

Jan Targalski  
Małgorzata Kosała  
Agnieszka Pichur  
Akademia Ekonomiczna w Krakowie

**Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia  
Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Analiza wyników badań**

*Kształtowanie społeczeństwa przedsiębiorczego, czyli takiego, w którym przedsiębiorczość staje się udziałem znacznej jego części, jest podstawą budowania konkurencyjnej gospodarki. W takim rozumieniu kształtowanie przedsiębiorczości odnosi się do pobudzania prywatnej inicjatywy, zachęcania do tworzenia planów przedsięwzięć gospodarczych, w których zawarte są pomysły i innowacje. Intencją wprowadzenia do programu przedmiotu podstawy przedsiębiorczości i innowacji, który od 1991 roku jest wykładany na trzecim roku studiów kierunku ekonomia, jest zachęcanie do przyjęcia postawy bycia przedsiębiorczym – postawy życiowej wyrażającej się aktywnym i kreatywnym podejściem do rzeczywistości gospodarczej. Celem zajęć jest uświadomienie studentom, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa jest ścieżką rozwoju kariery zawodowej. Studentom przedmiotu przybliżana jest nie tylko teoria przedsiębiorczości, ale i doświadczenia przedsiębiorców i menedżerów w zakładaniu i prowadzeniu przedsiębiorstw. Badania ankietowe zrealizowane w grudniu 2006 roku na Akademii Ekonomicznej w Krakowie wśród słuchaczy tego przedmiotu ukazują, jaka jest motywacja studentów do podejmowania działalności gospodarczej, jakie posiadają doświadczenia i plany związane z karierą zawodową. Wyniki badań określają postawy przedsiębiorcze studentów, ale stanowią także podstawę do dyskusji nad planem zajęć przedmiotu przedsiębiorczość.*

*Dobre pomysły to zwyczajność, nie zwyczajni są ludzie, którzy je wdrażają (dostrzegają)*

Jon Goodman

Przedsiębiorczość wiązana jest z cechami i zachowaniami osób – przedsiębiorców, ich skłonnością do podejmowania ryzyka, nieustającym poszukiwaniem wyzwań, chęcią osiągania sukcesów, zdolnością do innowacji. Peter Drucker wskazuje, że przedsiębiorczość

w organizacji jest sprawą praktyki, motywacji bardziej niż osobowości. Jest pracą<sup>1</sup>. Przedsiębiorczość bazuje na ciągłym i niekończącym się procesie uczenia – uczenia się poprzez działanie (*learning by doing*). Przedsiębiorca czerpie swoją wiedzę tak samo z sukcesów, jak i porażek rynkowych<sup>2</sup>. Można wnioskować, że przede wszystkim bogate doświadczenie może owocować podejmowaniem inicjatyw gospodarczych. W swojej książce Peter Drucker podaje praktyczne przykłady osób, które stały się innowatorami dopiero na emeryturze, wykorzystując swoje bogate zawodowe doświadczenie. Z drugiej jednak strony, zachowanie przedsiębiorcy jest rezultatem przypadkowo wywołanych impulsów (instynkt, szczęście) oraz umiejętności przetwarzania rynkowych informacji<sup>3</sup>. Można uznać, że przedsiębiorczość jest cechą działania, osób z różnych grup wiekowych, z różnym doświadczeniem i motywacją.

Doświadczenie wymaga pokory i czasu, brak doświadczenia powoduje lęk przed działaniem i mnoży wątpliwości. Pojawia się nurtujące pytanie: jak kształtować postawy przedsiębiorcze i umiejętność wykorzystywania szans rynkowych? Znaczącą rolę w tym procesie odgrywa edukacja, zaczynając od szkoły podstawowej, a kończąc na szkołach wyższych, w których kształtowanie postaw przedsiębiorczych polega na przygotowaniu do działalności gospodarczej, nakłanianiu do baczego obserwowania i naśladowania działań przedsiębiorczych, podejmowania praktyk, prac sezonowych, a wreszcie do zakładania własnych firm. Istotą działalności gospodarczej jest *angażowanie zasobów dnia dzisiejszego w przyszłe oczekiwania*<sup>4</sup>, co zawsze oznacza niepewność i ryzyko, którego nie odsunie nawet bogata praktyka. Natomiast zawsze można je ograniczyć, a nawet skalkulować, dzięki wiedzy i umiejętności jej wykorzystania. Promowanie postaw przedsiębiorczych wymaga także wyrozumiałości dla niepowodzeń, którą można wzmocnić przedstawiając studentom uwarunkowania i prawidłowości rozwoju przedsiębiorstw.

### **Postawy przedsiębiorcze – wyniki badań**

Prezentowane badania postaw przedsiębiorczych studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie były realizowane od grudnia 2006 roku do stycznia 2007 r. Ankieta badawcza została skierowana do studentów trzeciego roku kierunku ekonomia. Ankietowani studenci w semestrze zimowym roku akademickiego 2006/2007 byli słuchaczami wykładu *Podstawy przedsiębiorczości* oraz uczestniczyli w ćwiczeniach do tego

---

<sup>1</sup> P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992.

<sup>2</sup> M. Minniti, W. Bygrave, *A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning, Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University, 2001,

<sup>3</sup> Tamże, s. 5.

<sup>4</sup> P. Drucker, dz. cyt., s. 34.

przedmiotu. Intencją tego przedmiotu jest zachęcanie do bycia przedsiębiorczym, wykształcenie postawy życiowej wyrażającej się aktywnym i kreatywnym podejściem do rzeczywistości gospodarczej. Celem zajęć jest uświadomienie studentom, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa może być alternatywną ścieżką kariery zawodowej<sup>5</sup>. Celem realizowanych badań było nie tylko ukazanie motywacji studentów do podejmowania działalności gospodarczej oraz ustalenie jakie posiadają doświadczenia i plany związane z karierą zawodową, ale również uzyskanie odpowiedzi na pytanie, jak duża jest grupa osób, które założenie działalności gospodarczej traktują jako ścieżkę kariery zawodowej. Badania te nawiązują do wcześniejszych badań ankietowych, w których respondentami byli absolwenci specjalności *Przedsiębiorczość i innowacje* z lat 1995–2001. Miały one na celu zweryfikowanie założeń programowych prowadzonej specjalności akademickiej, a także uzyskanie informacji zwrotnych o rzeczywistych doświadczeniach i karierach zawodowych absolwentów<sup>6</sup>.

Grupa objęta badaniem to blisko 300 osób, które według list z dziekanatu zapisane były na kierunek ekonomia i miały uczestniczyć w zajęciach. Na ankietę odpowiedziały 222 osoby. Po sprawdzeniu poprawności wypełnienia ankiet do analizy zakwalifikowanych zostało 216 arkuszy z odpowiedziami.

**Tabela 1. Ankietowani – wiek, miejsce zamieszkania**

<b>Wiek</b>	<b>Liczba osób</b>
21	145
22	53
23	12
24	1
20	5
<b>Wielkość miejsca pochodzenia</b>	<b>Liczba osób</b>
Miasto ponad 500 tys.	31
Miasto 200–500 tys.	38
Miasto 100–200 tys.	12
Miasto 20–100 tys.	71
Miasto poniżej 20 tys.	21
Wieś	42
bd	1

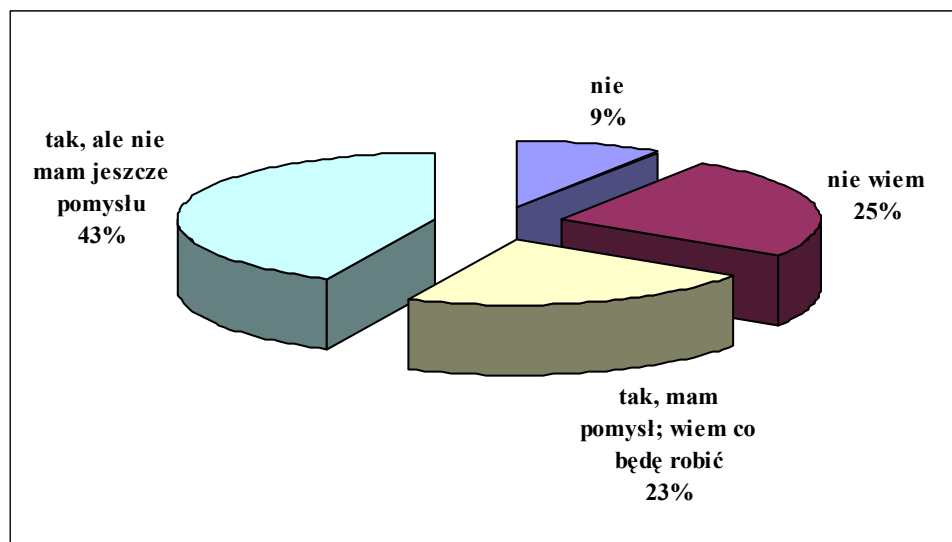
*Źródło: opracowanie własne*

<sup>5</sup> W badaniach ekonomicznych determinantów przedsiębiorczości Aleksandra Gawęł wyróżniła i porównała trzy alternatywne profile zawodowe; przedsiębiorcy, quasi-przedsiębiorcy (samozatrudnionego) i bezrobotnego. Zob.: A. Gawęł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2007.

Poprawnie na pytania zawarte w ankiecie odpowiedziało 216 osób. Większość osób to studenci w wieku 21 lat – 145 osób (tabela 1). Studenci w większości byli absolwentami liceum ogólnokształcącego – 213 osób, jedynie 3 osoby ukończyły technikum (handlowe i ekonomiczne). Z 216 studentów kierunku ekonomia, 23 osoby wskazały, że studiują równolegle na innych kierunkach studiów: 9 osób realizowało inne kierunki na Akademii Ekonomicznej, pozostałych 14 osób studiowało na innych uczelniach. Ankietowani studenci w większości pochodzili ze średniej wielkości miast liczących między 20 tysięcy a 100 tysięcy mieszkańców (tabela 1).

Studenci w opracowanej ankiecie zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy rozważają możliwość założenia działalności gospodarczej. Aż 66% ankietowanych odpowiedziało na to pytanie pozytywnie, jednakże 43% całej badanej grupy jeszcze nie ma pomysłu, jaka to będzie działalność, a 23% studentów ma skonkretyzowaną wizję. Jedynie 9% deklaruje, iż nie zamierza zakładać własnej działalności. Pozostała grupa – 25% – nie określiła swych zamierzeń w tej kwestii (rysunek 1). Powyższe wyniki sugerują, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa jest poważnie rozważane jako ścieżka kariery zawodowej.

**Rysunek 1. Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?**

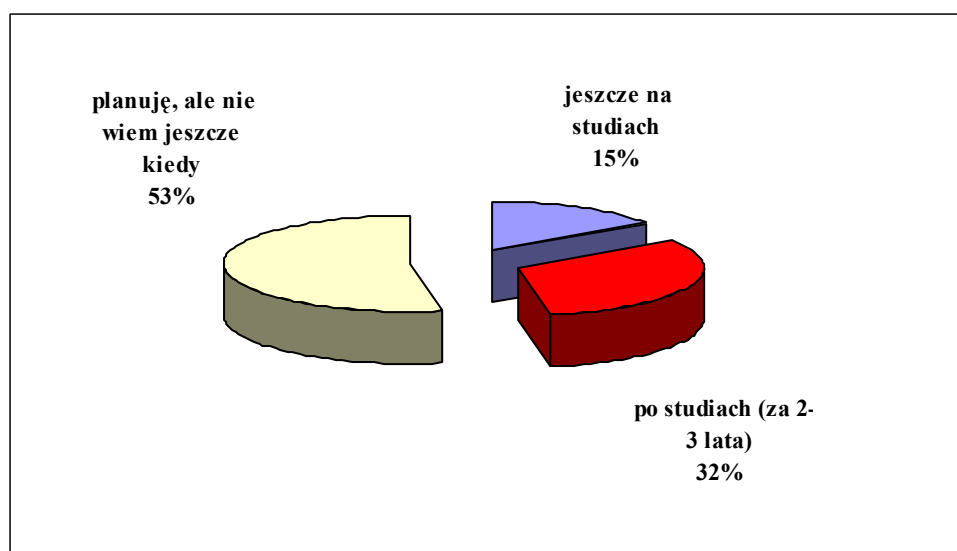


*Źródło: opracowanie własne*

<sup>6</sup> Por. J. Targalski, *Graduates of the Entrepreneurship Programme in Polish business*, „Northern Economic Review” 2002, nr 32, Special Issue on Universities & Entrepreneurship, Edited by Ian Stone. Northumbria University 2002.

Odpowiedzi na pytanie: *Kiedy planujesz założenie firmy?* potwierdzają pozytywne nastawienie do działalności gospodarczej. Spośród osób, które rozważają założenie własnej firmy (142 osoby – 66% ankietowanych) 15% chce swoje plany realizować jeszcze na studiach, natomiast 32% respondentów – zaraz po ich zakończeniu (rysunek 2).

**Rysunek 2 Kiedy planujesz założenie firmy?**



*Źródło: opracowanie własne*

Osoby, które rozważają założenie własnej firmy zostały poproszone (pytanie zamknięte – wielokrotnego wyboru), aby wskazały, co je motywuje do założenia przedsiębiorstwa. Ankietowani podkreślali chęć bycia niezależnym, oczekiwanie na większe korzyści finansowe. Niewiele osób wskazywało na negatywną motywację – obawę przed nieznalezieniem atrakcyjnej pracy (tabela 2).

**Tabela 2. Co motywuje planujących działalność gospodarczą?**

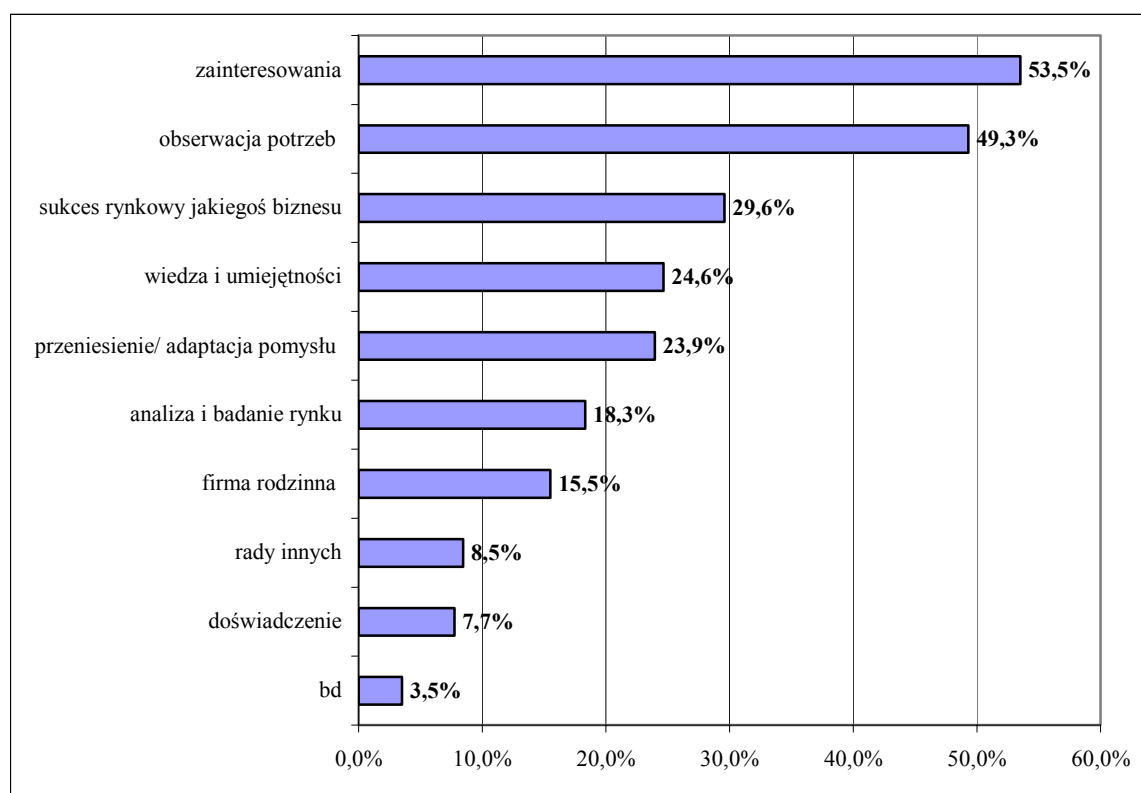
Motywacje	Liczba wskazań	%
chęć bycia niezależnym	118	83,1%
liczę na większe korzyści finansowe	86	60,6%
realizacja własnych zainteresowań	52	36,6%
liczę na elastyczne godziny pracy	43	30,3%
tradycje i biznes rodzinny	23	16,2%
chcę wykorzystać swoje doświadczenie i wiedzę	21	14,8%
mam pomysł	19	13,4%
lubię ryzyko	16	11,3%
samozatrudnienie	16	11,3%

boję się że nie znajdę atrakcyjnej pracy	13	9,2%
mam kapitał	6	4,2%
inne	2	1,4%
<b>Liczba osób odpowiadających</b>		<b>142</b>

Źródło: opracowanie własne

Do rozpoczęcia działalności gospodarczej prowadzi właściwa każdemu motywacja, jednak przyczynkiem do sukcesu jest „dobry” pomysł. Osoby, które rozważają założenie działalności (142) wskazały, skąd będą czerpać (czerpią) pomysły na własny biznes. Większość respondentów wskazuje na własne zainteresowania, równocześnie duża grupa osób koncentruje się na analizie rynkowych potrzeb. Według wskazań, ważny dla pomysłu na biznes będzie sukces innego, obserwowanego przedsiębiorstwa oraz posiadana wiedza i umiejętności. Niezbyt wiele osób wskazuje, że w tej kwestii słucha rad innych. Zdziwiał niski wskaźnik odpowiedzi, że źródłem pomysłu staną się doświadczenia zawodowe (rysunek 3).

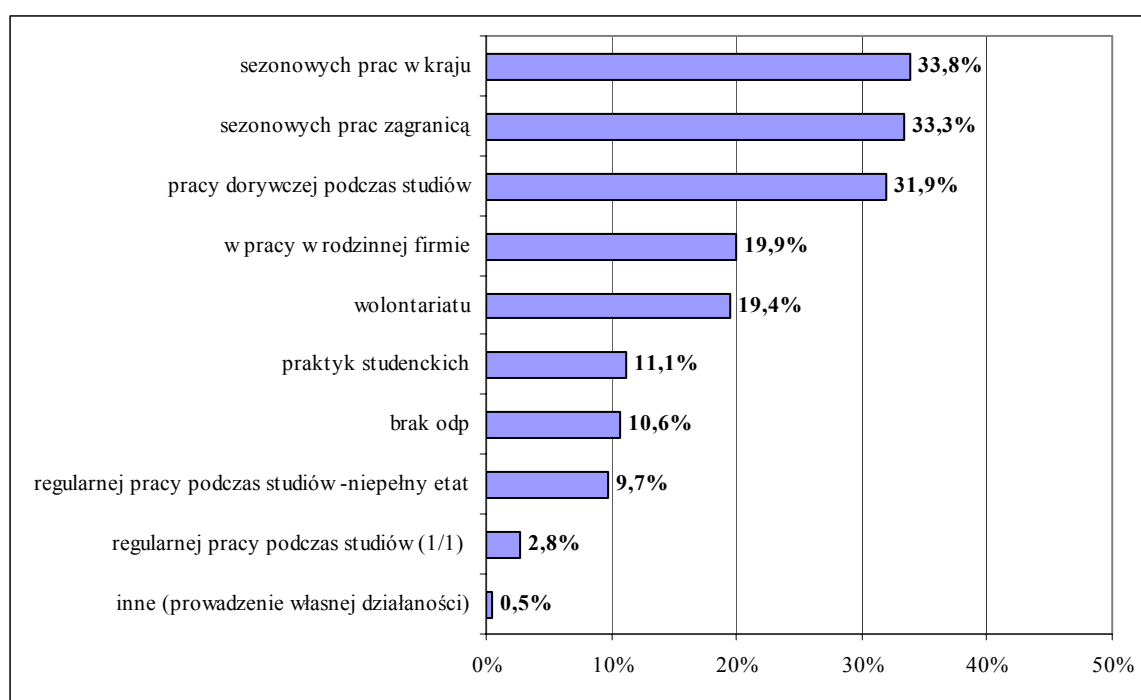
**Rysunek 3. Źródła pomysłów na własną działalność**



Źródło: opracowanie własne

Niewiele wskazań na doświadczenie jako źródło pomysłu można by tłumaczyć faktem, że studenci nie mają jeszcze dużego doświadczenia zawodowego. Temu jednak przeczą odpowiedzi na kolejne pytanie. Wszyscy ankietowani (216 osób) wskazywali na posiadane doświadczenie (rysunek 4). Najwięcej praktyki studenci nabywają podczas prac sezonowych w kraju i za granicą, pracy w trakcie studiów, pracy w rodzinnej firmie czy wolontariacie. Co prawda ankietowani nie wskazali doświadczenia jako źródła pomysłu na własną firmę, jednak jest ono niewątpliwie (może jeszcze nieświadomym i niedocenianym) kapitałem postaw przedsiębiorczych.

**Rysunek 4. Doświadczenie zawodowe ankietowanych**

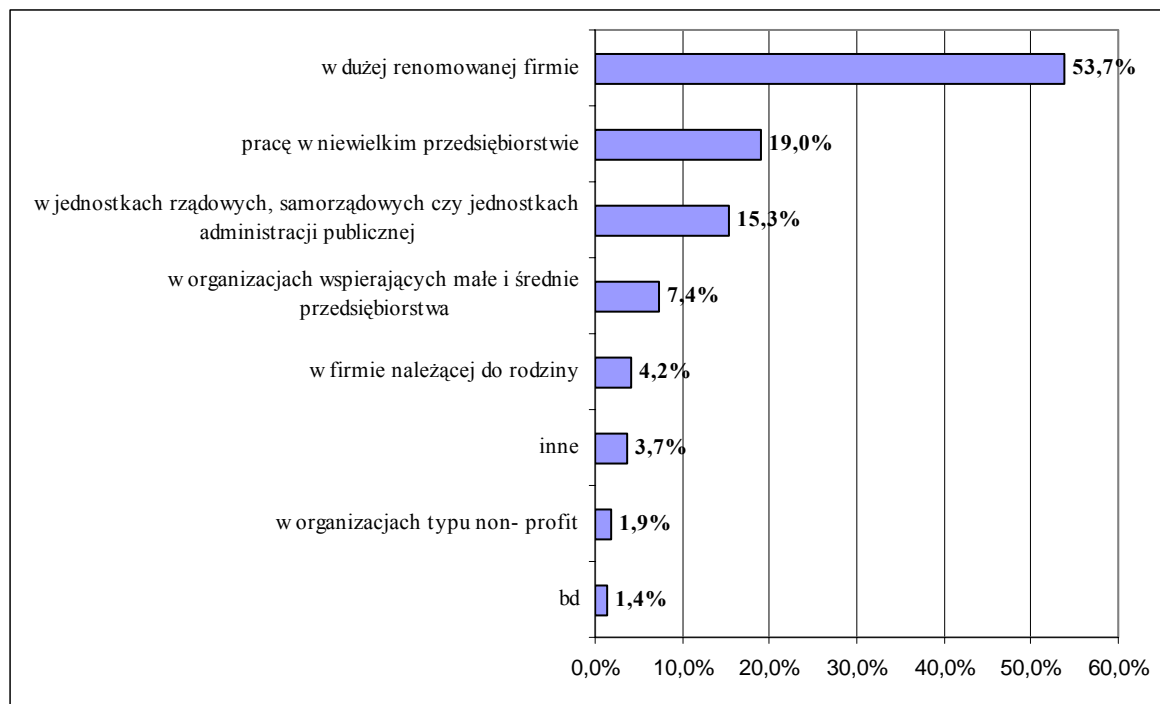


*Źródło: opracowanie własne*

Ponad połowa ankietowanych (53,7%) zapytana o preferencje w wyborze praktyk studenckich wskazała, że chce je odbyć w dużej renomowanej firmie. Ten wskaźnik odpowiedzi, jak i przedstawiona wcześniej, deklaruje ponad połowę ankietowanych chęć prowadzenia własnej działalności gospodarczej skłania do zastanowienia. Prawdopodobnie ankietowani chcą uczyć się od przedsiębiorstw o ugruntowanej pozycji rynkowej i z dużym doświadczeniem działania na rynku. „Poszukiwanie przedsiębiorczości” w dużych firmach jest jak najbardziej słuszne. Nie każda bowiem mała nowa firma jest

przedsiębiorcza<sup>7</sup>. Jedynie 19% wskazań dotyczyło możliwości podjęcia praktyki studenckiej w niewielkim przedsiębiorstwie (rysunek 5).

**Rysunek 5. Preferencje w wyborze praktyk studenckich**



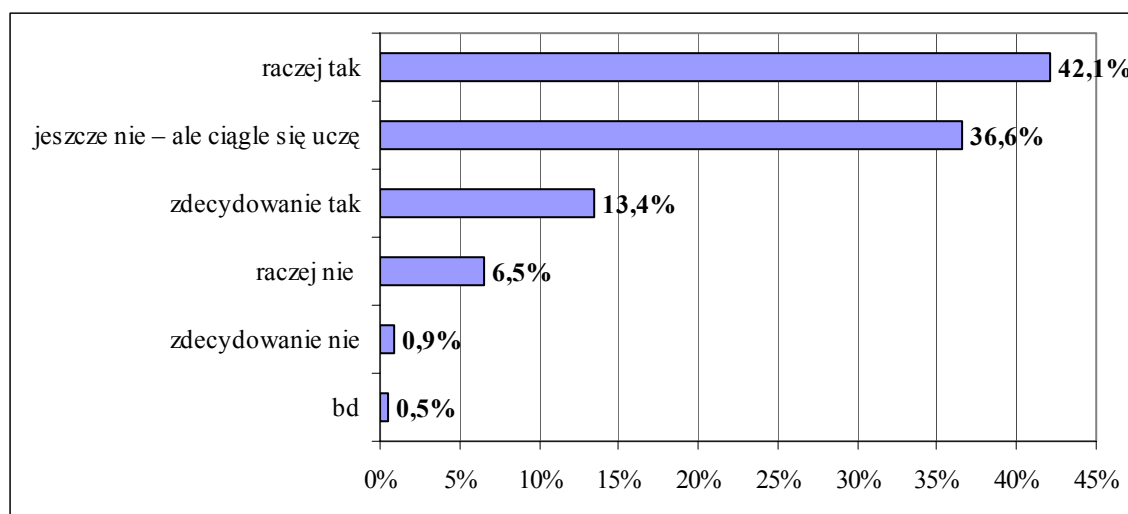
Źródło: opracowanie własne

W dalszym pytaniu studenci zostali poproszeni o dokonanie samooceny swojej przedsiębiorczej postawy (rysunek 6). Ponad połowa badanych (55,5%) pozytywnie weryfikuje swoją postawę w tej kwestii, przy czym 42% wykazuje wahanie zaznaczając odpowiedź *raczej tak*, a 13% prezentuje postawę zdecydowaną. Blisko 40% uważa, że jeszcze nie może uznać siebie za osoby przedsiębiorcze, ale z zaznaczeniem, iż ciągle się uczą, by takimi być. Odsetek osób, które źle oceniły swoją postawę przedsiębiorczą jest niewielki, stanowi w wersji radykalnej niecały 1% badanych, a ogółem niewiele ponad 7% ogółu badanych studentów.

<sup>7</sup> P. Drucker, dz. cyt., s.31.



**Rysunek 6. Samoocena postawy przedsiębiorczej**



*Źródło: opracowanie własne*

Przy szczegółowej analizie odpowiedzi uzyskanych w pytaniu zamkniętym – wielokrotnego wyboru, a odnoszącym się do cech osobowości składających się na postawę przedsiębiorczą, niewiele wskazań odniosło się do pomysłowości – zaledwie 28% (tabela 3). Najwięcej badanych wskazało na potrzebę osiągnięć, zdolność współpracy z ludźmi i spostrzegawczość, które kształtowały się na poziomie 45% udzielonych odpowiedzi. Najmniej wskazań dotyczyło umiejętności podejmowania ryzyka (19,4%), inicjatywy (14,4%) i wszechstronnej wiedzy (12,5%).

**Tabela 3. Cechy osobowości**

Cechy	Liczba wskazań	%
potrzeba osiągnięć	100	46,3%
zdolność współpracy z ludźmi	97	44,9%
spostrzegawczość	90	41,7%
upór, zdecydowanie	81	37,5%
wiara w siebie	62	28,7%
pomysłowość, twórczość	60	27,8%
otwartość na sugestie i krytykę	60	27,8%
elastyczność	59	27,3%
zdolność przewidywania	59	27,3%
optymizm	57	26,4%
energiczność	55	25,5%
chęć zysku	54	25,0%

niezależność	52	24,1%
pozytywne nastawienie do nowych sytuacji	49	22,7%
chęć przewodzenia	44	20,4%
umiejętność podejmowania ryzyka	42	19,4%
inicjatywa	31	14,4%
wszechstronna wiedza	27	12,5%
bd	1	0,5%

*Źródło: opracowanie własne*

## **Wnioski**

Wyniki przeprowadzonych badań dotyczących postaw przedsiębiorczych studentów pozwalają na określenie oczekiwań studentów, ich motywacji do podejmowania działalności gospodarczej, posiadanych doświadczeń i planów dotyczących kariery zawodowej.

Wysoka skłonność do podejmowania działalności gospodarczej (66%) przy wysokim deklarowanym braku pomysłu na własną firmę (43% wskazań), która stanowiła aż 65% w tej grupie, skłania do podkreślenia tej problematyki w programach kształcenia w zakresie przedsiębiorczości. Istotnym problemem jest to, że studenci nie doceniają wagi i roli własnych zainteresowań. Zainteresowania mogą stanowić załączek własnej działalności gospodarczej i w konsekwencji przełożyć się na większe zaangażowanie i prawdopodobieństwo powodzenia przyszłej firmy. Podobnie dzieje się w przypadku pozyskanego już doświadczenia zawodowego, jakie posiadają studenci, a które jest pomijane jako źródło pomysłu na własną działalność gospodarczą. Świadczyć to może o konieczności weryfikowania i ukierunkowywania podejmowanych prac, ale i o eksponowaniu wartości dotychczas podejmowanych inicjatyw i doświadczenia zawodowego. Być może przyczyną tkwi w małej kreatywności i umiejętności adaptowania pomysłów do realiów rynkowych. Na niski poziom pomysłowości wskazują zresztą sami studenci, gdyż wymieniając cechy własnej osobowości jedynie niecałe 28% wskazało na tę cechę. Barię na drodze do własnej firmy jest również niski poziom skłonności do podejmowania ryzyka, gdyż tylko 19% studentów wskazuje na tę cechę. Można by zatem sugerować, by w programie kształcenia w zakresie przedsiębiorczości położyć większy nacisk na zagadnienia dotyczące ryzyka (podejmowanie decyzji, analiza, ograniczanie, funkcjonowanie w niepewnych warunkach). Najmniej wskazań podczas analizy cech przedsiębiorczej osobowości dotyczyło podejmowania inicjatywy (14,4%) i posiadania wszechstronnej wiedzy (12,5%). Wyniki te sugerują konieczność pobudzania aktywności, chociażby poprzez angażowanie studentów w projekty. Ważkim

zagadnieniem staje się również umiejętność łączenia wiedzy pozyskanej na dotychczasowych etapach edukacji i przygotowanie do praktyki gospodarczej, tym bardziej, że 47% w badanej grupie planuje założyć na studiach lub w przeciągu 2–3 lat po ich ukończeniu własną firmę. Rozwiązaniem mogłyby być zintensyfikowane kontakty z biznesem.

## **Bibliografia**

P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992.

A. Gawęł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2007.

M. Minniti, W. Bygrave, *A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University, 2001.

J. Targalski, *Graduates of the Entrepreneurship Programme in Polish business*, „Northern Economic Review” 2002, nr 32, Special Issue on Universities & Entrepreneurship, Edited by Ian Stone. Northumbria University 2002.

## **Abstract**

*In the European Union there has been a growing interest in education of entrepreneurship. Programs and agendas present ideas for shaping entrepreneurial attitudes of groups at different age. Entrepreneurship is fundamentally viewed as a process of creating value, both by individuals and organizations. It is described as the outcome of superior alertness possessed by selected individuals in the population. But, once an opportunity is recognized, can entrepreneurs go for its exploitation? Are we able to train entrepreneurial individuals? This paper is a contribution to the research on entrepreneurial attitude among young people. The article is based on a survey conducted at the Cracow University of Economics among third year students who attended an academic course on entrepreneurship. The article synthesizes students' opinions, experience and plans for the nearest future. The research focuses on the question whether the young people consider being an entrepreneur as a path for professional career. Collected data could be used as a basis for discussion on curriculum of a course on entrepreneurship at universities.*

## **Noty o Autorach**

**Jan Targalski** jest profesorem, kierownikiem Katedry Przedsiębiorczości i Innowacji na Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Od początku lat 90. interesuje się naukowo problematyką przedsiębiorczości i zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami, warunkami ich powstawania i prawidłowościami rozwoju.

**Małgorzata Kosala** pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Jej naukowe zainteresowania dotyczą tematyki zarządzania organizacjami, rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień w zakresie innowacyjności i kreatywności.

**Agnieszka Pichur** jest adiunktem w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Jej naukowe zainteresowania dotyczą wspierania przedsiębiorczości, zarządzania w przedsiębiorstwach rodzinnych i sektorze MSP. Zainteresowania i projekty badawcze dotyczą także informatyzacji oraz internetu