

**Czy przedsiębiorczości można się nauczyć  
– wpływ edukacji na rozwój przedsiębiorczości**

*Podstawowe informacje na temat edukacji przedsiębiorczości oraz standardy obowiązujące w tej nauce mogą odgrywać rolę ważnych czynników wpływających na rozwój przedsiębiorczości.*

Jeśli prawdziwe jest stwierdzenie, że to ludzie zmieniają świat, to do grona najbardziej, aktywnych inicjatorów zmian i odkrywców nowych możliwości można zaliczyć przedsiębiorców<sup>1</sup>. Obecnie zarówno naukowcy, jak i praktycy doceniają olbrzymią rolę, jaką pełni przedsiębiorca w rozwoju świata, zarówno pod względem gospodarczym, jak i społecznym. Przedsiębiorcy są bezpośrednimi uczestnikami procesów gospodarczych, a ich wiedza, zaangażowanie oraz wizjonerskie spojrzenie nie tylko decydują o losach firmy, ale kształtują nową rzeczywistość. Cechy charakteru, potencjał, jakim muszą dysponować przedsiębiorcy, działanie zgodne z „duchem czasów” sprawiają, że liczebność tej grupy ludzi jest ograniczona w każdym społeczeństwie. Biorąc pod uwagę olbrzymi wpływ przedsiębiorców na rozwój gospodarczy i społeczny świata ważne jest, aby liczebność tej grupy nie tylko nie malała, ale wykazywała tendencje wzrostowe.

Analizując dokonania przedsiębiorców, ich olbrzymią aktywność, trudno nie zadać sobie pytania, czy każdy może zostać przedsiębiorcą, czy też „takim” się trzeba urodzić? Wśród ekonomistów, socjologów czy psychologów jest wielu sceptyków, którzy nie wierzą w możliwość wyodrębnienia wzorcowej osobowości typowego przedsiębiorcy. Trudno więc jednoznacznie określić cechy, decydujące o aktywności zawodowej przedsiębiorców, jednak można wyodrębnić te, które dominują i są charakterystyczne dla większości ludzi podejmujących przedsiębiorcze działania. Są to cechy związane z osobowością dynamiczną,

---

<sup>1</sup> A.J. Mayo, N. Nohria, *Czas rekinów. Liderzy amerykańskiego biznesu*, Harvard Business School Press, Helion, Gliwice 2007, s. 9.

nieschematyczną i nonkonformistyczną<sup>2</sup>. Można założyć, że przedsiębiorcy charakteryzują się pewnymi cechami, które sprzyjają „byciu przedsiębiorcą”. T. Gruszecki wskazał następujące cechy charakterystyczne<sup>3</sup>:

- zdolność i gotowość do podejmowania inicjatyw,
- akceptacja ryzyka,
- zdolność do podejmowania długotrwałego wysiłku,
- zdolność do rozumienia i prognozowania potrzeb rynku,
- akceptowanie dużej liczby obowiązków,
- umiejętność podejmowania decyzji w oparciu o niepełne informacje lub ich brak,
- umiejętność kojarzenia różnorodnych informacji,
- umiejętność kierowania ludźmi, wzbudzania w nich zaufania i entuzjazmu.

Przedsiębiorcy, jak każda zbiorowość, charakteryzują się cechami czy zachowaniami ocenianymi przez społeczeństwo korzystnie bądź nie. Przedstawione powyżej cechy przedsiębiorców stanowią pozytywne wzorce, które różnią się od negatywnych stereotypów<sup>4</sup>.

Przedsiębiorcy to osoby o silnym charakterze, umiejętnie samodyscyplinujące się, które czerpią z zasobu wyjątkowych cech osobowościowych, intelektu i doświadczeń<sup>5</sup>. Przedsiębiorcę, na tle innych grup zawodowych, wyróżnia umiejętność zrozumienia i oceny pojawiających się okazji. Z pewnością ważną cechą każdego przedsiębiorcy jest jego zdolność do podejmowania ryzyka i odwaga – przedsiębiorcy muszą angażować się w prace, które są nie tylko obarczone dużym ryzykiem, ale również nie przynoszą stałego, pewnego dochodu. Przedsiębiorcy powinni charakteryzować się „mądrą arogancją”, gdyż muszą mieć olbrzymie zaufanie do siebie, wierzyć w swoje możliwości i umieć przetrwać trudne sytuacje. Powinni oni być przygotowani na wykorzystanie możliwości, których nie brali pod uwagę podczas planowania i umiejętnie dopasowywać swój pomysł do zaistniałej sytuacji<sup>6</sup>.

Najistotniejszą cechą przedsiębiorców jest przedsiębiorczość, a bycie przedsiębiorczym oznacza bycie innowacyjnym i zdolnym do ponoszenia ryzyka, co znajduje odzwierciedlenie w dążeniu do wzrostu firmy. Przedsiębiorczość indywidualna jest uznawana za siłę napędową gospodarki. Najczęściej jej przejawem jest założenie nowego przedsiębiorstwa, czuwanie nad prawidłowym funkcjonowaniem firmy, podejmowanie

---

<sup>2</sup> K. Safin *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji*, [w:] K. Jaremczuk (red.), *Rozwój Przedsiębiorczości*, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2004, s. 45.

<sup>3</sup> T. Gruszecki, *Przedsiębiorca*, Cedor, Warszawa 1994, s. 75.

<sup>4</sup> Szerzej: M.F.R. Kets de Vries, *The dark side of entrepreneurship*, „Harvard Business Review” 1985, nr 6.

<sup>5</sup> S. Faris, *Are entrepreneurs born or made?*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999, <http://www.celcee.edu/products/digest/99Dig-1.html>.

<sup>6</sup> A. Bhidé, *How entrepreneurs craft strategies that work*, „Harvard Business Review” 1994, marzec–kwiecień.

ryzyka i ponoszenie całkowitej odpowiedzialności za losy firmy. Przedsiębiorczość przybiera postać przedsięwzięć, dla których impulsem jest dostrzeżenie okazji w otoczeniu<sup>7</sup>.

Wyjątkowe cechy, jakie są przypisywane przedsiębiorcom nie oznaczają, że „bycie przedsiębiorcą”, jest genetycznie uwarunkowane. Często stawiane pytanie: *Are entrepreneurs born or made* stale uzyskuje tę samą odpowiedź – przedsiębiorcą się nie rodzi, lecz zostaje.

Istnieją również wyjątkowe przyczyny, dla których te, a nie inne osoby decydują się na podjęcie działalności gospodarczej i zmaganie z dużą niepewnością i ryzykiem. Niemal każdy poświęca wiele wysiłku na zarabianie pieniędzy, jednak nie każdy zakłada własne przedsiębiorstwo. Można więc wnioskować, że motywacja ekonomiczna (chęć zdobywania pieniędzy) nie jest jedynym powodem działania przedsiębiorców.

Przesłanki, które decydują o „zostaniu przedsiębiorcą” są różne i wynikają ze splotu wielu czynników: osobowościowych, rodzinnych i społecznych oraz ekonomicznych<sup>8</sup>. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że nie zawsze głównym motywem działania przedsiębiorcy jest zysk. Przedsiębiorca decydujący się na podjęcie działalności gospodarczej, tak naprawdę dokonuje wyboru pomiędzy pracą najemną (w „czyjejś” firmie), samozatrudnieniem (praca we własnym przedsiębiorstwie) oraz byciem bezrobotnym. Decyzje przedsiębiorców o założeniu własnej firmy często wynikają z niechęci do pracy w dużej korporacji, w której praca ogranicza swobodę, a grupy społeczne, jakimi są kobiety czy mniejszości rasowe, w pracy na własny rachunek widzą szansę na rozwój, odniesienie sukcesu, a przede wszystkim niezależność. W Stanach Zjednoczonych można dostrzec zwrot kulturowy w stronę samozatrudnienia, a swoisty „duch przedsiębiorczości” coraz częściej decyduje o powoływaniu własnego przedsiębiorstwa<sup>9</sup>.

W literaturze tematu wyraźnie podkreśla się, że korzystne cechy przedsiębiorców mogą zostać wykształcone i wzmocnione przez naukę. Bardzo istotną rolę odgrywa umiejętność obiektywnej oceny własnego potencjału i uznanie, że kwalifikacje i gruntowna wiedza wymagają stałego doskonalenia się i pracy nad sobą<sup>10</sup>. Na barkach każdego przedsiębiorcy spoczywa odpowiedzialność wobec pracowników, otoczenia, jak i samego siebie. W związku z tym istotne wydaje się uświadamianie i kształtowanie tych cech przedsiębiorców oraz sposobów działania, które z punktu widzenia specyfiki małej firmy są najistotniejsze.

---

<sup>7</sup> T. Kraśnicka, *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 6.

<sup>8</sup> F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003, s. 181.

<sup>9</sup> J.A. Timmons *The entrepreneurial mind: winning strategies for starting, renewing and harvesting new and existing ventures*, <http://www.celcee.edu/books/c96055.html>.

<sup>10</sup> E. Otoliński, *Istota i kreowanie przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 1996, nr 6.

Tego rodzaju działania można realizować dzięki szeroko rozumianej edukacji, skierowanej zarówno do młodych ludzi (dopiero wybierających ścieżkę kariery zawodowej), jak i osób, które dysponując praktyką zawodową, podejmują decyzję o założeniu własnej firmy. Kierując się doświadczeniami krajów, postrzeganych jako szczególnie sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości (np. USA) można uznać, że właśnie edukacja połączona ze społeczną akceptacją przedsiębiorczych postaw (a nawet uznaniem dla osób podejmujących przedsiębiorcze wyzwania) może stanowić istotny bodziec propagujący i stymulujący przedsiębiorczość. Podstawę edukacji „przedsiębiorczości” stanowi założenie, że programy te powinny traktować naukę w tym obszarze, jako długotrwały proces, który wspomaga przedsiębiorcę na każdym etapie kariery w biznesie. Dzięki długoletniemu doświadczeniu w nauce przedsiębiorczości ustalono zasady, które mogą stanowić podstawę edukacji<sup>11</sup>:

- Przedsiębiorcą nie rodzimy się, lecz stajemy, dzięki życiowemu doświadczeniu;
- Przedsiębiorcy są bardzo zróżnicowaną populacją ludzi, jednak ich cechą wspólną jest gotowość do podejmowania ryzyka, w celu osiągnięcia zysku;
- Każdy może zostać przedsiębiorcą w każdym wieku;
- Pomimo braku jedności w ocenie wpływu wykształcenia na założenie własnej firmy, przyjmuje się, że przedsiębiorcy powinni kształcić się i zdobywać umiejętności z zakresu komunikacji, zarządzania, marketingu, ekonomii, matematyki, finansów oraz obsługi komputera;
- Inicjatywy gospodarcze podejmowane przez przedsiębiorców kreują nowe miejsca pracy;
- Przedsiębiorczości nie można się nauczyć, ograniczając edukację jedynie do lektury książek akademickich, niezbędne są zajęcia warsztatowe, pozwalające na zdobycie praktycznych umiejętności;
- Edukacja na temat przedsiębiorczości powinna objąć pracowników małych firm, gdyż pozwala im skuteczniej rozwijać się, dzięki znajomości specyfiki small biznesu;
- Przedsiębiorców można znaleźć wszędzie, bez względu na realizowaną aktywność zawodową
- Nauka przedsiębiorczości jest istotna na każdym poziomie edukacji;
- Sukces w odniesieniu do przedsiębiorcy oznacza osiągnięcie założonych celów, czasami tym celem może być zapewnienie firmie szybkiego wzrostu.

Zaprezentowane założenia, które leżą u podstaw nauki przedsiębiorczości, wyraźnie podkreślają zarówno istotną rangę takich działań, jak i korzyści z nich wynikające (tabela 1).

---

<sup>11</sup> <http://www.entre-ed.org/>

**Tabela 1 . Korzyści wynikające z nauki przedsiębiorczości na różnych poziomach nauczania**

| Poziom nauczania           | Korzyści                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Poziom podstawowy</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• uświadomienie sobie możliwości wyboru różnych dróg kariery zawodowej (oraz bycia przedsiębiorcą jako jednej z nich),</li> <li>• uświadomienie znaczenia działań podejmowanych przez przedsiębiorców dla rozwoju społecznego i gospodarczego,</li> <li>• przyswojenie podstawowych zasad ekonomii i zasad finansowych,</li> <li>• znajomość etapów zakładania firmy,</li> <li>• poznawanie zasad etyki,</li> <li>• wzrost świadomości „utruty kontroli” nad podjętymi działaniami.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Poziom średni</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• wyraźne uświadomienie roli przedsiębiorców w rozwoju kraju,</li> <li>• zapoznavanie się z literaturą z zakresu ekonomii, zasad gospodarki kapitalistycznej, finansów,</li> <li>• poznawanie podstaw biznesplanu,</li> <li>• zapoznavanie się z procesem podejmowania ryzyka,</li> <li>• odkrywanie potencjalnych szans biznesowych i poznawanie zasad szacowania kosztów związanych z ich wykorzystaniem,</li> <li>• warsztaty na temat źródeł konfliktów i możliwości ich rozwiązywania, negocjacji, marketingu sprzedaży,</li> <li>• reorientacja w kierunku bycia wykształconym, świadomym swoich praw konsumentem.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Poziom zaawansowany</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• wykreowanie umiejętności przedsiębiorczego myślenia, w taki sposób, aby uzyskać wiedzę na temat działań niezbędnych do założenia własnej firmy,</li> <li>• nauka tworzenia biznesplanów,</li> <li>• przyswajanie podstawowych umiejętności marketingowych,</li> <li>• nauka zarządzania ryzykiem,</li> <li>• identyfikowanie dostępnych źródeł kapitału,</li> <li>• poznawanie metod przekształcania problemów w szansę,</li> <li>• przyswajanie zasad HRM,</li> <li>• przyswajanie podstawowych zasad rachunkowości,</li> <li>• angażowanie się w praktyki etyczne w biznesie,</li> <li>• zdobywanie wiedzy z zakresu zarządzania finansami,</li> <li>• zdobywanie umiejętności niezbędnych na etapie zakładania firmy,</li> <li>• zdobywanie wiedzy na temat przyczyn porażek przedsiębiorstw,</li> <li>• szczegółowe opracowywanie poszczególnych części biznes planu,</li> <li>• nauka wykorzystania strategii, jako narzędzia realizacji pomysłów.</li> </ul> |

Źródło: <http://www.entre-ed.org/>

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości powinna przynieść korzyści w postaci: wzrostu poczucia własnej wartości, wiary we własne siły, umiejętności zarządzania samym sobą, poczucia odpowiedzialności, uzyskania silnej motywacji do działania, umiejętności

pracy w grupie, komunikacji interpersonalnej, umiejętności radzenia sobie z problemami oraz kreatywności.

Z pewnością lista korzyści, jakie stają się udziałem osób kształcących się, będzie zależała od indywidualnych cech personalnych tych osób oraz ich celów życiowych. Jednak można uznać, że główny nacisk został położony na samodzielność, samoświadomość i umiejętność podejmowania wyzwań, zgodnych z wyznaczonymi sobie celami. Nawet jeśli nie przyniesie to korzyści w postaci założenia własnej firmy, to taka oferta edukacyjna stwarza możliwości budowania społeczeństwa odważnego, które czuje się odpowiedzialne za siebie i „chce wziąć swój los w swoje ręce”.

System edukacji adresowany do obecnych lub potencjalnych przedsiębiorców z pewnością może przynieść trudne do przecenienia korzyści postaci: większej liczby zakładanych przedsiębiorstw, zwiększenia liczby aktywnych firm, zmniejszenia liczby upadających przedsiębiorstw oraz coraz większego zainteresowania nie tylko przetrwaniem, ale przede wszystkim rozwojem przedsiębiorstw. Czerpiąc wzorce z krajów, które mają większe doświadczenie w propagowaniu przedsiębiorczości można uznać, że oferta edukacyjna skierowana do przedsiębiorców powinna być bardzo zróżnicowana, niejako tworzona w odpowiedzi na aktualne zapotrzebowanie zgłaszane przez ludzi biznesu. Z drugiej strony nie tylko szeroki wachlarz tematyki związanej z przedsiębiorczością odgrywa istotną rolę w kształceniu. Równie ważne wydaje się objęcie edukacją ludzi bardzo młodych, po to, aby wzmocnić świadomość dokonywania różnych wyborów ścieżki kariery zawodowej, szczególnie takich, które stanowią alternatywę dla bycia pracownikiem najemnym. Ponadto edukację przedsiębiorczości warto potraktować jako proces, który rozpoczyna się już na etapie szkoły podstawowej, poprzez wszystkie stopnie nauczania, kończąc na ofercie edukacyjnej skierowanej do osób dorosłych. Dzięki zbudowaniu trwałych ram kształcenia studenci stopniowo nabierają umiejętności niezbędnych do odkrywania, kreowania szans w działalności biznesowej, uczą się jak z sukcesem rozpoczynać działalność własnej firmy i jak nią zarządzać, aby efektywnie wykorzystywać pojawiające się okazje.

W Polsce na początku lat 90. obserwowaliśmy „eksplozję przedsiębiorczości”: wystarczyło wykazać się inicjatywą, rozpocząć własną działalność gospodarczą, uniknąć popełnienia kilku podstawowych błędów i można było odnosić sukcesy w biznesie. Obecnie Polacy najczęściej wybierają status pracownika najemnego, unikają ryzyka i nie chcą ponosić odpowiedzialności za losy własnej firmy. Nawet jeśli decydują się na pracę we własnym przedsiębiorstwie, to napotykają na szereg trudności, uniemożliwiających lub spowalniających rozwój firmy. Literatura tematu wiele uwagi poświęca badaniu czynników,

które w istotny sposób hamują rozwój sektora MSP, jednak znacznie mniej wagi przywiązuje się do badania i oceny przygotowania polskich przedsiębiorców do prowadzenia działalności gospodarczej na coraz bardziej konkurencyjnym rynku. Brakuje oferty edukacyjnej skierowanej do obecnych lub potencjalnych przedsiębiorców i pobudzania do podejmowania wyzwań, których najbardziej oczywistym przejawem jest zakładanie własnych firm oraz stały rozwój tych podmiotów.

Edukacja na temat przedsiębiorczości powinna objąć całe polskie społeczeństwo, w celu zmiany mentalności i wzmocnienia, a może wręcz zbudowania pochlebnego wizerunku przedsiębiorcy oraz propagowania przedsiębiorczych postaw. Dlaczego? Ponieważ łatwiej jest przedsiębiorcom działać w tych krajach, których kultura szczególnie sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości – tam gdzie przedsiębiorcy postrzegani są jako społeczni bohaterowie, charakteryzujący się: odwagą i determinacją, osobistym zaangażowaniem w sprawę firmy, silną potrzebą sukcesu, skłonnością do poświęcania czasu oraz wysiłku swojej firmie, stałe zdobywanie nowych umiejętności. Trudno więc nie docenić znaczenia przedsiębiorców dla przyszłości kraju.

## **Bibliografia**

- A.V. Bhidé, *How entrepreneurs craft strategies that work*, „Harvard Business Review” 1994, marzec–kwiecień.
- F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003.
- S. Faris, *Are entrepreneurs born or made?*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999, <http://www.celcee.edu/products/digest/99Dig-1.html>.
- T. Gruszecki, *Przedsiębiorca*, Cedor, Warszawa 1994.
- M.F.R. Kets de Vries, *The dark side of entrepreneurship*, „Harvard Business Review” 1985, nr 6.
- T. Kraśnicka, *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 6.
- A.J. Mayo, N. Nohria, *Czas rekinów. Liderzy amerykańskiego biznesu*, Harvard Business School Press, Helion, Gliwice 2007.
- E. Otoliński, *Istota i kreowanie przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 1996, nr 6.
- K. Safin *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji*, [w:] K. Jaremczuk (red.), *Rozwój Przedsiębiorczości*, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2004.
- J.A. Timmons *The entrepreneurial mind: winning strategies for starting, renewing and harvesting new and existing ventures*, <http://www.celcee.edu/books/c96055.html>.

## **Netografia**

Consortium for Entrepreneurship Education, <http://www.entre-ed.org/>.

## **Abstract**

*The basic information about entrepreneurship education and binding standards are the main factors which influence the development of entrepreneurship.*

## **Nota o Autorce**

Autorka jest pracownikiem Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, w Katedrze Zarządzania Strategicznego. Od 7 lat zajmuje się problematyką przedsiębiorczości, zarządzania małą firmą oraz zarządzania strategicznego. Te zainteresowania znalazły odzwierciedlenie w publikacjach oraz pracy doktorskiej z tematyki zarządzania strategicznego w małych firmach.