych rynkowych modeli biznesowych (Spear 2006; Dorado 2006; Mair i Noboa 2003; Pearce i Doh 2005). Jako taka inwestuje ona w relacje współpracy i partnerstwa z organizacjami non-profit oraz z sektorem publicznym stając się tworzyć zrównoważone warunki rozwoju korzystne zarówno dla społeczności jak i dla biznesu (Tracey, Philips & Haugh 2005, s.332). W tym rozumieniu, przedsiębiorczość społeczna stanowi alternatywę dla kultury chciwości i egoizmu (Hemingway 2005, Mintzberg i in. 2002).

Niniejszy artykuł jest próbą analizy przydatności koncepcji przedsiębiorczości społecznej w nauczaniu przedsiębiorczości, w szczególności na studiach biznesowych, gdzie większość treści/wiedzy potrzebnej potencjalnemu przedsiębiorcy, przekazywana jest już w ramach innych przedmiotów kierunkowych. Autorka stawia tezę, że przedsiębiorczość społeczna jako przedmiot realizowana w myśl podejścia *learning by doing*, mogłaby wnieść wiele świeżości w proces nauczania przedsiębiorczości, zwłaszcza w kontekście narastającej dbałości o odpowiedzialny i zrównoważony rozwój naszej gospodarki (Rae 2000). Punktem wyjścia do rozważań jest przegląd literatury w zakresie umiejętności/kompetencji niezbędnych przedsiębiorcy na różnych etapach rozwoju jego przedsięwzięcia oraz umiejscowienie ich w perspektywie edukacji przedsiębiorczej.

1. **Oczekiwane umiejętności przedsiębiorcy w kontekście edukacji przedsiębiorczej**

Istnieje wiele odniesień do umiejętności przedsiębiorczych- niektóre bardziej złożone niż inne i na różnych poziomach zastosowania, od stworzenia mikroprzedsiębiorstwa do zarządzania dużym biznesem. Przez ponad trzydzieści lat, badania i publikacje w tej dziedzinie próbowały ukazać sukces przedsiębiorczy przez pryzmat profilu psychologicznego przedsiębiorcy, w którym znaczącą rolę odgrywały jego cechy osobowościowe i motywacja. Ten nurt badań opisany jako psychologiczny przyniósł mieszane rezultaty, jeśli nie unieważnienie hipotezy leżącej u podstaw tego podejścia: cechy i motywacje nie różnicują odnoszących sukcesy przedsiębiorców od osób ponoszących porażkę (Lorrain i Dussault 1998). W konsekwencji, w latach 90-tych dochodzi do głosu nurt badawczy, który próbuje definiować przedsiębiorców na bazie tego co ci ostatni robią, czyli raczej na podstawie ich działań i zachowań, a nie jak do tej pory ich cech osobowych (Omrane, Fayolle i Zeribi-BenSlimane 2011). Pojawia się podejście behawioralne (Verstraete 1999). Sugeruje ono, że kompetencje są najlepszymi predykatorami wydajności przedsiębiorcy (Chandler i Jansen 1992; Herron i Robinson 1993). Gartner (1988) starając się w sposób bardziej dosadny uzasadnić sukces firmy zrachowaniami przedsiębiorcy, kładzie nacisk na działania przedsiębiorców podparte ich umiejętnościami, takimi jak umiejętność rozwijania wizji biznesowej (Hambrick i Crozier 1985; Milton 1989), umiejętność rozpoznawania możliwości biznesowych (Vesper 1990) i zdolność do mobilizacji zasobów. Herron i Robinson (1993) formułują typologię siedmiu umiejętności: przedsiębiorca musi umieć projektować produkty / usługi, oceniać różne funkcje firmy, rozumieć jej branżę i trendy, motywować pracowników, tworzyć relacje wywierania wpływu w swojej sieci biznesowej, planować i zarządzać działaniami firmy w celu wykorzystania szans. Na podstawie ankiety przeprowadzonej wśród 134 właścicieli i menedżerów MSP, Chandler i Jansen (1992) zaproponowali typologię w trzech kategoriach: kompetencje w zakresie przedsiębiorczości, kompetencje menedżerskie i kompetencje techniczno-funkcjonalne. W grupie kompetencji przedsiębiorczych znalazły się: umiejętność rozpoznawania i wykorzystywania możliwości, zdolność do intensywnej pracy, zdolność do przywództwa, zdolność polityczna do potwierdzania swojej pozycji w sieci biznesowej, zdolności techniczne. Powyższe kompetencje zyskały potwierdzenie w badaniu Bauma (1995), który przebadawszy 363 przedsiębiorców zwrócił uwagę na wagę kompetencji poznawczych, zdolności organizacyjnych, zdolności podejmowania decyzji, zdolności technicznych oraz zdolności do identyfikowania możliwości. Belley, Dussault i Lorrain (2004) na potrzeby swojego badania opracowali kwestionariusz zawierający trzydzieści dziewięć stwierdzeń pogrupowanych w dwanaście kompetencji: identyfikacja szans, wizja strategiczna, zarządzanie siecią biznesową, zarządzanie czasem, zarządzanie pracą, zarządzanie finansami, zarządzanie marketingiem, zarządzanie operacyjne, zarządzanie personelem, zarządzanie prawem i regulacjami, negocjacje biznesowe i podejmowanie decyzji. Shook et al. (2003) przedstawia różnorodne kompetencje, postawy i wiedzę potrzebne w procesie przedsiębiorczym. Każda z kompetencji znajduje się pod wpływem predyspozycji i charakterystyk indywidulanych oraz czynników kognitywnych przedsiębiorcy.

Z kolei praca Charles-Poor, Schieb-Bienfait i Urbain (2004) umiejscawia powyższe kompetencje przedsiębiorcze w poszczególnych fazach rozwoju firmy. Omrane, Fayolle i Zeribi-BenSlimane (2011) również pogrupowali kompetencje potrzebne przedsiębiorcom na trzech etapach procesu przedsiębiorczego, w podziale na: (1) zmienne indywidualne, związane z motywacją, doświadczeniem, cechami psychologicznymi i cechami osobowymi przedsiębiorcy, (2) zmienne interpersonalne, w tym relacje bezpośrednie lub pośrednie utrzymywane przez przedsiębiorcę z innymi, oraz (3) zmienne organizacyjne związane ze środowiskiem społecznym, gospodarczym i politycznym, w którym działa przedsiębiorca. Rozwijając koncepcję kompetencji przedsiębiorczych Barona (2006), autorzy zaproponowali podział na trzy etapy: rozpoczęcie (*déclanchement*), gdzie główną kompetencją obok cech osobowych jest kontrola/zarządzanie informacją, etap zaangażowania (*engagement*) gdzie umiejscowiono kompetencje zarządzania nowością, dwuznacznością i paradoksami, zarządzania projektami, kompetencjami w zakresie poszukiwania i gromadzenia niezbędnych zasobów oraz kompetencje przedsiębiorcze w zakresie tworzenia oraz etap przeżycia-rozwoju (*survie-développement*) z kompetencjami w zakresie konsolidacji umiejscowienia projektu lub nowej firmy, w zakresie ich rozwoju, kompetencje strategiczne oraz społeczne i relacyjne. Proces przedsiębiorczy w tym ujęciu stanowi zatem dynamiczny i kumulatywny proces nabywania różnych kompetencji przedsiębiorczych. Przedsiębiorca musi umieć inteligentnie łączyć te liczne, ale uzupełniające się kompetencje w postępowe podejście, aby zwiększyć szanse powodzenia swojego projektu. Ta kombinatoryczna inżynieria kompetencji daje przedsiębiorcy realną zdolność kierowania procesem przedsiębiorczym (Toutain i Fayolle 2008). W innej koncepcji kompetencji przedsiębiorczych wyróżniono pięć cech, które nazwano czynnikami wewnętrznymi warunkującymi sukces przedsiębiorczy (Glinka i Gudkova 2011, s.123). Pierwszą z kompetencji jest wiedza, zarówno ogólna jak i specjalistyczna. Kolejne kompetencje to poczucie skuteczności i sprawczości swoich działań oraz motywacje, jakie kierują ludźmi w życiu zawodowym i prywatnym. Niezbędna jest znajomość i umiejętność korzystania z mechanizmów poznawczych, które warunkują proces odbierania i przetwarzania informacji z otoczenia. Wymienione kompetencje są ze sobą nawzajem ściśle powiązane, i cała ta sieć, w interakcji z otoczeniem, otwiera możliwość dostrzeżenia i wykorzystania szansy rynkowej.

**Tabela 1.** Wiedza, umiejętności i postawy w procesie przedsiębiorczym

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **OSOBA PRZEDSIĘBIORCZA** | **INTENCJA/ZAMIAR** | **POSZUKIWANIE**  **I IDENTYFIKACJA MOŻLIWOŚCI** | **OCENA MOŻLIWOŚCI** | **WYKORZYSTANIE MOŻLIWOŚCI** |
| **WIEDZA** | | | | |
| *Rozumienie przedsiębiorczości/ znajomość podstaw teoretycznych* |  | Znajomość metod analizy rynku oraz analizy informacji  Wiedza o dostępnym wsparciu | Znajomość metod potwierdzających celowość rozwiązania | Wiedza dot. prawnych aspektów przedsiębiorczości  Wiedza z zakresu marketingu/ finansów/ księgowości/ zarządzania |
| **UMIEJĘTNOŚCI** | | | | |
| *Nauka stawania się przedsiębiorcą* | Ocena wykonalności  Poszukiwanie wsparcia społecznego | Poszukiwanie i analiza informacji  Budowanie sieci społecznej | Krytyczne myślenie  Dokonanie wyboru  Ocena ryzyka  Podjęcie decyzji | Wykorzystanie wiedzy teoretycznej w praktyce  Poszukiwanie i mobilizacja zasobów  Rozwijanie wizji |
| **POSTAWY** | | | | |
| *Nauka stawania się przedsiębiorczym* | Chęć i entuzjazm  Kreatywność  Proaktywność | Czujność  Otwartość  Innowacyjność | Chęć dokonania zmiany | Zaangażowanie  Działanie  Przywództwo |

Źródło: opracowanie własne na podstawie Shook et al. (2003), Heinonen i Pokkijoki (2006), Fayolle i in. (2011)

Kompetencje przedsiębiorcze podlegają doskonaleniu (Drucker 1985; Kuratko 2005). Do rozwijania tych kompetencji może służyć edukacja, w tym kształcenie na poziomie uniwersyteckim. Poszczególne kompetencje są podatne na zmiany, jednak różny jest poziom trudności i ilość pracy, jaką należy włożyć w ich modyfikację.

Edukacja przedsiębiorcza jest dość szeroko dyskutowana w literaturze światowej i krajowej. Jest ona różnie rozumiana i może obejmować kilka podejść (Jamieson 1984; Wach 2016): edukację o przedsiębiorczości, edukację dla lub na rzecz przedsiębiorczości, oraz edukację przez przedsiębiorczość. Ta ostatnia, wbrew pozorom, odnosi się do już aktywnych przedsiębiorców, a więc w pewnym sensie, w kontekście uczelni wyższej wchodzi ona w zakres kształcenia przez całe życie. Zupełnie inaczej sytuacja przedstawia się w zakresie edukacji o przedsiębiorczości oraz dla przedsiębiorczości. Ta pierwsza obejmuje większość treści przekazywanych w ramach kierunków biznesowych, z kolei druga skoncentrowana jest na pobudzaniu postaw przedsiębiorczych u studentów. To w tym rodzaju edukacji przedsiębiorczej ciągle poszukuje się nowych skutecznych form przekazywania wiedzy i umiejętności, a także kreowania pożądanych postaw.

Punktem wyjścia do analizy edukacji dla przedsiębiorczości pod kątem poszukiwanych umiejętności, postaw i wiedzy jest często model Heinonen i Poikkijoki (2006), który uznawany jest za przykład dobrej praktyki w edukacji przedsiębiorczej. Pełna edukacja dla przedsiębiorczości obejmuje przekazywanie wiedzy, nabywanie umiejętności oraz kształtowanie postaw przydatnych w życiu osobistym, zawodowym i społecznym. W praktyce realizacja zajęć zgodnie z modelem powinna pozwolić uczącym się na odkrycie, poznanie i doświadczenie mechanizmów procesu przedsiębiorczego, które warunkują osiąganie celów przedsiębiorstwa.

Warunkiem osiągnięcia skuteczności w nauczaniu przedsiębiorczości jest połączenie edukacji formalnej (instytucjonalnej) oraz nieformalnej (niezinstytucjonalizowanej). W ramach formalnego programu edukacyjnego przekazywana powinna być wiedza, umiejętności i postawy z zakresu przedsiębiorczości na wszystkich poziomach edukacji: podstawowym, średnim i wyższym. Ważne jest uwzględnienie instrumentów wertykalnych (związanych wprost z przedsiębiorczością - w ramach przedmiotów szkolnych, kursów akademickich, modułów kształcenia, kursów, szkoleń i warsztatów) oraz instrumentów horyzontalnych (ujęcie holistyczne w przedmiotach, kursach i modułach wspierających). Edukacja niesformalizowana oparta jest na idei potrzeby ciągłego samodoskonalenia, chęci uczenia się przez całe życie (*life-long learning*), wypełnianiu przez media misji edukacyjnej oraz na przypadkach edukacji incydentalnej (Glinka i Gudkova 2011).

Zarówno w przypadku edukacji formalnej, jak i nieformalnej zidentyfikować można trzy komponenty edukacji przedsiębiorczej, które powinny stać się elementami składowymi każdego przedmiotu szkolnego, kursy, modułu czy warsztatu.

**Rysunek 1.** Komponenty edukacji przedsiębiorczej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Wach (2013), Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych”, s. 249

Komponent „Przedsiębiorczość indywidualna i organizacyjna” ma charakter interdyscyplinarny, może być nauczany w ramach różnych zajęć, podczas ich trwania promowane powinny być takie wartości jak inicjatywność, otwartość, kreatywność czy wrażliwość społeczna. Ważne jest także budowanie w uczniach poczucia odpowiedzialności i autonomii (Hatak 2011). Komponent „Przedsiębiorczość biznesowa” pozwala uczniom na zdobycie kluczowych kompetencji przedsiębiorczych oraz wiedzy na temat zasad prowadzenia działalności gospodarczej i samozatrudnienia (Wach 2013). Trzeci komponent skutecznego nauczania przedsiębiorczości to „Edukacja ekonomiczna”. Wiadomości za zakresu makro- i mikroekonomii dostarczają wiedzy na temat otoczenia przedsiębiorstwa i zasad jego funkcjonowania. Warto więc zauważyć, iż nauczanie przedsiębiorczości nie jest tożsame z nauką o ekonomii, jednakże dla zapewnienia efektywności konieczne jest całościowe spojrzenie i integrowanie obszarów wiedzy. W rozwinięciu tej koncepcji, powstałym na bazie analizy piśmiennictwa polskiego, powyższe komponenty edukacji przedsiębiorczej, dzięki „przedsiębiorczej dydaktyce”, przekładają się na konkretne postawy, umiejętności i wiedzę (Wach 2016). Autor zauważa, iż nauczanie przedsiębiorczości nie jest tożsame z nauką o ekonomii, jednakże dla zapewnienia efektywności konieczne jest całościowe spojrzenie i integrowanie obszarów wiedzy.

Panuje zgoda, co do korzyści płynących z rozwijania postaw przedsiębiorczych zarówno dla jednostki, budującej swój dobrobyt dzięki zdobytym kompetencjom, jak i dla całego społeczeństwa. Zatem w interesie państwa, czy grup państw leży budowa wspomnianej wcześniej infrastruktury i podejmowanie działań promujących rozwój pożądanych postaw. Przedsiębiorczość obywateli sprzyja rozwojowi przedsiębiorstw, wzrostowi wydajności pracy, tworzeniu nowych technologii, promowaniu innowacyjności, a co za tym idzie zwiększaniu konkurencyjności danego rynku, co jest wyjątkowo ważne ze względu na wyzwania związane z postępującą globalizacją. Z tego powodu, również Komisja Europejska zastanawia się jak można skutecznie budować ducha przedsiębiorczości wśród uczniów i studentów (Bacigalupo i in. 2016). W raporcie *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*, sama przedsiębiorczość staje się swojego rodzaju kompetencją, która ma wspierać obywateli w ich aktywnym uczestnictwie w życiu społecznym, w zarządzaniu ich własnym życiem oraz karierą, jak równieżw podejmowaniu inicjatyw tworzących wartości. Na potrzeby tego projektu przyjęto bardzo szeroka definicję przedsiębiorczości, pojmowanej jako wykorzystanie szans i pomysłów oraz przekształcanie ich w wartość dla innych. Przy czym wartość, która jest tworzona, może być finansowa, kulturalna lub społeczna. Model koncepcyjny EntreComp składa się z dwóch głównych wymiarów. W pierwszym odnajdujemy trzy obszary kompetencji, które bezpośrednio odzwierciedlają definicję przedsiębiorczości jako zdolności do przekształcania pomysłów w działania generujące wartość dla kogoś innego niż podmiot. W drugim wymiarze umieszczono 15 kompetencji, które razem stanowią podstawowe elementy przedsiębiorczości jako kompetencji służącej wszystkim obywatelom. Są one ze sobą powiązane i współzależne, ale powinny być traktowane jako integralne elementy całości.

1. **Edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej**

Jak wynika z powyższych rozważań, edukacja przedsiębiorcza znajduje się w centrum uwagi zarówno dydaktyków, przedsiębiorców, jak i instytucji działających w szeroko pojętym obszarze edukacji i zajmujących się wpływem kształcenia na gospodarkę. Przedsiębiorczość wiąże się nie tylko z produktywnością lub trwałością, ale również ze zbliżaniem wszystkich ludzi przez wspólne pokonywanie przeszkód. Wymiar społeczny przedsiębiorczości zarówno w kontekście mobilizacji zasobów jak i zmiany społecznej, coraz bardziej zyskuje na znaczeniu w głównych nurtach edukacji na rzecz przedsiębiorczości.

Przedsiębiorcy społeczni działają w kontekstach, które są bardzo różne od tych, w których działają tradycyjni przedsiębiorcy. Podczas gdy ten ostatni współdziała z organizacjami kierując się przede wszystkim logiką komercyjną, charakterystyczną cechą przedsiębiorców społecznych jest działanie na styku trzech sektorów: społecznego, komercyjnego i publicznego (Thornton i Ocasio 2008). W związku z tym, że ten rodzaj aktywności gospodarczej przyczynia się znacząco do ograniczenia biedy (Mars et al. 2008; Timmons i Spinelli 2004; Waghid i Oliver 2017), edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej wydaje się być bardzo istotną dla rozwoju gospodarki zrównoważonej.

Oczywiście ten rodzaj kształcenia powinien być dostępny na wszystkich etapach edukacji (Bornstein 2004), jednak uwzględniając szczególną odpowiedzialność uniwersytetów jako propagatorów wiedzy wśród różnych grup społecznych, zgodnie z ideą kształcenia ustawicznego, ich rola w edukacji na rzecz przedsiębiorczości, w tym jej odmiany społecznej jest nie do przecenienia.

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej koncentruje się strategicznie na wprowadzaniu zmian społecznych (Nicholls 2006, s.23). Istnieje również pogląd, że podstawową rolą edukacji w zakresie przedsiębiorczości społecznej jest wspieranie rozwoju przedsiębiorczości jako takiej. Model edukacji społecznej przedsiębiorczości Pache'a i Chowdhury'ego (2012) zakłada, że poprzez zapewnienie wykwalifikowanej edukacji z zakresu przedsiębiorczości społecznej można bardzo skutecznie wzbogacić zakres doświadczeń studentów, lub wręcz zrewolucjonizować ich życie w sensie pozytywnym poprzez pokazanie im szansy na podjęcie działalności, która wpłynie na życie ludzi z ich otoczenia.

Poza tym, edukacja na rzecz przedsiębiorczości społecznej może przyczyniać się do rozwijania wizji przedsiębiorczej. Dodatkowo, każdy przedsiębiorca powinien mieć umiejętności społeczne i musi nauczyć się szanować innych, współpracowników i pracowników (Dees 1998). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej może sprzyjać osiągnięciu tego efektu (Worsham 2012).

1. **Zrównoważony model edukacji na rzecz przedsiębiorczości na studiach biznesowych**

W rzeczywistości kształcenia na studiach biznesowych, z zakresu zarządzania lub ekonomii, studenci podlegają silnej ekspozycji na logikę sektora komercyjnego, z dość dużą dawką wiedzy i umiejętności menedżerskich w zakresie ekonomii i zarządzania, w tym w szczególności marketingu, finansów, księgowości, zasobów ludzkich, strategii. Dominuje tradycyjne postrzeganie rzeczywistości biznesowej, a co za tym idzie komercyjne podejście do poszukiwania i odkrywania możliwości biznesowych. Do tej mieszanki podstawowej lub bardziej ukierunkowanej specjalnościowo wiedzy menedżerskiej dokłada się przedsiębiorczość również w tradycyjnym ujęciu, choć realizowaną coraz częściej z wykorzystaniem aktywizujących, przedsiębiorczych metod kształcenia. W polskiej rzeczywistości ograniczonych zasobów finansowych na edukację, proponowanie studentom grantów na tworzenie rzeczywistych przedsięwzięć biznesowych w ramach przedmiotu przedsiębiorczość wydaje się dość karkołomnym wyzwaniem.

Tymczasem przyszli przedsiębiorcy, zarówno indywidualni jak i biznesowi, w myśl rozważań w niniejszym artykule, poza wiedzą menedżerską, którą bezsprzecznie otrzymują w całym toku kształcenia na studiach biznesowych, powinni pozyskać umiejętności specyficzne, zwłaszcza te, które wyróżniono na wczesnych etapach procesu przedsiębiorczego (tab.1). Oczywiście część z tych kompetencji możliwa jest do osiągnięcia poza zajęciami, dzięki aktywności w różnego rodzaju kołach, projektach, szczególnie pełniąc w nich rolę lidera, jednak bardzo ważne są możliwości nabywania ich poprzez interakcję społeczną, obserwację i refleksję w zróżnicowanych grupach uczestniczących w zajęciach z przedsiębiorczości.

Z analizy literatury dot. edukacji w zakresie przedsiębiorczości społecznej, wynika wiele korzyści realizowania tego typu programów (White 1992; Bagheri i Lope-Pihie 2010; Pache i Chowdhury 2012):

* rozszerzenie perspektywy postrzegania możliwości biznesowych/ szans rynkowych o dodatkowe dziedziny życia społecznego i ocena tych możliwości;
* rozwinięcie wizji przedsiębiorczej;
* pogłębienie wiedzy o możliwych interesariuszach organizacji;
* rozwinięcie zdolności jednostki do skutecznego i innowacyjnego łączenia źródeł ich finansowania;
* zapewnienie dostępu do sieci przedsiębiorców społecznych, a co za tym idzie, znalezienie platformy wzajemnego wsparcia od samego początku rozwijania pomysłu;
* wzmocnienie sfery emocjonalnej i społeczno-etycznej studenta i w konsekwencji wzbogacenie jego potencjalnego modelu biznesowego o nową wartość dostarczaną klientom, co może przyczynić się do zwiększenia szans jego przetrwania na rynku;
* możliwość interakcji, a więc wzmacnianie kompetencji społecznych w zróżnicowanych grupach społecznych;
* poszerzenie wiedzy o roli instytucji publicznych i innych podmiotów z zakresu ekonomii społecznej;
* zwiększenie świadomości i wiedzy o wyzwaniach społecznych dzisiejszego świata.

Uniwersytecka edukacja w zakresie przedsiębiorczości społecznej w ramach studiów biznesowych może być realizowana na różne sposoby, od realizacji małego przedsięwzięcia na rzecz społeczności akademickiej, poprzez nadzorowany wolontariat w istniejącym przedsiębiorstwie społecznym, po tzw. przedsiębiorstwa studenckie (przedsiębiorstw treningowych), które w ramach zajęć fakultatywnych zakładaliby i prowadzili studenci pod nadzorem pracownika naukowo-dydaktycznego (Wach, 2013), z tym że w propozycji autora chodziłoby o przedsiębiorstwa społeczne. Innymi słowy przedmiotem, który powinien się znaleźć w programach kształcenia na zarządzaniu lub ekonomii powinna być przedsiębiorczość społeczna (rys. 2).

**Rysunek 2.** Edukacja na rzecz przedsiębiorczości na studiach biznesowych.

EDUKACJA MENEDŻERSKA (EKONOMICZNA, FINANSOWA, ZARZĄDCZA)

WIEDZA

UMIEJĘTNOŚCI

POSTAWY

Znajomość zasad rynkowych

Kompetencje menedżerskie

Homo oeconomicus

EDUKACJA W ZAKRESIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI SPOŁECZNEJ

WIEDZA

POSTAWY

UMIEJĘTNOŚCI

Wiedza z zakresu ekonomii społecznej

Homo socialis

Kompetencje społeczne

Źródło: opracowanie własne.

Tego typu model edukacji na rzecz przedsiębiorczości możliwy jest na studiach pierwszego i drugiego stopnia, nie wspominając o studiach podyplomowych lub studiach typu MBA. Na najlepszych uczelniach amerykańskich realizowane są pełne curricula z zakresu przedsiębiorczości społecznej, a ich ocena znajduje odzwierciedlenie w specyficznych rankingach dot. tego typu programów (Burke 2018). Niewątpliwie, tego typu podejście wymagałoby

1. **Zakończenie**

Zmiany pokoleniowe, procesy gospodarcze, oraz decyzje polityczne zdają się zarówno promować jak i coraz częściej w sposób oczywisty uzasadniać konieczność myślenia o przyszłości w kontekście zrównoważenia w ujęciu społecznym oraz wykorzystania zasobów naturalnych.

W naznaczonej transformacją ustrojową Polsce zaczynają swoją edukację akademicką pokolenia dorastające w okresie gospodarki rynkowej, a więc świadome jej podstaw i reguł. Pojawia się więc szansa, wzbogacenia ich o wiedzę i umiejętności z pogranicza ekonomii społecznej. W „tradycyjnej” edukacji przedsiębiorczej, zamiast nieuniknionych powtórzeń treści z zakresu szeroko pojętego zarządzania, można spróbować „przemycać”, w mniej lub bardziej ewidentny sposób, treści społeczne.

Musimy pamiętać, że zmienia się również postrzeganie podmiotów gospodarczych oraz instytucji publicznych w kierunku tych, których podstawową rolą jest dostarczanie konsumentom wartości w sposób jak najbardziej zrównoważony i odpowiedzialny. Tak też definiowana jest coraz częściej rola uczelni wyższej- w ocenie jej interesariuszy powinna ona kształcić przedsiębiorczych, ale i otwartych na świat, wrażliwych społecznie młodych obywateli.

Rozwiązanie przedstawione w artykule, poparte badaniami literaturowymi, wynika z zainteresowań naukowych autorki oraz jej z jej wieloletnich doświadczeń dydaktycznych w nauczaniu przedsiębiorczości. Ograniczeniem dla zaproponowanej ścieżki kształcenia jest jednak brak jej weryfikacji w rzeczywistości akademickiej.

**Bibliografia**

Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., Vand Den Brande, L. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Publications Office of the European Union.

Bagheri, A., Lope-Pihie, Z.A. (2010). Entrepreneurial Leadership Learning: in Search of Missing Links. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 7(C): 470-479.

Baron, R. (2006). Entrepreneurship : a process perspective.

Baum, J.R. (1995). The relation of traits, competencies, motivation, strategy and structure to venture growth. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.

Belley, A., Dussault, L., Lorrain, J. (1998). Les compétences des entrepreneurs: élaboration et validation d’un questionnaire (QCE), 4ème CIFPME, Metz-Nancy.

Bellier, S. (2000). Compétences en action, expérimentations, implications, réflexions pratiques, Paris, Liaisons.

Bornstein, D. (2004). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York, NY: Oxford University Press.

Burke, E. (2018). Social Entrepreneurship Programs: 23 Universities Paving the Way, [dostęp 19.03.2018] <https://www.classy.org/blog/social-entrepreneurship-programs-19-universities-paving-the-way/>

Casson, M. (1982). The entrepreneur, Towata, NJ: Barnes & Noble Books (traduit par Pierre Jeanblanc, L’entrepreneur, Economica, 1991).

Chandler, G.N., Jansen, E. (1992). The founder’s self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business Venturing*, vol. 7, 223-236.

Charles-Pauvers, B., Schieb-Bienfait, N., Urbain, C. (2004). La compétence du créateur d’entreprise innovante, quelles interrogations ? *Revue Internationale P.M.E*, 17(1).

Dees, J.G. (1998). The meaning of social entrepreneurship, Kaufman Foundation and Stanford University, Kansas City.

Dorado, S. (2006). Social entrepreneurial ventures: different values so different creations. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 319-343.

Drucker, P.F. (1985). Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles, New York, NY: HarperCollins Publishers.

Gartner, W.B. (1993). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28.

Geryk, M. (2010). Społeczna odpowiedzialność uczelni w percepcji jej interesariuszy. Raport z badań. Oficyna Wydawnicza Szkoła główna Handlowa, Warszawa.

Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa.

Hambrick, D.C., Crozier, L.M. (1985), Stumblers and stars in the management of rapid growth. *Journal of Business Venturing*, 1, 31-45.

Hatak, I. (2011). Innovation in Entrepreneurship Education in Europe. An Analysis of New Initiatives, Implementation Processes and Associated Success Factors, Vienna University of Economics and Business – Research Institute for Co-Operation and Co- Operatives, RiCC Research Reports, 3.

Heinonen, J., & Poikkijoki, S.A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development*, 25(1), 80-94.

Hemingway, C.A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. Journal of Business Ethics, 60(3), 233-249.

Herron, L.A., Robinson, R.B. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of Business Venturing*, vol.8, 281-294.

Jamieson, I. (1984). Schools and Enterprise. W: Education for Enterprise, eds. A.G. Watts, P. Moran, Cambridge: Careers Research and Advisory Centre CRAC, 19-27.

Kuratko, D. F., Hodgetts, R. M. (2004). Entrepreneurship: Theory, Process, Practice Mason, Ohio: Thomson South Western.

Kuratko, D.F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 5, 577-598.

Laviolette E.M., Loue Ch. (2006). Les compétences entrepreneuriales: définition et construction d'un référentiel, Congrès International Francophone sur L’Entrepreneuriat et PME, CIFEPME.

Lorrain, J., Dussault, L. (1998). Relation between psychological characteristics, administrative behavior and success of founders entrepreneurs at the start-up stage. *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Babson College.

Mair, J., Noboa, E. (2003). Social entrepreneurship: how intentions to create a social enterprise get formed. Barcelona: IESE Business School Working paper No.521.

[Mars](https://muse.jhu.edu/results?section1=author&search1=Matthew%20M.%20Mars), M.M., [Slaughter](https://muse.jhu.edu/results?section1=author&search1=Sheila%20Slaughter), S., [Rhoades](https://muse.jhu.edu/results?section1=author&search1=Gary%20Rhoades), G. (2008). The State-Sponsored Student Entrepreneur, Journal of Higher Education, 79(6), 638-670.

Milton, D.G. (1989). The complete entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 9-19.

Mintzberg, H., Simons, R., Basu, K. (2002). Beyond selfishness. Sloan Management Review, 44, 67-74.

Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneurship: new models of sustainable change*. Oxford UK. Oxford University Press.

Omrane, A., Fayolle, A., Zeribi-BenSlimane, O. (2011). Les compétences entrepreneuriales et le processus entrepreneurial : une approche dynamique. *La Revue des Sciences de Gestion*, n°251, 91-100.

Pache, A. C. & Chowdhury, I. (2012). Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 494 - 510.

Pearce, J., Doh, J.P. (2005). The high impact of collaborative social initiatives. *MIT Sloan Management Review*, 46, 329-339.

Rae, D. (2000). Understanding Entrepreneurship learning: A question of How. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour & Research*, 6(3), 145-159.

Shook, Ch. L., Priem R.L. & Mcgee J.E. (2003). Venture Creation and the Enterprising Individual: A Review and Synthesis. *Journal of Management*, Vol. 29, N°3, 379-399.

Spear, R. (2006). Social entrepreneurship: a different model? *International Journal of Social Economics*, 33(5/6), 399-410.

Thornton, P. H., & Ocasio, W. (2008). Institutional logics. In R. Greenwood, C. Oliver, R. Suddaby & K. Sahlin-Andresson, (Eds.), *The Sage handbook of organizational institutionalism*, vol. 840. London: Sage.

Timmons, J.A., Spinelli, S. (2004). *New Venture Creation: Entrepreneurship For The 21st Century*. Boston USA. McGraw-Hill/Irwin.

Toutain, O., Fayolle, A. (2008). Compétences entrepreneuriales et pratiques d’accompagnement: approche exploratoire et modélisation, dans Godefroy Kizabi (Ed.). *Entrepreneuriat et accompagnement – Outils, actions et paradigmes nouveaux*, Paris : L’Harmattan, 31-72.

Tracey P., Philips N., Haugh H. (2005). Beyond philanthropy: Community enterprise as a basis for corporate citizenship. *Journal of Business Ethics*, 58(4), 327-344.

Verstraete, Th. (1999). Entrepreneuriat: connaître l’entrepreneur, comprendre ses actes. L’Harmattan, Collection Economie et Innovation.

Vesper, K.H. (1990). New venture strategies (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych, *Przedsiębiorczość-Edukacja*, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, nr 9, 249-251.

Wach, K. (2016). Edukacja przedsiębiorcza: analiza bibliometryczna polskiego piśmiennictwa. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 11-26, DOI: 10.17399/HW.2016.153401.

Waghid, Z., Oliver, H. (2017). Cultivating social entrepreneurial capacities in students through film: Implication for Social Entrepreneurship Education. *Educational Research for Social Change*, 6(2), 76-100.

White, H. (1992). Identity and control: A structural theory of social action. Princeton. NJ: Princeton University Press.

Worsham, E. L. (2012). Reflections and Insights on Teaching Social Entrepreneurship: An Interview with Greg Dees. *Academy of Management Learning & Education*, 11 (3), 442-452.

Zahra, S. A., Gedajilovic, E., Neubaum, D. O., Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurship: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519-532.