

Obszary i formy działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta

Autor wyróżnia sześć następujących obszarów działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta: kształtowanie treści nauczania, dobór metod dydaktycznych, pozadydaktyczne formy działań, praktyki zawodowe, współdziałanie uczelni ze środowiskiem zewnętrznym, inkubatory przedsiębiorczości. Każdy z tych obszarów jest odrębnie omawiany, ze wskazaniem możliwych do zastosowania form działań uczelni. Autor przedstawia – jako ilustracje – działania stosowane w Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu, wraz z komentarzem na temat kierunków ich rozwijania.

Przedsiębiorczość – wiedza czy charakter?

Polska gospodarka jak nigdy dotąd potrzebuje ludzi przedsiębiorczych, zdolnych do organizowania śmiałej, racjonalnej, rynkowo zorientowanej działalności gospodarczej. Przedsiębiorstwa marzą o pracownikach energicznych, pomysłowych, skutecznych. Jest też coraz lepszy czas dla samodzielnego podejmowania działalności, opierającej się na własnych koncepcjach, odważnych wizjach, mądrym marketingu i rzetelnej kalkulacji ekonomicznej. Młodzi wykształceni ludzie szukający dla siebie miejsca w biznesowej rzeczywistości, na rynku pracy, jak nigdy wcześniej, potrzebują – obok tradycyjnych walorów w postaci: wiedzy, talentu, pracowitości – także szczególnego zbioru cech układających się w walor przedsiębiorczości.

Są trzy główne filary, na których zbudować można most do sukcesu, gdy rozpoczyna się działalność gospodarczą: kapitał (w różnych postaciach), wiedza oraz praca. Znane są przypadki sukcesów opartych tylko na jednym z nich, ale gwarancją powodzenia jest zastosowanie wszystkich trzech, uzupełnione jeszcze o kolejny – przedsiębiorczość.

Głównym celem niniejszego opracowania jest wskazanie tych obszarów i form działań na rzecz przygotowania przedsiębiorczego absolwenta, które może podjąć i wykonać uczelnia w ramach swojego systemu edukacyjno-wychowawczego. Przedsiębiorczy absolwent jest najwyższej jakości „produktem” każdego kierunku ekonomicznego, menedżerskiego i kierunków pokrewnych. Dla uczelni prowadzących te kierunki studiów kreowanie takich

absolwentów jest powinnością, a skuteczność w tym zakresie – powodem do dumy i satysfakcji.

Uczelnia zapewnia wiedzę – to jest jej podstawowe zadanie edukacyjne. Źródłem tej wiedzy są nauczyciele akademicy i ich doświadczenia, publikacje, badania naukowe, praktyki. Wiedzę można przekazać w rozmaitych postaciach, można nauczyć korzystania z niej, pokazać, gdzie po nią sięgać. Z przedsiębiorczością jest inaczej, nie sposób jej dać, ani wziąć, nie da się jej zapamiętać. Przedsiębiorczość jest zbiorem właściwości, walorów człowieka, jego cech charakterologicznych. Nie można jej przekazać, można ją ukształtować, tak jak kształtuje się postawy i charakter.

Suma wiedzy, jaką otrzymuje absolwent wyższej uczelni jest zapisana w planie i programach studiów. Przedsiębiorczości nie da się tak zapisać, ale mimo to uczelnia może zadbać o to, aby dać studentom szansę ukształtowania ich postaw i charakterów.

W niniejszym opracowaniu wyróżniono sześć następujących obszarów działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta: kształtowanie treści nauczania, dobór metod dydaktycznych, pozadydaktyczne formy działań, praktyki zawodowe, współdziałanie uczelni ze środowiskiem zewnętrznym, inkubatory przedsiębiorczości. Każdy z tych obszarów jest poniżej odrębnie omawiany, ze wskazaniem możliwych do zastosowania form działań uczelni.

Przedsiębiorczość w planach i programach studiów

Plany studiów są uporządkowanymi zbiorami przedmiotów i wymiaru ich godzin. Są ustalane przez uczelnie dla każdego kierunku studiów, z uwzględnieniem tzw. standardów kształcenia, czyli obowiązkowych, wskazanych przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego założeń i proporcji wiedzy dla danego kierunku. W planach studiów należy oddzielić obowiązkowe treści kształcenia, wskazane przez Ministra, od tych, które są samodzielnie kształtowane przez uczelnie.

W obowiązujących standardach kształcenia na kierunkach ekonomicznych przedsiębiorczość nie jest odrębnie wykazywana, z jednym wyjątkiem – na studiach drugiego stopnia na kierunku zarządzanie podano w standardzie możliwość wprowadzenia przez uczelnie do planu studiów *treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości*.

W tej części planów studiów, która jest samodzielnie ustalana przez uczelnie, istnieje dowolna możliwość wprowadzenia treści nauczania z zakresu przedsiębiorczości. Uczelnia może wprowadzić przedmiot o nazwie przedsiębiorczość (na wzór istniejącego przedmiotu w liceach). Może też wprowadzić grupę przedmiotów ułożoną np. w specjalność o nazwie

przedsiębiorczość lub podobnej. Takie rozwiązania oznaczają sporządzenie przez uczelnię odrębnego pakietu wiedzy o przedsiębiorczości. Nie wydaje się, aby była to dobra droga do ukształtowania postaw przedsiębiorczych, gdyż – jak wyżej wspomniano – przedsiębiorczość nie jest sumą wiedzy, ale zbiorem walorów behawioralnych. Z tych samych powodów trudno szukać przedsiębiorczości jako wydzielonego obszaru w programach nauczania poszczególnych przedmiotów. Dobrze byłoby jednak zadbać o to, aby w programach (sylabusach) określonych przedmiotów znalazło się miejsce na zagadnienia formujące postawy przedsiębiorcze.

Plany i programy studiów mają być podporządkowane ukształtowaniu określonej przez uczelnię sylwetki absolwenta danego kierunku. Sylwetka absolwenta musi więc mieć wpisane założenie mówiące o tym, że przedsiębiorczość jest koniecznym atrybutem absolwenta tego kierunku. Oto przykład sylwetki absolwenta kierunku „zarządzanie” Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu (fragment): *Absolwent kierunku to ekonomista – menedżer, który posiada umiejętności uniwersalne i jest przygotowany do pracy w przedsiębiorstwach różnych branż, w organizacjach i instytucjach usługowych, w handlu, finansach, administracji, wszędzie tam – gdzie trzeba dobrze zorganizować przedsięwzięcie, zdobyć pieniądze i dobrze je wydać, kierować ludźmi i pracować z nimi, zbudować śmiały plan i zrealizować go, stworzyć i rozwinąć własny biznes. (...)*

Sylwetka absolwenta ma być wytyczną dla tych, którzy tworzą plany i programy studiów, ale także dla tych, którzy w bieżącej pracy dydaktycznej realizują te plany i programy. To ci drudzy w największym stopniu mogą kształtować wzorce działań przedsiębiorczych.

Dobór metod dydaktycznych

W tym miejscu przez metody dydaktyczne autor rozumie formy zajęć z danego przedmiotu oraz techniki dydaktyczne stosowane podczas konkretnych zajęć, a także podczas sprawdzianów, zaliczeń i egzaminów. Wydaje się, że tutaj jest szczególnie wiele miejsca na ćwiczenie postaw przedsiębiorczych.

Największą rolę można przypisać formom aktywizującym samodzielność koncepcyjną i organizatorską studenta, takim jak: treningi, gry symulacyjne, analizy przypadków, inscenizacje, elementy rywalizacji i konkursów. Takie formy powinny wypełniać wyważoną część czasu przeznaczonego na dany przedmiot. Wymaga to zaangażowania i nadzoru, a często też inspiracji ze strony osoby odpowiedzialnej za cały dany przedmiot (wykładowcy lub kierownika katedry). Wyzwolenie takiego podejścia nie zawsze jest łatwe, gdyż

„tradycyjne” formy ćwiczeń są powtarzalne, sprawdzone i na ogół mniej pracochłonne. Zdarza się też niedostateczne umotywowanie nauczycieli akademickich prowadzących zajęcia do kreowania aktywnych form.

Atrybutami absolwenta, silnie powiązanymi z przedsiębiorczością, są samodzielność (samodzielność wyboru, decydowania, oceny ryzyka itp.) oraz innowacyjność i kreatywność. Na ogół nie są to mocne strony „świeżo upieczonych” absolwentów, a dla pracodawców są one szczególnie istotne. Dlatego w formach dydaktycznych, o których mowa wyżej należy docenić i wyeksponować pracę nad samodzielnością i innowacyjnością studenta (absolwenta).

Osobne formy można stosować w związku z przygotowywanymi przez studentów pracami dyplomowymi. W większości tych prac, zwłaszcza na poziomie studiów pierwszego stopnia, dominują wątki teoretyczne, oparte na studiach literatury przedmiotu, przy relatywnie mniejszym powiązaniu z konkretnymi przedsiębiorstwami i przedsięwzięciami. Tymczasem dla pobudzania przedsiębiorczości o wiele cenniejsze są prace realizowane jako projekty „wdrożeniowe”, czyli zawierające pomysły i koncepcje konkretnych przedsięwzięć oraz sposoby praktycznego zorganizowania tych przedsięwzięć.

Pozadydaktyczne formy działań

Można postawić pytanie, czy każdy absolwent może w jednakowym stopniu osiąść walory przedsiębiorczości? Wydaje się to mało realne, gdyż kształtowanie postaw i charakterów przedsiębiorczych wymaga zaangażowania i pracy, częstokroć większej niż powszechnie wymagana oraz wykraczającej poza ramy planów i programów studiów. Wtedy mamy do czynienia z formowaniem przedsiębiorczych elit, selekcjonowaniem najlepszych studentów i ich dodatkowym doskonaleniem. Najczęściej dokonuje się to przez działania w formach wykraczających poza typową realizację zadań dydaktycznych. Formy pracy uczelni w tym obszarze to: działalność studenckich kół naukowych, organizowanie różnego rodzaju konkursów, premiowanie aktywności studenckiej.

Doświadczenia Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu wskazują, że liczba studentów chętnych do uczestnictwa w takich pozadydaktycznych formach jest stosunkowo mała. Tradycyjne koła naukowe – mimo sprzyjającego klimatu i stosowanych przez Uczelnię zachęt – nie przyciągają studentów na większą skalę i pozostają marginesem studenckiej aktywności. Konkursy na najlepszy biznesplan (Uczelnia zorganizowała dotąd dwie edycje) również nie zaowocowały dużym zainteresowaniem, choć trzeba przyznać, że złożone prace konkursowe (w liczbie kilku) miały satysfakcjonujący poziom.

Wypada jeszcze raz podkreślić, że nie są to działania obliczone na powszechny efekt, ale mogą one być demonstracją szans dla osób przedsiębiorczych. Biorąc pod uwagę cel nadrzędny – wykształcenie przedsiębiorczego absolwenta – to ta grupa działań ma zapewne mniejsze znaczenie, ale może być bardzo spektakularna. Jej zastosowanie ma niewątpliwie znaczenie dla kształtowania przedsiębiorczości najlepszych i najbardziej aktywnych studentów.

Praktyki zawodowe

Praktyki zawodowe są dla studentów dużą szansą uczestniczenia w rzeczywistych przedsięwzięciach gospodarczych. Mogłyby one być źródłem cennych doświadczeń, ale pod warunkiem odpowiedniego przygotowania ze strony uczelni oraz ze strony przedsiębiorstw przyjmujących. Niestety, rzeczywistość nie sprzyja dobremu wykorzystaniu praktyk.

Nie ma wciąż naturalnego mechanizmu „zasysania” przyszłych absolwentów przez przedsiębiorstwa i współdziałania z uczelniami w celu przygotowania sobie jak najlepszego pracownika. Przykładowo, na rynku niemieckim można obserwować aktywne zabiegi przedsiębiorstw, które z wyprzedzeniem kształtują dla siebie kwalifikacje studentów, rezerwując sobie przyszłych fachowców, wspomagając tym samym uczelnie w zakresie przygotowania zawodowego. Polskie firmy są pasywne pod tym względem, raczej poszukują gotowych pracowników, chętniej pojawiają się na targach pracy niż w przedsięwzięciach przygotowujących praktyki.

Inną sprawą są programy praktyk, które niekiedy sprowadzają się do wykonywania przez studentów prostych prac wspomagających wycinkowe działania przedsiębiorstwa, a nie dają im szansy na poznanie smaku samodzielności, innowacyjności i kreatywności.

Również ze strony studentów nie zawsze występuje dostateczna aktywność w zdobyciu dobrej praktyki. Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu wspólnie z jednym z banków zorganizowała konkurs na atrakcyjną praktykę zawodową w tymże banku. Warunkiem było złożenie krótkiej pracy konkursowej. Zainteresowanie ze strony studentów było znikome, podobnie zresztą jak zainteresowanie udziałem w konkursach zewnętrznych, takich jak *Grasz o staż* „Gazety Wyborczej”.

Podsumowując, można stwierdzić, że praktyki zawodowe – choć niewątpliwie dają studentom trochę doświadczenia, obycia, materiałów do prac dyplomowych – nie są dziś jednak skutecznym narzędziem kształtowania postaw przedsiębiorczych.

Współdziałanie uczelni ze środowiskiem zewnętrznym

Uczelnia jest ważnym ogniwem szerszego środowiska społeczno-gospodarczego i w tym charakterze prowadzi współdziałania z różnymi podmiotami. Z punktu widzenia kształtowania postaw przedsiębiorczych najważniejsze znaczenie mają kontakty z podmiotami biznesu: przedsiębiorstwami i instytucjami, organizacjami biznesowymi (izby, stowarzyszenia, kluby), administracją państwową i samorządową. Ważne są tu kontakty krajowe i zagraniczne.

Jakiego rodzaju działania na tej płaszczyźnie mogą wspomóc uczelnie w kształceniu przedsiębiorczych absolwentów? Warto tu wymienić: uczestnictwo przedstawicieli praktyki biznesu i administracji w zajęciach dydaktycznych w charakterze wykładowców i trenerów, organizowanie przedsięwzięć dydaktycznych wspólnie z podmiotami biznesowymi, np. wycieczek dydaktycznych, seminariów i konferencji z udziałem studentów, długofalowe umowy z uczelniami na temat wspólnych przedsięwzięć dydaktycznych lub zbliżonych do dydaktyki, udostępnianie uczelni materiałów wspomagających nauczanie zorientowane na przedsiębiorczość, np. przypadków własnych lub z danej branży, materiałów statystycznych i ilustracyjnych, sprawozdań i raportów publicznie dostępnych itp.

W tym współdziałaniu chodzi o to, aby praktyka gospodarcza zasilala uczelnie w ich pracy dydaktycznej. Oczywiście wymaga to także aktywności ze strony uczelni, które powinny uruchomić swoje „ssanie” wobec interesujących doświadczeń przedsiębiorców. Dla wszystkich jest oczywiste, że w kształceniu akademickim źródłem zasilania dydaktyki są w pierwszej kolejności wiedza i doświadczenia samych nauczycieli oraz badania naukowe. Współpraca z biznesem jest natomiast chętniej rozwijana w obszarze poszukiwania i wdrażania rozwiązań innowacyjnych, badań naukowych na rzecz praktyki, transferu technologii. Rzadziej podejmuje się współdziałanie na polu dydaktyki – to wymaga zmiany. Przykładem współpracy uczelni i biznesu na polu dydaktyki jest współdziałanie wrocławskiej Wyższej Szkoły Handlowej z koncernem METRO AG w zakresie kształcenia na specjalności handel i marketing w ramach kierunku zarządzanie. Została zawarta umowa, która daje firmie METRO AG możliwość selekcjonowania i kierowania na studia we wrocławskiej Uczelni określonej liczby swoich pracowników, ale jednocześnie Uczelnia i METRO wspólnie ustalają zakres przedmiotów specjalnościowych, praktyki, tematykę prac dyplomowych. Z perspektywy Uczelni wygląda to tak, że partner ze środowiska biznesu mobilizuje Uczelnię do spełnienia swoich oczekiwań i tym samym – przygotowania absolwenta bliskiego oczekiwaniom pracodawcy. Ta forma bliskiej współpracy może być rozszerzana, może objąć i inne sprawy kształcenia przedsiębiorczych absolwentów, pod warunkiem, że praktyka

wykaże odpowiednią aktywność i zaangażowanie, a uczelnie – odpowiednią elastyczność w kształtowaniu swojej oferty dydaktycznej.

Akademickie inkubatory przedsiębiorczości

Jest to stosunkowo niedawno stworzony obszar budowania szans dla najbardziej aktywnych i przedsiębiorczych studentów i absolwentów. Czas funkcjonowania inkubatorów prowadzonych przy udziale wyższych uczelni jest zbyt krótki, aby zebrać doświadczenia i opinie. Niewątpliwie jednak jest to bardzo obiecująca forma kreowania przyszłych przedsiębiorców. Nie został też wypracowany model powstania i funkcjonowania inkubatora, co oznacza, że rozwiązania kreują same uczelnie, które zaangażowały się w tworzenie inkubatora.

Najprostsza forma to uruchomienie inkubatora przy uczelni – wtedy na uczelni spoczywa ciężar zorganizowania, prowadzenia i sfinansowania. Inna forma to zorganizowanie inkubatora przez uczelnie w sojuszu z partnerem – prywatnym lub publicznym. Charakter własności nie ma tu większego znaczenia, ważniejsza jest chęć i gotowość zaangażowania finansowego. W przypadku inkubatorów zorientowanych na branżę z obszaru ekonomii, zarządzania, finansów, rachunkowości, marketingu itp. koszty utworzenia jednego stanowiska powinny być relatywnie niskie, więc przedsięwzięcie wydaje się bardziej realne.

Obecne prawo od 2005 roku pozwala uczelniom na takie przedsięwzięcie, jednak liczba tych, które się go podjęły nie jest imponująca. W Polsce inkubatory powstały jak dotąd głównie przy uczelniach dużych, publicznych, raczej technicznych. Zjawiska ich tworzenia i działania wymagają szczegółowych obserwacji i analiz. Ten kierunek ma niewątpliwie przyszłość w działaniach na rzecz przedsiębiorczości.

Podsumowanie

Przedstawiono tu przegląd sześciu obszarów, a w ich ramach – różnych form działań uczelni na rzecz ukształtowania przedsiębiorczego absolwenta. Podsumowując, wypada zwrócić uwagę na poniższe kwestie.

- Nikt nie zwolni, ani nie zastąpi uczelni kształcących w obszarach ekonomii i zarządzania z działań na rzecz kształtowania w studentach walorów przedsiębiorczości. Zapewne uczelnie są tego świadome i podejmują stosowne działania, ale zakres i rodzaje tych działań są zróżnicowane. Uczelnie nie muszą tworzyć osobnych struktur, ani wydzielonych miejsc „do spraw przedsiębiorczości”, ale powinny zwracać uwagę na

formowanie postaw przedsiębiorczych w wielu zakątkach swojej aktywności dydaktycznej.

- Same uczelnie nie będą dostatecznie skuteczne w kształtowaniu przedsiębiorczych absolwentów, jeżeli nie uzyskają naturalnego wsparcia ze strony podmiotów realnego życia gospodarczego, choćby w takich przykładowych sprawach, jak: urozmaicanie form zajęć, wzbogacanie treści dydaktycznych, organizowanie praktyk zawodowych, współtworzenie akademickich inkubatorów przedsiębiorczości.
- Można rozważyć stworzenie zachęt dla uczelni, które w największym stopniu zaangażują się w tworzenie systemu kształcenia ludzi przedsiębiorczych. Przykładowe rozwiązania to umocowanie kształcenia na rzecz przedsiębiorczości w systemie kryteriów akredytacyjnych lub stworzenie osobnej akredytacji dla proprzedsiębiorczych szkół. Inne rozwiązania w tym zakresie mogą wspierać finansowo inicjatywy uczelni, np. konkursy, praktyki, inkubatory przedsiębiorczości.

Abstract

The author identifies the following six areas of university's activity in order to develop students' entrepreneurship: creation of didactic content, selection of didactic methods, non-didactic activities, internships, cooperation with external institutions, academic business incubators. All the areas have been discussed separately and possible university activities in those areas have been indicated. To illustrate the discussed issue, the author presents activities of the University of Business and Commerce in Wrocław along with suggestions of their further development.

Nota o Autorze

Autor jest ekonomistą, specjalistą w zakresie zarządzania i marketingu, wieloletnim doradcą menedżerskim, profesorem w Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu, a także w Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Jako rektor wrocławskiej Wyższej Szkoły Handlowej (od 2002 roku) posiada doświadczenie w organizowaniu procesu dydaktycznego i rozwoju przedsiębiorczości.