

Marek Matejun

Rozwój kompetencji przedsiębiorczych studentów w środowisku akademickim : zakres i uwarunkowania

Marketing i Zarządzanie (d. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu) nr
2 (43), 131-146

2016

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Marek Matejun

Politechnika Łódzka
Wydział Organizacji i Zarządzania
e-mail: matejun@p.lodz.pl

Rozwój kompetencji przedsiębiorczych studentów w środowisku akademickim – zakres i uwarunkowania

Kody JEL: L26, M13, J24

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, kompetencje przedsiębiorcze, edukacja przedsiębiorcza, mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa

Streszczenie. Kompetencje przedsiębiorcze stanowią istotny czynnik sukcesu organizacji i jednostek we współczesnej gospodarce. Są one kształtowane przez wiele czynników wewnętrznych, związanych głównie z profilem psychologicznym człowieka oraz czynników zewnętrznych obejmujących wieloaspektowy wpływ otoczenia. Jednym ze źródeł ich rozwoju może być środowisko akademickie, przed którym stawia się określone oczekiwania i wyzwania. Biorąc to pod uwagę, jako cel artykułu wyznaczono określenie podstawowych zadań oraz identyfikację i ocenę zakresu i uwarunkowań rozwoju kompetencji przedsiębiorczych studentów w trakcie kształcenia na poziomie wyższym. Realizacji celu pracy poświęcono badania ankietowe przeprowadzone na próbie 1108 studentów Politechniki Łódzkiej w ramach międzynarodowego projektu badawczego Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), którego celem była diagnoza postaw i zachowań przedsiębiorczych studentów.

Wprowadzenie

Kompetencje indywidualne są najczęściej traktowane jako potencjał człowieka¹ prowadzący do zachowania przyczyniającego się do zaspokojeniu wymagań na danym stanowisku pracy w ramach parametrów otoczenia organizacji (Armstrong, 2001). Ich poziom i kierunki rozwoju odgrywają kluczową rolę w sukcesie współczesnych podmiotów gospodarczych. Wobec postępującej elastyczności zatrudnienia i jednoczesnego oderwania karier zawodowych od konkretnych organizacji (Hallier, 2009), dynamika i zmienność kompetencji pracowniczych staje się również podstawą indywidualnego sukcesu na rynku pracy.

Jedną z kluczowych kategorii kompetencji we współczesnej gospodarce stanowią kompetencje w zakresie przedsiębiorczości (Kalita, 2014). Ich znaczenie podkreślane jest m.in. w europejskich ramach odniesienia, akcentujących wyzwania stawiane przed wielopoziomowym systemem edukacji w zakresie przydatności i dostosowywania kształcenia do wymagań zmieniającego się świata i rynku pracy (*Europejskie ramy odniesienia*, 2006). Zadania dotyczące rozwoju kompetencji przedsiębiorczych formułowane są zatem również wobec szkolnictwa wyższego i są o tyle ważne, że obejmują kształcenie osób bezpośrednio wchodzących na rynek pracy lub aktywnie na nim funkcjonujących.

Jako cel artykułu wyznaczono dlatego określenie podstawowych zadań oraz identyfikację i ocenę zakresu i uwarunkowań rozwoju kompetencji przedsiębiorczych studentów w trakcie kształcenia na poziomie wyższym. Realizacji celu pracy poświęcono badania ankietowe przeprowadzone na próbie 1108 studentów Politechniki Łódzkiej w ramach międzynarodowego projektu badawczego Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) (Lewandowska i Tylczyński, 2014), którego celem była diagnoza postaw i zachowań przedsiębiorczych studentów.

Rola środowiska akademickiego w rozwoju kompetencji przedsiębiorczych

Kompetencje indywidualne rozpatrywane w ramach nauk o zarządzaniu stanowią ważną kategorię pojęciową związaną z subdyscypliną zarządzania zasobami ludzkimi (kapitałem ludzkim). Pomimo różnych podejść do ich definiowania (Mazurkiewicz, 2010), w ujęciu ogólnym wyrażają wzajemne

¹ Rozważania przedstawione w niniejszym artykule koncentrują się indywidualnym poziomie kompetencji, jednak w literaturze spotkać można inne podejście do tego zagadnienia, akcentujące np. poziom kompetencji organizacji w ramach koncepcji kluczowych kompetencji, zob. szerzej Prahalad i Hamel, 1990.

powiązanie i synergiczne wzmacnianie się wiedzy, umiejętności i postaw ludzi, przejawiające się w formie określonych zachowań i warunkujące odniesienie sukcesu, efektywność i skuteczność działania w danej dziedzinie lub obszarze aktywności (Jabłoński, 2011; McClelland, 1973).

W literaturze identyfikuje się wiele rodzajów (kategorii) kompetencji, klasyfikowanych m.in. ze względu na (Filipowicz, 2004; Sidor-Rządkowska, 2006; Oleksyn, 2006; Moczyłowska, 2008): 1) poziom i odniesienie do celów organizacji (kompetencje osobowe, pracownicze, zawodowe, stanowiskowe, korporacyjne); 2) interakcje zachodzące pomiędzy nimi (kompetencje bazowe i wykonawcze); 3) źródła nabywania (wymagane, posiadane, formalne i rzeczywiste); 4) zakres merytoryczny (miękkie, twarde, ogólne, specjalistyczne). Kompetencje stanowią podstawę interakcji interpersonalnych (Moczulska, Winkler, 2014), a poprzez wartościowanie (Cheetham, Chivers, 2005) ich strumienie pozwalają na tworzenie różnorodnych profili, portfeli i modeli kompetencyjnych dostosowywanych do specyfiki organizacji i realizowanych w niej zadań zawodowych na określonych stanowiskach pracy i w komórkach organizacyjnych (Lisiecka, Papaj, 2010).

Ewolucja podejść do kompetencji osobowych i zawodowych wskazuje na rosnące znaczenie tej kategorii poznawczej w naukach o zarządzaniu (Czekaj, Jabłoński, 2011), przy jednoczesnym zwróceniu uwagi na tzw. kompetencje kluczowe, w podstawowy sposób warunkujące sukces gospodarki poszczególnych organizacji oraz uczestników zmieniającego się rynku pracy. Ich rola obejmuje podnoszenie produktywności oraz konkurencyjności rynkowej, wzrost poziomu zatrudnienia dzięki rozwojowi wykwalifikowanej i zdolnej do adaptacji siły roboczej, a także budowanie klimatu innowacyjności w świecie zdominowanym przez globalną konkurencję (Marszałek, 2011).

Ważną kategorię stanowią kompetencje przedsiębiorcze, obejmujące wiedzę, umiejętności i postawy niezbędne dla skuteczności i efektywności działań przedsiębiorczych, związanych z podejmowaniem i realizacją przedsięwzięć umożliwiających osiągnięcie określonych wartości w warunkach niepewności i ryzyka (Bojewska, 2002). Analizując zakres i specyfikę tych działań podkreśla się ich nastawienie na kreację nowych rozwiązań i innowacji przy twórczym wykorzystaniu kombinacji środków produkcji, z uwzględnieniem poświęcenia czasu i wysiłku, aktywne wykorzystywanie okazji rynkowych w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu przy bez jednoczesnego ograniczania się aktualnie kontrolowanymi zasobami, a także omijanie lub wykorzystywanie zagrożeń rynkowych (Hisrich, Peters, Shepherd, 2005; Francik, 2009).

Szeroki zakres merytoryczny koncepcji przedsiębiorczości wskazuje, że może być ona rozpatrywana jako postawa, zachowanie lub proces (Piecuch,

2010; Glinka, Gudkova, 2011). B. Piasecki (2001) analizuje ją przez pryzmat definicji akcentujących: 1) ekonomiczne funkcje przedsiębiorczości, nakierowane na tworzenie nowych przedsięwzięć gospodarczych; 2) sposób pełnienia zadań kierowniczych, nastawiony na poszukiwanie i wykorzystywanie okazji rynkowych. Podstawę tej aktywności stanowią indywidualne cechy osobowe oraz specyficzny profil charakterologiczny osób przedsiębiorczych. Biorąc pod uwagę ten charakter i specyfikę przedsiębiorczości, w literaturze proponuje się różne zestawienia kompetencji przedsiębiorczych, których zakres obejmuje wiedzę, umiejętności i postawy nakierowane na (George, Zhou, 2001; Zhao, 2005; Forbes, 2005; Kickul, Gundry, Barbosa, Whitcanack, 2009):

- poszukiwanie możliwości tworzenia nowych przedsięwzięć biznesowych, a także efektywne zarządzanie własną firmą,
- nastawienie na tworzenie nowych produktów i usług, a także zarządzanie innowacjami,
- wykorzystywanie własnej kreatywności w rozwiązywaniu problemów, a także rozwój i komercjalizację nowych pomysłów,
- budowanie profesjonalnej sieci kontaktów przy jednoczesnym rozwijaniu komunikatywności i nastawieniu na pełnienie funkcji przywódczych.

Wyniki badań światowych wykazują, że rozwój kompetencji przedsiębiorczych pozytywnie wpływa na długoterminowe wyniki rynkowe (Man, Lau, Snape, 2008) oraz konkurencyjność małego biznesu (Man, Lau, Chan, 2002), ale ma również znaczenie dla wzmocnienia kreatywności i odnowy strategicznej dużych przedsiębiorstw (Thornberry, 2001), co łączy się ściśle z implementacją koncepcji intraprzsiębiorczości. Zakres i poziom kompetencji przedsiębiorczych determinowany jest przez wiele czynników, które według kryterium kierunku oddziaływania można podzielić na czynniki wewnętrzne (związane z osobowymi i psychologicznymi cechami osób przedsiębiorczych) oraz zewnętrzne (obejmujące wieloaspektowy wpływ otoczenia).

W ramach zintegrowanego podejścia do czynników wewnętrznych uznaje się, że kluczową rolę pełni samoskuteczność rozpatrywana przede wszystkim w kontekście teorii planowanego zachowania oraz koncepcji spostrzeganej kontroli behawioralnej (Ziemiański, Zięba, 2014; Wach, 2015). W ramach tej koncepcji uwzględnia się m.in. takie aspekty, jak (Chung, Ding, 2002; Souitaris, Zerbinati, Al-Laham, 2007): dbałość o własne interesy, poczucie kontroli własnej aktywności, zdolność do realizacji celów czy wiara w powodzenie podejmowanych przedsięwzięć. Ponieważ przedsiębiorczość łączona jest blisko z podejmowaniem własnej działalności gospodarczej (Matejun, 2015) oraz rozwojem małych przedsiębiorstw

(Piecuch, 2010) można założyć, że wzrost intencji i kompetencji przedsiębiorczych będzie dotyczył osób nastawionych na założenie własnej firmy, na co zwracają uwagę F. Liñán i Y-W. Chen (2009). W ramach czynników zewnętrznych badacze podkreślają jednocześnie rolę wsparcia środowiska zewnętrznego w podejmowanych działaniach przedsiębiorczych. Wsparcie to obejmuje zarówno oddziaływanie przyjaciół, jak i kolegów ze studiów, ponieważ jednak wiele przedsiębiorczych przedsięwzięć gospodarczych ma charakter rodzinny ważne jest również zapewnienie spójności rodziny i jej zaangażowanie w powodzenie tych inicjatyw (Starnawska, Popowska, 2015).

R. Henderson i M. Robertson (2000) zwracają jednocześnie uwagę, że jedną z kluczowych determinant stymulowania kompetencji przedsiębiorczych odgrywa kształcenie na poziomie akademickim. Rola ta wiąże się bezpośrednio z koncepcją edukacji dla przedsiębiorczości (Wach, 2013), a w ramach szczegółowego zakresu zadań wymienia się kształcenie przedsiębiorczych kadr dla rozwijającej się gospodarki m.in. przez edukację w zakresie promowania i uruchamiania własnej działalności gospodarczej, kreowanie proaktywnych postaw i rozwój umiejętności biznesowych wśród studentów i absolwentów, co dotyczy w znacznym stopniu ekonomicznych, biznesowych i technicznych kierunków kształcenia (Drynia, 2014). Ważną rolę odgrywają tu założenia programowe, liczba godzin i poziom realizacji zajęć z przedsiębiorczości, które powinny być nakierowane przede wszystkim na wzrost motywacji, postaw i wartości przedsiębiorców, dostrzeganie okazji rynkowych, obiektywizację warunków podejmowania działalności gospodarczej, rozwój zdolności komunikacyjnych, a także zasad skutecznego zarządzania we własnej firmie (Souitaris i in., 2007; Bagheri, Pihie, 2011).

Istotną rolę odgrywa również oddziaływanie szerszego kontekstu środowiska akademickiego, które powinno zachęcać do udziału w inicjatywach przedsiębiorczych, inspirować do tworzenia nowych przedsięwzięć rynkowych, a także tworzyć merytoryczny i instytucjonalny klimat dla przedsiębiorców (Luethje, Franke, 2004; Geißler, Schacht, Zanger, Kaminski, 2012), co jednocześnie wiąże się blisko z szerszą koncepcją przedsiębiorczości akademickiej (Matusiak, Matusiak, 2007).

Metodyka badań i charakterystyka respondentów

Realizacji celu pracy poświęcono analizę wyników uzyskanych w ramach międzynarodowego projektu badawczego Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS). Inicjatorem i głównym koordynatorem tej inicjatywy jest Center For Family Business Uniwersytetu

w St. Gallen ze Szwajcarii, a jej głównym celem jest diagnoza postaw i zachowań przedsiębiorczych wśród studentów z różnych krajów świata. Pierwsze badanie z tego cyklu przeprowadzono w 2003 roku, natomiast prezentowane wyniki uzyskano w ramach 6. edycji tego projektu, przeprowadzonego w drugiej połowie 2013 roku na 759 uczelniach z 34 krajów na całym świecie. W Polsce projekt realizowano po raz pierwszy, a jego koordynatorem na szczeblu krajowym był Instytut Biznesu Rodzinnego z Poznania. W badaniach wzięło udział łącznie 109 026 studentów, w tym 11 860 studentów (10,9% całej próby) z 36 uczelni z Polski. Studenci Politechniki Łódzkiej stanowili najliczniejszą grupę respondentów z naszego kraju (9,34%) i jednocześnie 1,02% próby globalnej.

Metodykę badań wyznaczono na poziomie centralnym i była ona wspólna dla wszystkich krajów biorących udział w badaniu. Jako metodę badawczą wykorzystano metodę badań ankietowych, techniką badawczą była zaś technika ankiety elektronicznej. Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety przygotowany w systemie www.qualtrics.com i przetłumaczony na poszczególne języki narodowe krajów biorących udział w badaniach. Zaproszenie do wzięcia udziału w projekcie przesłano drogą elektroniczną na adres e-mail założony na uczelni do wszystkich studentów Politechniki Łódzkiej (ok. 20 tys. osób). Dodatkowo zapraszano studentów do wzięcia udziału w badaniach poprzez akcje informacyjne (plakaty/ulotki), a także ogłoszenia wykładowców prowadzących zajęcia. W efekcie tych starań kwestionariusz ankiety poprawnie wypełniło 1108 osób (wskaźnik zwrotności ok. 5,5%).

W badaniach wzięło udział 321 (29%) studentów kierunków związanych z biznesem (kierunków biznesowych, obejmujących m.in. zarządzanie, zarządzanie i inżynierię produkcji czy kierunki ekonomiczne) oraz 787 respondentów (71%), którzy studiowali na innych (pozabiznesowych) kierunkach, m.in. studia techniczne, budownictwo i architektura (36%), a także zarządzanie oraz zarządzanie i inżynieria produkcji (29%). Respondentami byli przede wszystkim studenci studiów I stopnia (inżynierskich i licencjackich, łącznie 83%), w mniejszym stopniu studiów II stopnia (15%) oraz doktoranckich (1,5%). Ankietowani to w większości mężczyźni (57%), najczęściej osoby w wieku 19–22 lat (55%).

Analizę statystyczną uzyskanych wyników przeprowadzono w programie IBM SPSS Statistics (Wagner, 2015). Do oceny rzetelności skali mierników syntetycznych wykorzystano alfa L. Cronbacha, dla którego przyjęto akceptowalny poziom przy wartościach alfa Cr. > 0,7 (Sarstedt, Mooi, 2014). W ramach analizy statystycznej zastosowano: 1) miary położenia, w tym średnią (M), dominantę (Mod) oraz medianę (Me); 2) analizę regresji wielorakiej metodą wprowadzania do oceny uwarunkowań kształtowania

kompetencji przedsiębiorczych studentów w środowisku akademickim. Analizy miały także uchwycić różnice w rozwoju tych kompetencji pomiędzy studentami kierunków biznesowych oraz pozostałych obszarów kształcenia wyższego.

Wyniki badań przeprowadzonych na Politechnice Łódzkiej

W pierwszej części badania zapytano respondentów o kryteria wyboru Politechniki Łódzkiej jako uczelni wyższej. Wyniki wskazują, że na pierwszym miejscu studenci stawiają wysoką renomę uczelni, a także wygodę związaną z dostępnością do miejsca kształcenia. Dla ponad 10% respondentów ważny jest poziom kształcenia i możliwość rozwijania kompetencji w zakresie przedsiębiorczości. Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Kryteria wyboru Politechniki Łódzkiej jako uczelni wyższej przez respondentów

Kryterium wyboru	Ogółem		Kierunki biznesowe		Kierunki niebiznesowe	
	N	%	N	%	N	%
Odległość od miejsca zamieszkania	226	20,4	46	14,4	180	22,9
Atrakcyjność miasta, w którym znajduje się uczelnia	14	1,2	3	0,9	11	1,4
Koszty (wysokość czesnego oraz koszty życia)	81	7,3	24	7,5	57	7,3
Renoma uczelni	475	42,9	157	48,9	318	40,4
Reputacja uczelni związana z kształceniem przedsiębiorców	147	13,3	54	16,8	93	11,8
Inne	163	14,7	36	11,2	127	16,1
Brak odpowiedzi	2	0,2	1	0,3	1	0,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Większość badanych studentów ($N = 671$, 60,6%) wskazała, że w trakcie dotychczasowego kształcenia brała udział w co najmniej jednym zajęciach z przedmiotu związanego z przedsiębiorczością. Zajęcia tego typu realizowano jednak znacznie częściej na kierunkach biznesowych (które ponad 50% respondentów uznało jednocześnie za ściśle związane z przedsiębiorczością) niż na pozostałych kierunkach. Uzyskane wyniki przedstawiono w tabeli 2. Wskazania nie sumują się do 100% ponieważ ankietowani mieli możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi.

Respondenci, którzy brali udział w zajęciach z przedsiębiorczości przeznaczali na nie średnio ok. 22% swojego czasu studiów ($Me = 15\%$). Znacznie więcej czasu na tego typu zajęcia poświęcali studenci studiów bizneso-

wych ($M = 36\%$, $Me = 30\%$) niż pozostałych kierunków ($M = 13\%$, $Me = 9\%$).

Tabela 2

Udział respondentów w zajęciach związanych z przedsiębiorczością na PŁ

Udział w zajęciach związanych z przedsiębiorczością na PŁ	Ogółem		Kierunki biznesowe		Kierunki niebiznesowe	
	N	%	N	%	N	%
Brak udziału w zajęciach związanych z przedsiębiorczością	435	39,3	62	19,3	373	47,4
Udział w zajęciach związanych z przedsiębiorczością jako wolny słuchacz	303	27,3	74	23,1	229	29,1
Udział w obowiązkowych zajęciach związanych z przedsiębiorczością	402	36,3	165	51,4	237	30,1
Studia na kierunku ściśle związanym z przedsiębiorczością	212	19,1	187	58,3	25	3,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Tabela 3

Samoocena poziomu kompetencji przedsiębiorczych badanych studentów

Kompetencje przedsiębiorcze	Ogółem		Kierunki biznesowe		Kierunki niebiznesowe	
	M	Mod	M	Mod	M	Mod
Kompetencje przedsiębiorcze ogółem (alfa Cr. = 0,919), w tym:	4,64	4	4,90	5,25	4,54	4
Kompetencje w zakresie ekonomicznych funkcji przedsiębiorczości (alfa Cr. = 0,846)	4,59	4	4,74	4,25	4,53	5
– znajdowanie nowych możliwości do tworzenia biznesu	4,23	4	4,48	4	4,13	4
– tworzenie nowych produktów i usług	4,26	4	4,27	4	4,26	4
– wykorzystywanie własnej kreatywności	5,19	5	5,26	5	5,16	5
– rozwój i komercjalizacja nowych pomysłów	4,67	5	4,94	5	4,57	5
Kompetencje w zakresie przedsiębiorczości jako menedżerskiego zachowania (alfa Cr. = 0,881)	4,70	5	5,06	6	4,55	5
– zarządzanie innowacjami w firmie	4,51	5	4,84	5	4,38	5
– bycie liderem oraz osobą komunikatywną	5,07	6	5,44	6	4,92	6
– budowanie profesjonalnej sieci kontaktów	4,63	5	4,97	5	4,49	4
– efektywne zarządzanie biznesem	4,58	5	5,00	5	4,40	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

W kolejnej części badań przeprowadzono samoocenę poziomu kompetencji przedsiębiorczych respondentów. W tym celu wykorzystano podejście oparte na mierniku syntetycznym złożonym z ośmiu wskaźników (uzyskano

poziom rzetelności skali alfa Cronbacha = 0,919). Dodatkowo wyodrębniono dwa submierniki (składające się każdorazowo z 4 wskaźników) akcentujące: 1) ekonomiczne funkcje przedsiębiorczości; 2) przedsiębiorczość jako sposób menedżerskiego zachowania. Poszczególne wskaźniki były oceniane na 7-stopniowej skali R. Likerta w zakresie od 1 (bardzo niskie kompetencje) do 7 (bardzo wysokie kompetencje). Uzyskane wyniki wskazują, że badani studenci oceniają swoje kompetencje przedsiębiorcze na umiarkowanie wysokim poziomie (średnia ok. 4,5–5), przy czym kompetencje związane z ekonomicznymi funkcjami przedsiębiorczości zostały ocenione nieco wyżej niż kompetencje w zakresie przedsiębiorczości jako menedżerskiego zachowania. W przypadku pierwszego submiernika wyraźną stymulantę stanowi zdolność do wykorzystywania własnej kreatywności, natomiast w drugim obszarze rola lidera i kompetencje związane z komunikacją. Dodatkowo wyniki testu U Manna-Whitneya wykazują, że studenci studiów biznesowych wyżej oceniają poziom swoich kompetencji przedsiębiorczych, co dotyczy zdecydowanej większości pozycji oprócz dwóch wskaźników: zdolności do tworzenia nowych produktów i usług oraz wykorzystywania własnej kreatywności. Szczegółowe wyniki przedstawiono w tabeli 3.

W celu oceny uwarunkowań kształtowania się poziomu ocenianych kompetencji przeprowadzono analizę regresji wielorakiej, w której jako zmienną zależną przyjęto poziom samooceny kompetencji przedsiębiorczych badanych studentów. Jako zmienne niezależne przyjęto zidentyfikowane w ramach rozważań teoretycznych czynniki kształtujące wiedzę, umiejętności i postawy przedsiębiorcze ze szczególnym uwzględnieniem oddziaływania środowiska akademickiego oraz kształcenia w zakresie przedsiębiorczości. Obejmowały one:

1. Czynniki zewnętrzne, w tym: atmosferę na uczelni dotyczącą inspiracji do aktywności przedsiębiorczej, poziom merytoryczny i czas przeznaczony na zajęcia z przedsiębiorczości, a także wsparcie ze strony najbliższego otoczenia.
2. Czynniki wewnętrzne w tym: nastawienie na prowadzenie własnej firmy, samoskuteczność działania oraz wyniki w nauce uzyskane na studiach.

Większość zmiennych niezależnych wyrażono miernikami syntetycznymi, których wskaźniki (oceniane na skali 1–7) zostały dobrane na podstawie przeprowadzonych rozważań teoretycznych i uzyskały akceptowalny poziom rzetelności skal mierzone współczynnikiem alfa L. Cronbacha. Charakterystykę i miary położenia przyjętych predyktorów przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4

Zmienne niezależne wykorzystane w modelu regresji wielorakiej

Zmienna/wskaźniki	Ogółem		Kierunki biznesowe		Kierunki niebiznesowe	
	M	Mod	M	Mod	M	Mod
Atmosfera na uczelni (alfa Cr. = 0,863)	4,12	4	4,36	4	4,02	4
<ul style="list-style-type: none"> – atmosfera na uczelni inspiruje mnie do tworzenia pomysłów na nowe przedsięwzięcia – na uczelni panuje sprzyjający klimat, aby móc stać się przedsiębiorcą – studenci są zachęceni do brania udziału w inicjatywach z zakresu przedsiębiorczości 						
Poziom zajęć z przedsiębiorczości (alfa Cr. = 0,902)	3,83	4	4,62	5	3,50	4
<ul style="list-style-type: none"> – zajęcia spowodowały wzrost zrozumienia postaw, wartości i motywacji przedsiębiorców – zajęcia spowodowały że zrozumiałem jakie należy przedsięwziąć kroki, aby założyć własny biznes – zajęcia spowodowały zwiększenie kompetencji z zakresu zarządzania, niezbędnych do stworzenia firmy – zajęcia spowodowały rozwój moich umiejętności pozyskiwania nowych kontaktów (sieciowania) – zajęcia spowodowały wzrost potencjału dostrzegania nowych możliwości 						
Czas przeznaczony na zajęcia z przedsiębiorczości (oceny jako % czasu studiów)	22,32	5,00	36,18	20,00	12,94	5,00
Wyniki w nauce	4,69	5	4,83	5	4,64	5
Wsparcie otoczenia (alfa Cr. = 0,763)	5,57	6	5,58	6	5,57	6
<ul style="list-style-type: none"> – wsparcie ze strony najbliższej rodziny – wsparcie ze strony przyjaciół – wsparcie ze strony kolegów ze studiów 						
Nastawienie na prowadzenie własnej firmy (alfa Cr. = 0,959)	4,02	1	4,33	4,67	3,89	1
<ul style="list-style-type: none"> – jestem skłonny zrobić wszystko, by zostać przedsiębiorcą – celem mojej kariery jest zostanie przedsiębiorcą – dołożę wszelkich starań, by założyć i prowadzić własną firmę – jestem zdeterminowany, aby w przyszłości stworzyć własną firmę – poważnie myślę o założeniu własnej firmy – mam ambitny plan, by pewnego dnia otworzyć swoją firmę 						
Samoskuteczność (alfa Cr. = 0,868)	4,94	4	5	5,29	4,92	5,57
<ul style="list-style-type: none"> – zwykle dbam o własne interesy – gdy realizuję swoje plany jestem prawie całkowicie pewien, że uda mi się wprowadzić je w życie – sam(a) decyduję o tym co dzieje się w moim życiu – uważam, że praca w charakterze osoby samozatrudniającej się, nie stanowiłaby dla mnie trudności – gdybym tylko chciał(a), jestem w stanie z kontynuować swoją karierę pracując na własny rachunek – pracując na własny rachunek miałbym pełną kontrolę nad swoją sytuacją, – rozpoczynając karierę w charakterze osoby samozatrudniającej się, miałbym wysokie szanse powodzenia. 						

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Uzyskane wyniki wskazują, że studenci kierunków biznesowych bardziej są nastawieni na prowadzenie własnej firmy niż ich koledzy z innych kierunków.

Jako zmienne kontrolne przyjęto podstawowe charakterystyki respondentów, takie jak: wiek, płeć oraz stopień studiów. Wyniki przedstawiono łącznie dla całej próby, ale podzielono je ze względu na opinie studentów studiujących na kierunkach biznesowych oraz na innych kierunkach kształcenia. Wszystkie trzy modele okazały się istotne statystycznie i jednocześnie reprezentowały stosunkowo wysoki poziom dopasowania mierzony współczynnikiem determinacji.

Wyniki wskazują, że w ujęciu ogólnym poziom kompetencji przedsiębiorczych w największym stopniu kształtowany jest przez czynniki wewnętrzne, w tym głównie samoskuteczność. Respondenci w większym zakresie nastawieni także na prowadzenie własnej firmy w przyszłości prezentują wyższy poziom analizowanych kompetencji. Spośród czynników zewnętrznych na pierwszy plan wysuwa się natomiast wpływ poziomu kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na uczelni wyższej. Poziom tych zajęć został oceniony znacznie wyżej przez studentów studiów biznesowych niż pozostałych kierunków kształcenia. Wyniki analizy regresji przedstawiono w tabeli 5.

Na uwagę zasługują dwa czynniki, które różnicują odpowiedzi studentów kierunków biznesowych oraz niebiznesowych. Jednym z nich jest wsparcie otoczenia, które nabiera istotnego znaczenia w przypadku respondentów kształcących się na kierunkach niezwiązanych bezpośrednio z przedsiębiorczością i zarządzaniem. W tych obszarach kształcenia istotną rolę odgrywa także czas przeznaczony na zajęcia z przedsiębiorczości. Wobec znacznie mniejszego stopnia nastawienia tych studentów na prowadzenie własnej firmy w przyszłości, zajęcia takie mogą stać się istotnym czynnikiem inspirującym do rozwijania i kształtowania kompetencji przedsiębiorczych przydatnych w pracy najemnej lub w innych obszarach życia. Uzyskane wyniki wskazują również, że atmosfera panująca na uczelni nie wpływa istotnie na poziom analizowanych kompetencji. Jest ona oceniana wprawdzie przez studentów na umiarkowanym poziomie, jednak nie przekłada się bezpośrednio na rozwój wiedzy, umiejętności i postaw przedsiębiorczych, przydatnych szczególnie w prowadzeniu własnej działalności gospodarczej.

Dopasowanie modelu mierzone współczynnikiem determinacji R^2 wskazuje, że we wszystkich przypadkach ponad 50% zmienności poziomu kompetencji przedsiębiorczych respondentów jest wyjaśnione przez przyjęte zmienne objaśniające. Wobec złożoności rozpatrywanej problematyki, która kształtowana jest przez wiele zmiennych niemierzalnych lub trudno mierzal-

nych, a także wobec relatywnie niskiego poziomu błędów standaryzowanych można uznać dopasowanie zaproponowanego modelu za wystarczające.

Tabela 5

Czynniki kształtujące poziom kompetencji przedsiębiorczych respondentów

Zmienna niezależna	Ogółem w próbie	W tym studenci kierunków:	
		biznesowych	niebiznesowych
Atmosfera na uczelni	-0,003 (0,033) [-0,004]	-0,007 (0,052) [-0,010]	-0,008 (0,043) [-0,010]
Poziom zajęć z przedsiębiorczości	0,159** (0,036) [0,199]	0,189** (0,067) [0,224]	0,147** (0,045) [0,177]
Czas przeznaczony na zajęcia z przedsiębiorczości	0,004* (0,002) [0,081]	0,000 (0,002) [0,012]	0,009** (0,003) [0,120]
Wsparcie otoczenia	0,087* (0,038) [0,084]	0,039 (0,052) [0,046]	0,128* (0,054) [0,111]
Wyniki w nauce	0,056 (0,035) [0,054]	0,079 (0,054) [0,083]	0,055 (0,046) [0,053]
Nastawienie na prowadzenie własnej firmy	0,172** (0,025) [0,282]	0,097* (0,038) [0,170]	0,213** (0,033) [0,339]
Samoskuteczność	0,365** (0,044) [0,353]	0,403** (0,068) [0,431]	0,338** (0,059) [0,316]
Wiek	0,016 (0,018) [0,036]	0,025 (0,022) [0,076]	0,007 (0,031) [0,013]
Płeć	0,054 (0,075) [0,025]	-0,030 (0,120) [-0,015]	0,126 (0,098) [0,056]
Stopień studiów	0,031 (0,095) [0,014]	0,063 (0,133) [0,031]	-0,002 (0,137) [-0,001]
Stała	0,282 (0,447)	0,489 (0,577)	0,123 (0,716)
N	1108	321	787
R ²	0,51	0,52	0,51
R ² skorygowane	0,50	0,49	0,50

*p < 0,05; **p < 0,01 – wieloczynnikowa analiza regresji liniowej. Zmienna zależna: poziom kompetencji przedsiębiorczych studentów. Błędy standardowe w nawiasach okrągłych. Współczynniki standaryzowane w nawiasach kwadratowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Podsumowanie

Rozwój kompetencji przedsiębiorczych w środowisku akademickim skutkuje zdobywaniem doświadczeń w zakresie przywództwa i komunikacji międzyludzkiej, pozwala także na wykorzystywanie własnej kreatywności, budowanie sieci kontaktów przydatnych w przyszłości oraz zdobycie umiejętności i postaw przydatnych w prowadzeniu własnej firmy. Wiąże się również ściśle z nastawieniem na podjęcie własnej działalności gospodarczej w przyszłości.

Uzyskane wyniki wykazały istotny wpływ środowiska akademickiego analizowanej uczelni na kształtowanie tych kompetencji w grupie badanych studentów. Główną rolę w tym procesie odgrywa poziom zajęć z przedsiębiorczości, które powinny być nastawione głównie na wzrost zrozumienia postaw, wartości i motywacji przedsiębiorców, umiejętności w zakresie dostrzegania nowych możliwości działania, budowania relacji międzyludzkich oraz zarządzania firmą. W przypadku studentów studiów niebiznesowych istotnego znaczenia nabiera również liczba godzin zajęć z przedsiębiorczości – wydaje się, że obecnie na niewystarczającym poziomie. Respondenci kształcący się na kierunkach biznesowych przeznaczają na kształcenie w zakresie przedsiębiorczości ok. 30–35% czasu swoich studiów, co stanowi ok. 3 razy więcej czasu niż w przypadku respondentów z pozostałych obszarów kształcenia.

Oprócz wniosków poznawczych, uzyskane wyniki badań pozwalają jednocześnie na sformułowanie określonych wniosków aplikacyjnych odnoszących się do badanego środowiska akademickiego. Dotyczą one przede wszystkim konieczności:

- stałego podnoszenia jakości kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, co dotyczy szczególnie kierunków niebiznesowych; dobrym rozwiązaniem może być tu powierzenie tych zajęć kadrze dydaktycznej prowadzącej obecnie zajęcia na kierunkach biznesowych,
- rozwoju i doskonalenia różnych kreatywnych inicjatyw na uczelni bardziej precyzyjnie i aktywnie nastawionych na kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych studentów,
- zwiększenia liczby godzin zajęć z przedsiębiorczości na kierunkach niebiznesowych.

Proces ewentualnego uogólniania uzyskanych wyników i aplikacji zaproponowanych rozwiązań powinien jednocześnie uwzględniać ograniczenia przeprowadzonych badań, do których można zaliczyć wysoki subiektywizm samooceny kompetencji przedsiębiorczych badanych, a także stosowanie uproszczonych pytań o zjawiska wieloaspektowe i złożone, np. atmosferę na uczelni, czy samoskuteczność działania. Badania wymagają z pewnością kontynuacji, co będzie możliwe w kolejnych edycjach projektu GUESSS. Pogłębione analizy o charakterze podłużnym pozwolą zarówno na uzyskanie wyników pogłębionych, jak i identyfikację określonych tendencji w zakresie rozwoju kompetencji przedsiębiorczych studentów uwzględniających zmiany w czasie.

Bibliografia

Armstrong, M. (2001). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

- Bagheri, A., Pihie, Z.A.L. (2011). On Becoming an Entrepreneurial Leader: A Focus on the Impacts of University Entrepreneurship Programs. *American Journal of Applied Sciences*, 8 (9), 884–892.
- Bojewska, B. (2002). Przedsiębiorczość w zarządzaniu i rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. W: M. Strużycki (red.), *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*. Warszawa: Difin.
- Cheetham, G., Chivers, G. (2005). *Professions, Competence and Informal Learning*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Chung, Y.Y., Ding, Ch.G. (2002). Development of the Sales Locus of Control Scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 75 (2), 233–245.
- Czekaj, J., Jabłoński, M. (2011). Współczesne podejścia do identyfikacji kompetencji pracowniczych. *Zeszyty Naukowe UE w Krakowie*, 854, 7–22.
- Drynia, O. (2014). Przedsiębiorczość uczelni jako wyzwanie współczesności. *Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego*, 15, 77–88.
- Europejskie ramy odniesienia* (2006), Zalecenia Parlamentu Europejskiego i Rady z 18.12.2006 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, Dz.U. L 394 z 30.12.2006.
- Filipowicz, G. (2004). *Zarządzanie kompetencjami zawodowymi*. Warszawa: PWE.
- Forbes, D.P. (2005). The Effects of Strategic Decision Making on Entrepreneurial Self-Efficacy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5), 599–626.
- Francik, A. (2009). Innowacje jako źródło przedsiębiorczości. W: J. Targalski, A. Francik (red.), *Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą. Teoria i praktyka*. Warszawa: C.H. Beck.
- Geißler, M., Schacht, M., Zanger, C., Kaminski, S. (2012). *The Concept of University Entrepreneurial Climate and its Impact on Students' View on Business Creation*. Wellington, New Zealand: Proceedings of the 2012 ICSB World Conference.
- George, J.M., Zhou, J. (2001). When Openness to Experience and Conscientiousness are Related to Creative Behavior: An Interactional Approach. *Journal of Applied Psychology*, 86, 513–524.
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Oficyna o Wolters Kluwer business.
- Hallier, J. (2009). Rhetoric but Whose Reality? The Influence of Employability Messages on Employee Mobility Tactics and Work Group Identification. *International Journal of Human Resource Management*, 20 (4), 846–868.
- Henderson, R., Robertson M. (2000). Who Wants to Be an Entrepreneur? Young Adult Attitudes to Entrepreneurship as a Career. *Career Development International*, 5 (6), 279–287.
- Hisrich, R.D., Peters M.P., Shepherd D.A. (2005). *Entrepreneurship (6th ed.)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Jabłoński, M. (2011). *Koncepcje i modele kompetencji pracowniczych w zarządzaniu*. Warszawa: CeDeWu.
- Kalita, B. (2014). Przedsiębiorczość jako kompetencja kluczowa w procesie uczenia się przez całe życie. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Seria: Organizacja i Zarządzanie*, 72 (1918), 51–64.
- Kickul, J., Gundry, L.K., Barbosa, S.D., Whitcanack, L. (2009). Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2), 439–453.
- Lewandowska, A., Tylczyński, Ł. (2014). *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. Raport krajowy Polska*. Poznań: Instytut Biznesu Rodzinnego.
- Liñán, F., Chen, Y-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 593–617.

- Lisiecka, K., Papaj, T. (2010). Modele kompetencyjne instrumentem zarządzania personelem w urzędach administracji publicznej. *Współczesne Zarządzanie*, 2, 45–57.
- Luethje, C., Franke, N. (2004). Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1 (3), 269–288.
- Man, T.W.Y., Lau, T., Chan, K.F. (2002). The Competitiveness of Small and Medium enterprises: A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies. *Journal of Business Venturing*, 17 (2), 123–142.
- Man, T.W.Y., Lau, T., Snape, E. (2008). Entrepreneurial Competencies and the Performance of Small and Medium Enterprises: An Investigation through a Framework of Competitiveness. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21 (3), 257–276.
- Marszałek, A. (2011). Doskonalenie kluczowych kompetencji jako wymóg współczesnego rynku pracy. *E-mentor*, 3 (40). Pobrano z: www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/40/id/841 (10.02.2016).
- Matejun, M. (2015). Skłonność do podejmowania działalności gospodarczej w opinii studentów Politechniki Łódzkiej. *Gospodarka Materialowa i Logistyka*, 11, XL–XLVII.
- Matusiak, K.B., Matusiak, M. (2007). Pojęcie i ekonomiczne znaczenie przedsiębiorczości akademickiej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 453, *Ekonomiczne Problemy Usług*, 8, 155–165.
- Mazurkiewicz, A. (2010). *Kapitał ludzki w procesie kształtowania sprawności organizacji*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for Competence Rather Than for „Intelligence”. *American Psychologist*, 28 (1), 1–14.
- Moczulska, M., Winkler, R. (2014). Komunikacyjny wymiar kompetencji społecznych: konstruowanie pozytywnych aktów wartościowania. *Nauki o Zarządzaniu*, 4 (21), 64–74.
- Moczyłowska, J. (2008). *Zarządzanie kompetencjami zawodowymi a motywowanie pracowników*. Warszawa: Difin.
- Oleksyn, T. (2006). *Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka*. Kraków: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Piasecki, B. (2001). Mała firma w teoriach ekonomicznych, W: B. Piasecki (red.), *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*. Warszawa–Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Piecuch, T. (2010). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: C.H. Beck.
- Piecuch, T. (2010). Funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw w gospodarce. W: M. Matejun (red.), *Wyzwania i perspektywy zarządzania w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Warszawa: C.H. Beck.
- Prahalad, C.K., Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. *Harvard Business Review*, 68 (3), 79–91.
- Sarstedt, M., Mooi, E. (2014). *A Concise Guide to Market Research*. Berlin–Heidelberg: Springer-Verlag.
- Sidor-Rządkowska, M. (2006). *Kształtowanie nowoczesnych ocen pracowniczych*. Kraków: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of Business Venturing*, 22 (4), 566–591.
- Starnawska, M., Popowska, M. (2015). CSR in Family Business – Ethnocentric Meaning Socially Responsible? W: Ł. Sułkowski, A. Marjański (red.), *Firmy rodzinne – doświadczenia i perspektywy zarządzania*. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVI (7), III, 119–132.
- Thornberry, N. (2001). Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron? *European Management Journal*, 19 (5), 526–533.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.

- Wach, K. (2015). Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. W: Ł. Sułkowski, A. Marjański (red.), *Firmy rodzinne – doświadczenia i perspektywy zarządzania. Przedsiębiorczość i Zarządzanie, XVI (7), III*, 25–40.
- Wagner, W.E. (2015). *Using IBM SPSS Statistics for Social Statistics and Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 11 (1)*, 25–41.
- Ziemiański, P., Zięba, K. (2014). Znaczenie źródeł poczucia samoskuteczności u początkujących przedsiębiorców – raport z badań. *Przedsiębiorstwo we Współczesnej Gospodarce – Teoria i Praktyka, 2*, 91–97.

The Development of Entrepreneurial Competencies of Students in the Academic Environment: the Scope and Determinants

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial competencies; entrepreneurial education; micro, small and medium-sized enterprises

Summary. Entrepreneurial competencies are very important factor in the success of organizations and individuals in the present-day economy. They are developed by a number of internal factors, mainly related to human psychological profile as well as external factors including the multifaceted impact of the environment. One of the sources of their development may be academic environment, which face a certain expectations and challenges in this regard. Taking this into account, the main purpose of this article is to define the basic tasks and to identify and assess the scope and conditions to the development of entrepreneurial competencies of students in the course of higher education. To achieve this aim, empirical research was conducted in the form of a survey on a sample of 1108 students within the research project Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), which aim was to diagnose the attitudes and behaviors of entrepreneurial students.

Translated by Marek Matejun

Cytowanie

Matejun, M. (2016). Rozwój kompetencji przedsiębiorczych studentów w środowisku akademickim: zakres i uwarunkowania. *Marketing i Zarządzanie, 2 (43)*, 131–146.