

# Paulina Siemieniak

---

## Postawy studentów wobec przedsiębiorczości

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 51, 505-514

---

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

PAULINA SIEMIENIAK

Politechnika Poznańska

## POSTAWY STUDENTÓW WOBEC PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

### Wstęp

Przedsiębiorczość jest zjawiskiem wielowymiarowym, które można analizować jako kategorię ekonomiczną, socjologiczną i psychologiczną. Podejmowanie zachowań przedsiębiorczych w przyszłości w dużej mierze zależy od teraźniejszych postaw młodych ludzi. Stąd też celowe jest prowadzenie badań nastawienia wobec przedsiębiorczości, które analizowane jest w odniesieniu do cech, doświadczenia oraz wiedzy studentów.

### Pojęcie przedsiębiorczości i jej komponenty

W literaturze przedmiotu formułuje się liczne definicje przedsiębiorczości, które ukazują ją jako zjawisko szerokie i wielowymiarowe. Wśród nich na uwagę zasługują szczególnie te, które podkreślają, że przedsiębiorczość w istotnym stopniu uwarunkowana jest postawami potencjalnych przedsiębiorców. W tym ostatnim ujęciu omawiane zagadnienie związane jest z określonymi cechami jednostek, przejawiającymi się głównie w działaniach kreatywnych i innowacyjnych. W prezentowanym podejściu przedsiębiorczość może być rozumiana zarówno jako właściwość jednostki, jak i sposób postępowania<sup>1</sup>.

Jako pierwszy koncepcję przedsiębiorczości stworzył R. Cantillon, który nazwał tak umiejętność dostrzegania okazji i wykorzystywania szansy, jaką stwarza rynek, w celu osiągnięcia zysku motywującego do dalszego skutecznego działania. J. Schumpeter związał pojęcie przedsiębiorczości z innowacyjnością, a więc z działaniem ukierunkowanym na stworzenie nowego produktu lub usłu-

---

<sup>1</sup> Por. T. Bernat, J. Korpysa, M. Kunasz, *Przedsiębiorczość studentów w Polsce w wybranych krajach Europy środkowo-wschodniej*, Wydawnictwo PRINT GROUP, Szczecin, 2008, s. 7–19.

gi. Ponadto przedsiębiorczość ujmowana jest jako pewna właściwość jednostki, którą konstituują takie cechy, jak kreatywność i motywacja<sup>2</sup>. Nietrudno więc zauważyć, że problem ze zdefiniowaniem przedsiębiorczości wynika z jej wielowymiarowego charakteru oraz możliwości ujmowania jej zarówno jako kategorii ekonomicznej, społecznej i psychologicznej.

Przedsiębiorczość w sensie ekonomicznym polega na rozpoczynaniu działalności gospodarczej i podejmowaniu związanego z tym ryzyka w celu uzyskania określonych korzyści, głównie o charakterze materialnym. Z przedsiębiorczością jako kategorią społeczną i psychologiczną wiążą się natomiast cechy jednostki, takie jak inicjatywa i energiczność<sup>3</sup>, które umożliwiają jej realizację zamierzeń. Co ciekawe, właściwości te w dużej mierze uwarunkowane są przez proces wychowania i uczenia, ale również opierają się na pewnych wrodzonych predyspozycjach<sup>4</sup>.

### **Postawa wobec przedsiębiorczości a przedsiębiorczość jako cecha**

Oprócz teorii głoszących brak związku pomiędzy postawami a zachowaniami<sup>5</sup>, istnieją również i takie, które przypisują postawie moc przewidywania zachowań o charakterze zamierzonym. Określenie przyszłych zachowań jednostki możliwe jest poprzez określenie postaw wobec konkretnego zachowania, subiektywnych norm oraz sposobu postrzegania własnego wpływu na zachowanie<sup>6</sup>.

W prowadzonych dotychczas badaniach podejmowano próby określenia kluczowych cech, które stanowiące mają wskaźnik podejmowania efektywnych zachowań przedsiębiorczych. Wśród nich odnaleźć można między innymi pięć cech istotnych dla podejmowania inicjatywy w zakresie własnej działalności gospodarczej<sup>7</sup>. Są to: umiejętność podejmowania ryzyka, kreatywność, wysoka potrzeba osiągnięć, duża potrzeba autonomii, wewnętrzne umiejscowienie kontroli. Ponieważ posiadanie tych właściwości nie zawsze determinuje zacho-

---

<sup>2</sup> Por. S. Kwiatkowski, *Przedsiębiorczość intelektualna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2000, s. 81.

<sup>3</sup> T. Kotarbiński, *Traktat o dobrej robocie*, Ossolineum, Wrocław–Warszawa–Kraków, 1965.

<sup>4</sup> H. Bieniok, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży w rodzinie, szkole i uczelni*, [www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczość/\\_referat/sesja\\_IIIa/23.pdf](http://www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczość/_referat/sesja_IIIa/23.pdf), 2007, s. 2–3.

<sup>5</sup> Festinger 1964, za D.G. Myers, *Psychologia społeczna*, Wydawnictwo Zysk & Spółka, Poznań, 2003, s. 153.

<sup>6</sup> E. Aronson, T.D. Wilson, R.M. Akert, *Psychologia społeczna*, *op. cit.*, s. 197.

<sup>7</sup> Caird, 1991, za R. Athayde, *Measuring Enterprise...*, s. 482.

wania podejmowane przez jednostkę, zaczęto poszukiwać innych, lepszych predyktorów<sup>8</sup>.

Badania przekonań na temat cech osoby przedsiębiorczej wskazują na pewne zbieżności. Najczęściej na ich podstawie wyróżniano takie właściwości, jak umiejętność przewidywania i kalkulacji ryzyka; chęć szukania nowych rozwiązań; adaptacja do zmieniających się warunków; przebojowość i kreatywność<sup>9</sup>.

W odniesieniu do obserwacji dotyczących nastawień studentów w analizowanym zakresie warto uświadomić sobie różnicę pomiędzy tkwiącym w jednostce potencjałem przedsiębiorczości, który rozumieć można jako zbiór cech, a intencją zostania przedsiębiorcą<sup>10</sup>. Osoba mająca właściwości psychiczne predysponujące ją do efektywnego prowadzenia własnej firmy niekoniecznie będzie przejawiać również motywację do podjęcia takiej działalności. W zakresie ukrytego potencjału przedsiębiorczości wyróżniono pięć podstawowych jego wymiarów<sup>11</sup>, które przypisują osobie przedsiębiorczej takie charakterystyki, jak duża potrzeba osiągnięć; wiara w posiadanie kontroli nad swoim życiem, która skłania ją do podejmowania aktywności; umiejętność działania w sposób innowacyjny; zdolność kierowania innymi oraz bazowania na intuicji w sytuacjach niepewności i niestabilności otoczenia<sup>12</sup>. W zakresie intencji podjęcia działań przedsiębiorczych, a więc ukierunkowanych na założenie własnej firmy, zauważono, że nie bez znaczenia są doświadczenia jednostki związane z przedsiębiorczością, w tym również te, których dostarcza nauka w szkole<sup>13</sup>.

## Postawa wobec przedsiębiorczości a doświadczenia

Postawy sprzyjające podejmowaniu zachowań przedsiębiorczych zależne są od umiejętności, właściwości oraz przekonań jednostki, które tworzą się w oparciu o nauczanie, obserwowanie zachowań innych oraz doświadczenia życiowe<sup>14</sup>. W przypadku rozwijania przedsiębiorczych kompetencji i właściwości jednostki duże znaczenie ma środowisko rodzinne, które może zarówno ułatwiać, jak i hamować ich powstawanie i rozwój. Niebagatelną rolę w kształtowaniu postaw

<sup>8</sup> *Ibidem*, s. 482–483.

<sup>9</sup> T. Bernat, J. Korpysa, M. Kunasz, *op.cit.*, s. 33–35.

<sup>10</sup> R. Athayde, *op.cit.*, s. 483.

<sup>11</sup> *Ibidem*, s. 483.

<sup>12</sup> *Ibidem*, s. 484–486.

<sup>13</sup> Peterman, Kenedy, za *ibidem*, s. 483.

<sup>14</sup> A. Ward, *Enterprise skills and enterprise learning*, „Foresight” 2004, No 2, s. 104–109.

i przekonani na temat przedsiębiorczości odgrywa również realizowany w szkole program nauczania. Młodzież, która uczestniczyła w kursie przedsiębiorczości prowadzonym w ramach zajęć szkolnych, dużo częściej deklarowała chęć założenia własnego biznesu niż grupa porównawcza, która nie miała możliwości brania udziału w takich lekcjach<sup>15</sup>. Również doświadczenia związane z obserwowaniem rodziców prowadzących własną firmę powodowały, że uczniowie deklarowali większą gotowość do rozpoczęcia działalności gospodarczej<sup>16</sup>.

Analiza wyników badań dotyczących polskich studentów również wskazuje na zależność pomiędzy zakładaniem własnej działalności gospodarczej a aktywnością rodziców w tym zakresie (44%)<sup>17</sup>. Można zatem wnioskować o „wynoszeniu” z domu postaw przedsiębiorczych.

### **Wiedza a przedsiębiorczość**

Przedsiębiorczość jednostki jest funkcją co najmniej kilku istotnych czynników. W pewnym stopniu może ona być zależna od genów jednostki. Mimo to nawet wśród dzieci niezwykle utalentowanych biznesmenów można odnaleźć osoby kompletnie pozbawione tego typu zdolności. W kształtowaniu przedsiębiorczości niezwykle istotną rolę odgrywa również motywacja, dzięki której możliwe jest uruchomienie potencjału tkwiącego w jednostce.

Ważnym czynnikiem, który wywiera wpływ na postawę wobec przedsiębiorczości jednostki, jest bez wątpienia wiedza i wykształcenie<sup>18</sup>. Jak wykazują badania, brak odpowiednich informacji może stanowić jedno ze źródeł braku inicjatywy studentów w zakładaniu własnych firm<sup>19</sup>. Większość ankietowanych twierdzi, że pomimo iż chciałoby założyć własny biznes, nie wie, jakie formalności powinno spełnić, aby było to możliwe. Do swej wiedzy częściej przekonani są studenci uczelni ekonomicznych (42,9%) niż innych uczelni (18,5%) oraz mieszkańcy dużych miast (37,0%) niż mniejszych (20,8%)<sup>20</sup>.

---

<sup>15</sup> R. Athayde, *op.cit.*, s. 483.

<sup>16</sup> *Ibidem*, s. 493.

<sup>17</sup> T. Bernat, J. Korpysa, M. Kunasz, *op.cit.*, s. 36.

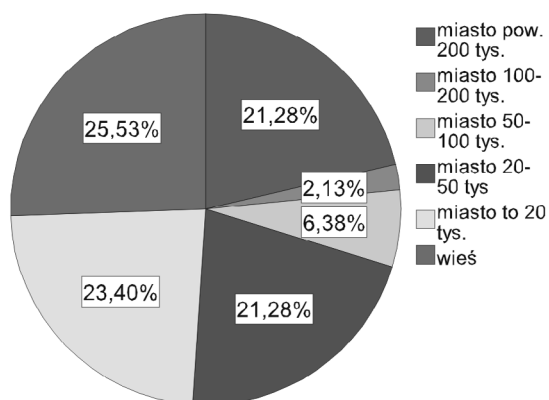
<sup>18</sup> H. Bieniok, *op.cit.*, s. 4.

<sup>19</sup> T. Bernat, J. Korpysa, M. Kunasz, *op.cit.*, s. 44–51.

<sup>20</sup> *Ibidem*, s. 46–48.

## Postawy studentów wobec przedsiębiorczości w świetle badań empirycznych

W celu określenia postaw studentów wobec przedsiębiorczości przeprowadzono ankietę opracowaną przez pracowników Politechniki Gdańskiej. Badaniu poddano 47 studentów pierwszego roku zarządzania na Politechnice Poznańskiej, a uzyskane wyniki miały posłużyć do wykonania w przyszłości analizy porównawczej pomiędzy wspomnianymi uczelniami. W badanej grupie studentki stanowiły 63,8% badanych (30 osób), a studenci 36,2% (17 osób). Około 21% osób badanych pochodziło z miast o liczbie ludności przekraczającej 200 tys. Ze wsi pochodziło natomiast około 25% respondentów. A zatem niemal 75% badanych to mieszkańcy miast (por. wykres 1).



Wykres 1. Studenci według miejsca zamieszkania

Źródło: badania własne.

Kolejne zadane respondentom pytanie dotyczyło tego, czy znają osobę, która prowadzi własną firmę. Zdecydowana większość odpowiedziała na nie twierdząco. Najwięcej osób (46,8%) stwierdza, że jest to ktoś z kręgu znajomych. W 40,4% osobą prowadzącą własną firmę jest członek rodziny. Tylko 12,8% respondentów nie zna blisko nikogo, kto ma swoją firmę. W grupie mężczyzn 94,1% twierdzi, że ktoś z rodziny lub ze znajomych prowadzi własną firmę. Wśród kobiet jest to 83,3% osób. Respondenci zostali również zapytani o to, czy pomagali w prowadzeniu zaprzyjaźnionych firm. Odpowiedź 63,8% z nich była przecząca, a 25,5% potwierdzało, że ma doświadczenia w tego typu działalności. Podział na płeć ukazuje, że 41,2% studentów pomagało w prowadzeniu firmy, podczas gdy w grupie studentek było to zaledwie 16,7%.

Na pytanie: Czy czujesz się osobą przedsiębiorczą, większość badanych odpowiedziała twierdząco. W tej grupie 31,9% odpowiedziało tak, a 48,9% wybrało opcję raczej tak. Podział na płeć ukazuje, że 47,1% studentów odpowiedziało tak, a 41,2% raczej tak. Wśród studentek 23,3% potwierdziło, że czuje się osobą przedsiębiorczą, a 53,3% raczej zgadza się z tym stwierdzeniem.

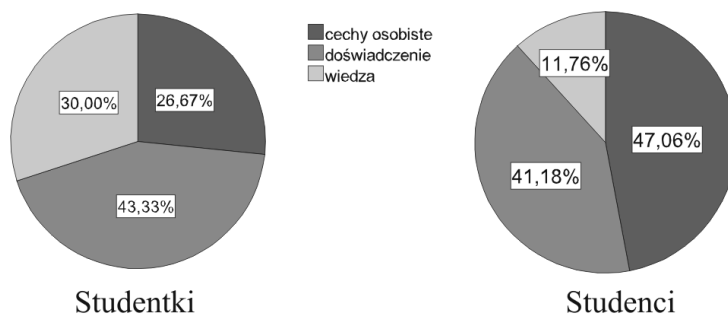
Respondenci zapytani o to, czy mają zamiar założyć własną firmę, najczęściej nie są jeszcze zdecydowani (31,9%). Jednak 29,8% badanych deklaruje, że po nabraniu doświadczenia zawodowego ma taką intencję. Podział ze względu na płeć pozwala stwierdzić, że 26,7% studentek i 35,3% studentów ma zamiar założyć własną firmę po nabraniu doświadczenia zawodowego (por. tabelę 1)

Tabela 1. Intencje założenia własnej firmy (%).

	Już mam	Założę w trakcie studiów	Założę po studiach	Założę po zdobyciu doświadczenia	Jeszcze nie wiem	Nie
<b>Studentki</b>	–	10,00	20,00	26,67	43,33	–
<b>Studenci</b>	5,88	23,53	23,53	35,29	11,76	–
<b>Ogółem</b>	2,10	14,90	21,30	29,80	31,90	–

Źródło: badania własne.

Studenci zapytani, co jest najważniejsze w prowadzeniu przedsiębiorstwa, najczęściej wskazywali na doświadczenie – 42,6%. Na drugim miejscu znalazły się cechy osobiste – 34,0%, a na kolejnym wiedza – 23,4%. W badanej grupie studentki najczęściej wskazywały na doświadczenie (43,3%), a ich koledzy na cechy osobiste (47,1%).



Wykres 2. Czynniki sukcesu w prowadzeniu przedsiębiorstwa według studentek i studentów

Źródło: badania własne.

Ankietowanych studentów poproszono również, by ustosunkowali się do 14 cech, określając, w jakim stopniu każda z nich opisuje osobę przedsiębiorcy. Najbardziej charakterystyczną dla przedsiębiorcy właściwością jest według badanych dobre zorganizowanie. Aż 70,2% respondentów zgodziło się, a 27,7% raczej zgodziło się ze stwierdzeniem, które przypisywało przedsiębiorcy tę cechę. Podział ze względu na płeć ukazuje, że 80% studentek i 52,9% studentów zdecydowanie popiera tę opinię.

Jedną z bardziej typowych dla przedsiębiorcy właściwości okazała się pewność siebie. Aż 68% respondentów odpowiedziało, że zgadza się z opinią przypisującą przedsiębiorcy tę cechę, a 29,8% raczej zgadza się z nią. Podział ze względu na płeć ukazuje, że kobiety i mężczyźni podobnie ustosunkowują się do twierdzenia o pewności siebie przedsiębiorcy (por. tabele 2 i 3). Kolejną właściwością cechującą osoby przedsiębiorcze jest według badanych kreatywność. Ponad połowa respondentów (53,2%) zgadza się, a 36,2% raczej byłaby skłonna zgodzić się z tą opinią. Około 90% kobiet w mniejszym lub większym stopniu aprobuje pogląd, że cechą przedsiębiorcy jest kreatywność (por. tabele 2 i 3). Wizja przedsiębiorcy jako osoby dynamicznej jest właściwa dla 80% badanych, w tym zdecydowanie przekonanych o tym jest tylko 38,3%. Około 70% studentów i 86% studentek aprobuje wspomnianą właściwość, uznając ją za charakterystyczną dla przedsiębiorców (por. tabele 2 i 3). Łatwość nawiązywania kontaktów to właściwość, na którą wskazało około 80% respondentów, lecz tylko 23,4% jednoznacznie pozytywnie. Cechę tę przypisuje przedsiębiorcy 93% studentek i 88% studentów. Ponad 76% studentów postrzega przedsiębiorcę jako kogoś, kto lubi podejmować ryzyko. W tej grupie 53% raczej się zgadza, a pozostała część opowiada się za taką charakterystyką bardziej radykalnie. Co ciekawe, kobiety częściej (82%) niż mężczyźni (64%) postrzegają skłonność do ryzyka jako cechę przedsiębiorcy. Ze stwierdzeniem: „przedsiębiorca jest osobą charyzmatyczną”, zgodziło się 74% badanych, mimo że 44,7% respondentów było o tym nieco mniej przekonanych. Około 57% respondentów postrzega przedsiębiorcę jako osobę odpowiedzialną za innych, w tym 21,3% jest o tym zdecydowanie przekonanych. Studentki nieco częściej (60%) przypisują tę właściwość niż ich koledzy (52%). Wśród respondentów 50% twierdzi, że przedsiębiorca jest osobą odporną na stres. Co ciekawe studenci, znacznie częściej wiążą odporność na stres z przedsiębiorczością niż ich koleżanki (por. tabele 2 i 3). Przekonanie, że przedsiębiorca sam steruje swoim życiem, jest bliskie około 48% respondentów, lecz tylko 8,5% opowiada się za nim jedno-



znacznie. Przeświadczenie o wewnętrznej kontroli jako właściwości przedsiębiorcy częściej charakteryzowało studentów płci męskiej (64%), niż żeńskiej (40%). Około 72% studentów w mniejszym lub większym stopniu nie zgadza się z opinią, że przedsiębiorca jest osobą nieuczciwą. Podział na płeć wskazuje, że 52% studentów i 80% studentek nie zgadza się z powyższym stwierdzeniem. W sprawie łatwego dostosowywania się przedsiębiorcy badani obu płci najczęściej nie mają zdania. W kwestii tego, czy przedsiębiorca jest zainteresowany tylko pieniędzmi opinie są podzielone. Ponad 60% studentek i 35% studentów nie zgadza się z tą opinią (por tabele 2 i 3). Ze stwierdzeniem, że przedsiębiorcą może być tylko osoba prowadząca firmę, nie zgadza się w mniejszym lub większym stopniu ponad połowa badanych studentów obu płci.

Tabela 2. Postrzeżenie osoby przedsiębiorcy przez studentki

	Pewny siebie	Dobrze zorganizowany	Dynamiczny	Charyzmatyczny	Nieuczciwy	Lubiący podejmować ryzyko	Łatwo się dostosowuje	Zainteresowany tylko pieniędzmi	Łatwo nawiązujący kontakt	Kreatywny	Odpowiedzialny za innych	Prowadzący firmę	Odporny na stres	Sam steruje swoim życiem
Nie zgadzam się	3,3	–	–	3,3	50,0	–	3,3	20,0	3,3	–	3,3	33,3	10,0	3,3
Raczej się nie zgadzam	–	–	3,3	3,3	33,3	3,3	23,3	43,3	3,3	–	6,7	26,7	13,3	20,0
Nie mam zdania	–	–	10,0	16,7	16,7	13,3	46,7	26,7	10,0	10,0	30,0	40,0	36,7	36,7
Raczej się zgadzam	30,0	20,0	50,0	53,3	–	56,7	23,3	10,0	56,7	36,7	43,3	–	33,3	30,0
Zgadzam się	66,7	80,0	36,7	23,3	–	26,7	3,3	–	26,7	53,3	16,7	–	6,7	10,0

Źródło: badania własne.

Tabela. 3. Postrzeganie osoby przedsiębiorczej przez studentów

	Pewny siebie	Dobrze zorganizowany	Dynamiczny	Charyzmatyczny	Nieuczciwy	Lubiący podejmować ryzyko	Łatwo się dostosowuje	Zainteresowany tylko pieniędzmi	Łatwo nawiązujący kontakt	Kreatywny	Odpowiedzialny za innych	Prowadzący firmę	Odporny na stres	Sam steruje swoim życiem
Nie zgadzam się	-	5,9	-	-	17,6	-	11,8	17,6	-	-	-	29,4	5,9	5,9
Raczej się nie zgadzam	-	-	-	5,9	35,3	5,9	17,6	17,6	5,9	-	17,6	41,2	17,6	5,9
Nie mam zdania	-	-	29,4	23,5	41,2	29,4	35,3	11,8	17,6	11,8	29,4	11,8	5,9	23,5
Raczej się zgadzam	29,4	41,2	29,4	29,4	5,9	47,1	17,6	41,2	58,8	35,3	23,5	5,9	41,2	58,8
Zgadzam się	70,6	52,9	41,2	41,2	-	17,6	17,6	11,8	17,6	52,9	29,4	11,8	29,4	5,9

Źródło: badania własne.

## Zakończenie

Postawy wobec przedsiębiorczości zależne są od wielu czynników, wśród których szczególnie znaczenie mają konstytutywne właściwości jednostki, ale również umiejętności, które nabywane są w efekcie obserwacji i doświadczeń życiowych. Na podstawie wyników przeprowadzonych badań stwierdzić można, że zdecydowana większość studentów pierwszego roku zarządzania Politechniki Poznańskiej ma bezpośredni kontakt z osobami, które zajmują się prowadzeniem własnej firmy. Najczęściej są to znajomi, rodzice, dziadkowie lub rodzeństwo. Mimo to tylko jedna czwarta z nich zdobywa doświadczenie, pomagając w prowadzeniu tej firmy, i najczęściej są to mężczyźni. Większość badanych czuje

się osobami przedsiębiorczymi, ale studenci płci męskiej zdają się być do tego bardziej przekonani. Podobne zależności ujawniają się w kwestii postawy wobec założenia własnej firmy. Studentki o wiele częściej nie mają w tej sprawie zdania. W grupie, która deklaruje zamiar uruchomienia przedsiębiorstwa, najważniejsze zdaje się być doświadczenie, którego zdobycie umożliwi podjęcie kroków w kierunku realizacji tego celu. Oprócz doświadczenia niezbędnym czynnikiem warunkującym sukces w biznesie są, zdaniem badanych, cechy osobiste. Wiedza zdaje się natomiast pozostawać na dalszym planie. Wśród właściwości, które studenci najczęściej przypisują przedsiębiorcy, na pierwszym miejscu znalazło się dobre zorganizowanie, na kolejnym – pewność siebie oraz kreatywność.

## **SUMMARY – STUDENTS’ ATTITUDES TOWARDS ENTREPRENEURSHIP**

### **Summary**

The paper presents the problem of student’s attitudes toward entrepreneurship. The entrepreneurship as an phenomenon can be analyzed on the basis of economical, sociological as well as psychological sciences Undertaking of future enterprising behaviors by young people depends on theirs presents attitudes. In the paper there was presented the research concerning student’s attitudes toward the entrepreneurship which was examined with reference to personal: traits, experiences and knowledge of respondents.

*Translated by Paulina Siemieniak*