

# Teresa Łuczka

---

## Przedsiębiorczość i postawy przedsiębiorcze studentów : wybrane aspekty

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 63, 150-158

---

2011

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.

TERESA ŁUCZKA

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Lesznie

## PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE STUDENTÓW – WYBRANE ASPEKTY

### Wprowadzenie

Przedsiębiorczość powszechnie rozumiana jest jako zdolność do podejmowania różnych przedsięwzięć, która jest cechą ludzi aktywnych i energicznych, ujawniającą się w różnym wieku. Psycholodzy kwalifikują przedsiębiorczość jako cechę psychiczną, warunkującą zdolność bycia dobrym przedsiębiorcą. Tak więc osoba przedsiębiorcza to taka, która osiąga sukces w organizowaniu i prowadzeniu przedsiębiorstw – produkcyjnych lub usługowych. Jakkolwiek zdania naukowców są podzielone w kwestii, czy nauczanie przedsiębiorczości może być efektywne, to oczywiste jest, że ta cecha osobowości poparta niezbędną wiedzą daje trudny do przecenienia potencjał intelektualny i co ważne – sprawczy, tak istotny dla gospodarki<sup>1</sup>. Przedsiębiorczość można definiować jako specyficzne podejście do zarządzania polegające na najlepszym wykorzystaniu zasobów<sup>2</sup>. Jest to klasyczne ujęcie według P. Druckera. Przeciwnie koncepcje traktowały przedsiębiorczość jako podejście do zarządzania polegające na tworzeniu lub wykorzystywaniu szansy bez względu na dysponowane zasoby. Wśród wielu interpretacji przedsiębiorczości można wyróżnić dwa zasadnicze podejścia: pierwsze, atrybutowe, w którym przedsiębiorczość rozumie się jako zespół ludzkich cech związanych między innymi z aktywnością, skłonnością do ryzyka i innowacyjnością. Drugie podejście, czynno-

---

<sup>1</sup> *Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka – światowe doświadczenia*, red. J. Guliński, K. Zasiadły, PARP, Warszawa 2005, s. 9.

<sup>2</sup> S. Kwiatkowski, *Przedsiębiorczość XXI wieku*, w: *Przedsiębiorczość i konkurencyjność*, red. J. Kotowicz-Jawor, Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa 2001, s. 66.

ściowe, w którym za punkt wyjścia przyjmuje się uznanie przedsiębiorczości za działania związane z podejmowaniem działalności gospodarczej, zakładaniem przedsiębiorstwa, z poszukiwaniem szans<sup>3</sup>.

W rozważaniach nad przedsiębiorczością F. Bławat podkreśla konieczność interdyscyplinarnego podejścia, ponieważ istotny jest na przykład pierwiastek psycho- i socjologiczny, a więc cechy osobowościowe przedsiębiorcy, jego zachowania oraz społeczny kontekst przedsiębiorczości. Jak słusznie stwierdza: „Typowymi aktami przedsiębiorczości są na przykład założenie firmy i kierowanie jej rozwojem. Przedsiębiorcze zachowanie się jest jednak procesem, a nie jednorazowym aktem”<sup>4</sup>. Takie podejście zawiera również definicja przyjęta przez Global Entrepreneurship Monitor, zgodnie z którą oznacza ona działania podejmowane przez jednostki, zespoły, jak również firmy w celu założenia nowych firm lub rozwinięcia działalności już istniejących. Poprzez koncentrację uwagi na czynnikach wpływających na poziom przedsiębiorczości w danej gospodarce – od otoczenia instytucjonalnego aż do uwarunkowań społecznych – mocno akcentowane jest znaczenie indywidualnej motywacji (inicjatywy) i gospodarczej aktywności jednostek dla dobrobytu całego społeczeństwa<sup>5</sup>.

## 1. Postawy przedsiębiorcze studentów

W literaturze przedmiotu oprócz pojęcia przedsiębiorczość rozróżnia się postawę wobec przedsiębiorczości/postawę przedsiębiorczą (*entrepreneurial orientation*), które rozumie się jako „skłonność jednostki do angażowania się w innowacyjne, proaktywne i ryzykowne działania w celu podjęcia nowego przedsięwzięcia”<sup>6</sup>. Definicja ta poszerzana jest o takie elementy, jak niezależność, agresywność konkurencyjna i skutki zróżnicowania kulturowego poszczególnych krajów<sup>7</sup>. Przez studentów przedsiębiorczość jest na ogół rozumiana dość szeroko – jako zaradność na rynku pracy (a wcześniej – jako umiejętność płynnego wejścia na rynek).

---

<sup>3</sup> K. Safin, *Zarządzanie małą firmą*, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2003, s. 22–23.

<sup>4</sup> F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Seria Monografii nr 106, Gdańsk 2003, s. 48.

<sup>5</sup> K. Baclawski, *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005, s. 7. W badaniach GEM stosowane są wskaźniki umożliwiające dokonanie ilościowej i jakościowej charakterystyki przedsiębiorczości w poszczególnych krajach, a także ustalenie ich pozycji rankingowej. Wskaźniki te obejmują: osoby starające się rozpocząć biznes, początkujących przedsiębiorców, zaawansowanych przedsiębiorców, przedsiębiorczość z konieczności, przedsiębiorczość firm.

<sup>6</sup> G. Vinig, W Dorresteijn, *Determinants of Entrepreneurial Orientation Among Students – A Comparative Study of Dutch, Norwegian and Israeli Students*, University of Amsterdam, „Working Papers Series” 10.10.2007.

<sup>7</sup> *Ibidem*.

Ch.W. Scheiner, który bada przedsiębiorczość studencką, twierdzi, że fazę *start-up* należy rozszerzyć o szczegółowe rozpoznanie fazy poprzedzającej, czyli fazę *pre-start-up*<sup>8</sup>. Stąd od pewnego czasu obserwuje się zarówno w literaturze przedmiotu, jak i praktyce gospodarczej podejmowanie badań nad szeroko rozumianą przedsiębiorczością ze szczególnym uwzględnieniem studentów, którzy dopiero zaczną podejmować decyzje co do ich kariery w przyszłości. Podyktowane jest to tym, że takie czynniki, jak bezrobocie i gorsze możliwości kariery po utworzeniu firmy, do tej pory nie były brane pod uwagę, a mogą mieć wpływ na podjęcie decyzji zostania przedsiębiorcą. Jak podkreślają studenci Uniwersytetu w Indonezji: „z perspektywy studentów założenie nowej firmy jest skomplikowaną decyzją z powodu wysokiej niepewności i postrzeganego ryzyka”<sup>9</sup>. Stwierdzają, że istotny wpływ na postawy przedsiębiorcze studentów miały przede wszystkim takie czynniki wewnętrzne, jak cechy osobowości studentów. Można wyróżnić wiele czynników zewnętrznych i wewnętrznych, które wspierają przedsiębiorczość studentów. Na podstawie badań przeprowadzonych w grupie 1000 studentów w Holandii, Norwegii i Izraelu stwierdzono, że postawy przedsiębiorcze studentów nie są determinowane przez cechy kulturowe poszczególnych krajów. Co więcej, ustalono, że ich postawy przedsiębiorcze różniły się istotnie od określonych w badaniach Global Entrepreneurship Monitor w tych krajach.

Przegląd wyników badań przeprowadzonych w wielu krajach dowodzi, że odsetek studentów wykazujących aktywną postawę przedsiębiorczą różni się w poszczególnych krajach dość istotnie. W Niemczech 44% studentów mogłoby otworzyć firmę, a 11% było prawie pewnych co do tych planów, w USA, Wielkiej Brytanii i Irlandii odsetek przedsiębiorczych studentów wynosił kolejno: 25%, 41% i 34%<sup>10</sup>. Zbliżony odsetek studentów w Norwegii (38%) zgłaszał zamiar założenia firmy po ukończeniu studiów. Badania w grupie 200 studentów inżynierów przeprowadzone w Indiach wskazują, że większość z nich (76%) planuje założenie firmy w przyszłości, często po uzyskaniu pewnego doświadczenia w firmie produkcyjnej<sup>11</sup>. Zgodnie z danymi podanymi przez Global Entrepreneurship Monitor mężczyźni są bardziej aktywni od kobiet, nawet dwukrotnie. Mniejsza jest też sama liczba zakładanych przez kobiety firm. W Niemczech znacznie mniej kobiet (29%) niż mężczyzn gotowych jest założyć swoją firmę, mimo że stanowią one połowę

---

<sup>8</sup> Ch.W. Scheiner, *Fundamental Determinants of Entrepreneurial Behaviours*, Grabels, Wiesbaden 2009, s. 83.

<sup>9</sup> D.P. Soetanto, H. Prijadi, G.A. Widyadana, *Determinant Factors of Entrepreneurial Intention Among University Students*, „The IUP Journal of Entrepreneurship Development” 2010, vol. 7, nos 1, 2.

<sup>10</sup> Ch.W. Scheiner, *op.cit.*

<sup>11</sup> G.S. Popli, D.N. Rao, *A Study of Entrepreneurial Career of Engineering Students*, Oriental Bank of Commerce, „Working Paper Series”, March 29, 2010.

populacji<sup>12</sup>. Jak podkreśla Ch.W. Scheiner, przedsiębiorstwa zakładane przez kobiety uznawane są obecnie za jedno ze źródeł innowacji, wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy. Są one przedmiotem badań zwłaszcza w USA i Kanadzie, gdzie ich liczba szybko rośnie. Badania postaw studentów wobec przedsiębiorczości przeprowadzone w Kanadzie potwierdziły wyraźne zróżnicowanie ze względu na płeć. Kobiety częściej stwierdzały, że przedsiębiorczość nie ma wpływu na ich osobowość. Natomiast nie występują różnice między studentami i studentkami w podejściu do ryzyka<sup>13</sup>.

Wyniki badań nad postawami przedsiębiorczymi studentów Uniwersytetu w Tallinie<sup>14</sup> dostarczają kolejnych informacji. 9,9% studentów i 26,6% studentek nigdy nie brało pod uwagę możliwości założenia przedsiębiorstwa po ukończeniu studiów. Głównymi barierami były: brak pomysłu na firmę (53%), brak wiedzy (40%) oraz prawdopodobieństwo upadku firmy (39%). Studenci wskazywali na takie cechy przedsiębiorczości, jak: bycie samodzielnym, samorealizacja oraz możliwość uzyskania większych dochodów – jako najistotniejsze czynniki stymulujące chęć bycia przedsiębiorcą. Studenci silnie zdeterminowani decyzją o karierze przedsiębiorcy decydowali się na utworzenie firmy w najbliższej przyszłości, w odróżnieniu od studentów słabo zmotywowanych, którzy odkładali tą decyzję na daleką przyszłość. Przedsiębiorcę cechuje, ich zdaniem, chęć osiągnięcia celów, wiara w siebie i społecznienie.

Przedstawione wyniki skonfrontowane z wynikami badań 125 studentów Instytutu Ekonomii i Zarządzania PWSZ w Lesznie, przeprowadzonych w 2010 roku, wskazują, że duży odsetek studentów, w tym kobiet, planuje założenie przedsiębiorstwa po ukończeniu studiów. Punktem wyjścia badania przedsiębiorczości w fazie *pre-start-up* jest – jak już wspomniano – gotowość studentów do założenia firmy. Dominująca część studentek, 43%, i 36% studentów założy ją po zdobyciu doświadczenia zawodowego, a odpowiednio 7% i 18% planuje utworzyć przedsiębiorstwo po ukończeniu studiów, równocześnie 44% studentek oraz 3% studentów jeszcze nie wie, czy założy firmę. Sumując zatem, można stwierdzić, że połowa badanych studentek i 54% studentów podejmie działania przedsiębiorcze po studiach w bliższej lub dalszej perspektywie. Należy dodać, że 1% kobiet i 3% mężczyzn już założyło swoją firmę.

---

<sup>12</sup> Ch.W. Scheiner, *op.cit.*, s. 87.

<sup>13</sup> T.V. Menzles, H. Tatroff, *The Propensity of Male vs. Female Students to Take Courses and Degree Concentration in Entrepreneurship*, „Journal of Small Business and Entrepreneurship” 2006, vol. 19, iss. 2.

<sup>14</sup> U. Venesaar, E. Kolbre, T. Piliste, *Student's Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology*, „Tallinn University of Technology's Working Papers in Economics” 2006, no. 154.

## 2. Rola państwa i uczelni w kształtowaniu przedsiębiorczych postaw studentów

Wspieranie przedsiębiorczości, a także kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród różnych grup społecznych jest jednym z celów polityki państwa. W wielu krajach i ośrodkach naukowych poszukuje się sprawnych i efektywnych metod pobudzania oraz aktywacji przedsiębiorczości wśród studentów różnych kierunków<sup>15</sup>. W USA panuje przekonanie, że preferowanie przedsiębiorczości w zajęciach uczelnianych może pomóc studentom w byciu niezależnym i podejmowaniu innowacyjnych przedsięwzięć obciążonych ryzykiem. Rozwój jednostek związanych z transferem technologii powoduje, że uniwersytety coraz częściej dostrzegają zalety przedsiębiorczości. Istotnym zadaniem jest poszukiwanie sposobu, w jaki wartość, jaką stanowi przedsiębiorczość, może stać się szeroko zintegrowana z kulturą uniwersytetu. „Przedsiębiorczość traktuje o planowaniu i zastosowaniu nowych idei i praktyk lub ulepszeniu dotychczasowych. W rosnącym technologicznym, naukowym i połączonym świecie jakoś innowacji w wielkim wymiarze zależy od przewodnictwa postępowego uczenia. Mocne fundamenty edukacyjne pomagają zapewnić, że nowe idee będą efektywne i istotne. Ponieważ przedsiębiorczość promuje, stosuje i nagradza innowacyjność, to musi być skorelowana ze studium”<sup>16</sup>. Dla przykładu, na Uniwersytecie Stanforda powołano *Stanford Technology Ventures Program* (STVP), centrum przedsiębiorczości wspólnie ze School of Engineering, kursy Creativity & Innovation pomagają studentom dostrzec wymagania i przeszkody kreatywności indywidualnej oraz całej organizacji. Studenci mogą uczyć się kreatywności na warsztatach, studiując przypadki, projekty grupowe, odbywając wizyty w interesujących jednostkach i uczestnicząc w zajęciach prowadzonych przez ekspertów. „Filozofia Creativity & Solution polega na uświadomieniu, że każdy problem stwarza możliwość kreatywnego rozwiązania. Jest tym, co studenta zachęca do osiągnięcia nowego podejścia do kreatywnego rozwiązania problemu w zróżnicowanym środowisku”<sup>17</sup>.

Podobnie w Holandii, w ramach programu rządowego mającego na celu promocję przedsiębiorczości i zmiany społeczeństwa w „społeczeństwo przedsiębiorcze”, studenci są zachęceni do rozwijania umiejętności przedsiębiorczych i postrze-

---

<sup>15</sup> Studenci uczelni technicznych w Malezji, co wynika z badań, nadal uważają, że przedsiębiorczość leży w profilu zainteresowań studentów zarządzania, a nie kierunków technicznych, co powinno skłonić władze uczelni i kierunków nieekonomicznych do wprowadzenia takich zajęć. Zob. G.S. Popli, *A Study of Entrepreneurial Orientation & Inclination for Entrepreneurial Career of Management Students in India: An Empirical Analysis*, <http://ssrn.com/abstract=1579905>.

<sup>16</sup> *Entrepreneurship in American Higher Education, A Report from the Kauffman Panel on Entrepreneurship Curriculum in Higher Education*, <http://ssrn.com/abstract=1291290>.

<sup>17</sup> *Ibidem*.

gania przedsiębiorczości jako możliwości kariery<sup>18</sup>. Szczególnie ważne – jak piszą G. Segal, D. Borgia, i J. Schoenfeld – jest wspieranie przedsiębiorczości przez uniwersytety, aby „obudzić zainteresowanie przedsiębiorczością zarówno wśród studentek, jaki i studentów”<sup>19</sup>. Wskazuje się przy tym, że zgodnie z wynikami badań, istotny jest wpływ czynników hamujących zamiar bycia przedsiębiorcą – wśród studentek zwłaszcza obawa przed ryzykiem finansowym, zbyt wielkie obciążenie pracą, obawa przed niepowodzeniem. Autorzy podkreślają również, że związek między edukacją przedsiębiorczą a zakładaniem firmy obejmuje obok fazy *pre-start-up* także fazę *post-start-up*.

Studenci ostatniego roku MBA w Delhi, których poddano badaniom<sup>20</sup>, wskazali z kolei, że wśród czynników wpływających na ich postawy przedsiębiorcze, obok zadowolenia i chęci przewodzenia innymi ludźmi, jest możliwość wprowadzania innowacyjnych rozwiązań do praktyki gospodarczej oraz chęć sprostania wyzwaniu, jakim jest bycie przedsiębiorcą.

Główne bariery przedsiębiorczości w ich kraju to polityka państwa i brak środków finansowych na utworzenie firmy. Dlatego oczekuje się od rządu opracowania warunków łatwego wejścia na rynek i odpowiedniego systemu finansowania młodych przedsiębiorców oraz propagowania kultury przedsiębiorczości wśród młodych ludzi, w tym studentów. Wskazuje się, że większość instytutów zarządzania w Indiach podjęła wiele inicjatyw promujących przedsiębiorczość wśród studentów, na przykład organizują kluby rozwoju przedsiębiorczości, które pokazują założenie przedsiębiorstwa jako cel życiowy, oraz treningi przedsiębiorczości. Większość studentów zadeklarowała chęć założenia firmy, wybraliby oni działalność przede wszystkim w branży hotelarskiej, magazynowej, produkcyjnej, IT oraz w infrastrukturze magazynowej. Interesujący z tego punktu widzenia jest również program rozwoju przedsiębiorczości, dzięki któremu studenci pod okiem pracowników uczelni decydują się na założenie firmy, zamiast zatrudnić się u kogoś<sup>21</sup>.

Interesujące poznawczo są wyniki badań przeprowadzonych wśród 117 studentek biznesu w Dubaju<sup>22</sup>. Studentki te wykazały znaczne zainteresowanie byciem przedsiębiorcą i w związku z tym uczestniczyły w specjalistycznym programie

---

<sup>18</sup> I. Verheul, D. Longerbone, M. Van Ginkel, *Determinants of Entrepreneurship in the Netherlands*, Accepted Paper Series, 24.11.2009.

<sup>19</sup> Zob. G. Segal, D. Borgia, J. Schoenfeld, *The Motivation to Become an Entrepreneur*, „International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research” 2005, vol. 11, iss. 1.

<sup>20</sup> Zgodnie z wynikami badań, Indie są drugim, po Tajlandii, najbardziej przedsiębiorczym krajem świata.

<sup>21</sup> H.S. Anant, *Entrepreneurship (How to Get Started)*, <http://ssm.com/abstract=1509411>.

<sup>22</sup> Badania były częścią ogólnych badań przeprowadzonych między innymi w Portugalii, Hiszpanii, Niemczech, Austrii i Polsce. W Zjednoczonych Emiratach Arabskich studentki stanowią 70% wszystkich studiujących. Por. M. Gallant, S. Majumdar, D. Varadarajan, *Outlook of Female Students Towards Entrepreneurship – an Analysis of a Selection of Business Students in Dubai*.

biznesowym. Wskazywały konieczność większego udziału przedmiotu przedsiębiorczość w programach studiów biznesowych, regularnie śledziły literaturę fachową, potrafiły zbudować biznesplan, brały udział w tworzeniu firmy przez członków rodziny i miały świadomość problemów, z jakimi spotykają się przedsiębiorcy zakładający firmę (tabela 1 i 2).

Tabela 1

## Postawy przedsiębiorcze respondentek\*

Zalety przedsiębiorczości	Zdolności przedsiębiorcze	Kontakt z przedsiębiorczością
Współtworzy miejsca pracy 4,11	Umiem zbudować biznesplan, koncepcję biznesu 3,56	Regularnie czytam książki/artykuly o przedsiębiorczości 2,91
Wspiera interes społeczny 3,88	Rozumiem problemy przedsiębiorcy planującego wejście na rynek 3,41	Towarzyszyłam członkom rodziny w zakładaniu firmy 2,87
Decyduje o konkurencyjności gospodarki 3,81	Znam techniki wyszukiwania tego, czego potrzebuje rynek 3,34	Nie powinnam zakładać firmy, jeśli miałoby mi się nie powieść 2,75
Uwalnia potencjał osobisty 3,77	Wiem, jak sfinansować pomysł na nowy biznes 3,21	Towarzyszyłam przyjaciółom w zakładaniu firmy 2,74
Przyczynia się do wzrostu w świecie biedy 3,64		Byłam wolnym strzelcem/sama zatrudniałam się 2,52

\*Zastosowano pięciostopniową skalę: od 1 – całkowicie się nie zgadzam, do 5 – całkowicie się zgadzam.

Źródło: M. Gallant, S. Majumdar, D. Varadarajan, *op.cit.*

Tabela 2

## Sposoby wzmacniania przez uniwersytety zainteresowania nowymi przedsięwzięciami\*

Uniwersytet jako nauczyciel	
Dostarcza studentom pomysłów na rozpoczęcie nowego biznesu	4,17
Oferuje studia w zakresie przedsiębiorczości – licencjackie i magisterskich	4,11
Organizuje konferencje lub warsztaty poświęcone przedsiębiorczości	3,97
Oferuje prace projektowe związane z przedsiębiorczością	3,87
Kreuje większą świadomość przedsiębiorczości jako kariery życiowej	3,84
Uniwersytet jako promotor przedsiębiorczości	
Pozwala przedsiębiorstwom prowadzonym przez studentów korzystać z usług uczelni	4,11
Kontaktuje studentów z sieciami potrzebnymi do założenia firmy	4,04
Kontaktuje przedsiębiorczych studentów ze sobą	4,03
Dostarcza studentom środki finansowe potrzebnych na starcie	3,90

\*Zastosowano pięciostopniową skalę: od 1 – całkowicie się nie zgadzam, do 5 – całkowicie się zgadzam.

Źródło: M. Gallant, S. Majumdar, D. Varadarajan, *op.cit.*



Z punktu widzenia poszukiwania sprawnych i efektywnych metod pobudzania oraz aktywacji przedsiębiorczości wśród studentów interesującym przykładem są seminaria symulacji komputerowych. Jak wskazują wyniki badań przeprowadzonych wśród 2657 studentów i założycieli firm w Bawarii, którzy wzięli udział łącznie w 152 takich seminariach organizowanych przez uczelnie, seminaria symulacji komputerowych są polecaną i innowacyjną metodą nauczania przedsiębiorczości. Uczestnicy w ciągu jednego lub dwóch weekendów uzyskiwali „motywujący *crash-course* w myśleniu przedsiębiorczym”. Zalety takich seminariów podkreślali zwłaszcza studenci nauk przyrodniczych, dla których przedsiębiorczość jako taka może być sensowną alternatywą, gdy muszą zdecydować o karierze życiowej, lub może stanowić niezbędny zasób wiedzy o przedsiębiorstwie przydatny w późniejszych relacjach z pracodawcą<sup>23</sup>. Należy jednak dodać, że badania nad skutecznością programów i szkoleń w zakresie przedsiębiorczości wśród studentów pokazały, że wprowadzenie specjalnego programu dla studentów college’u nie dało oczekiwanych skutków: po pierwsze, wpływ na umiejętności bycia przedsiębiorcą był nieznaczny, a po drugie, wpływ programu edukacyjnego na decyzję bycia przedsiębiorcą był nawet znacząco ujemny<sup>24</sup>.

## Podsumowanie

Kluczem budowy przewagi konkurencyjnej współczesnych gospodarek jest przedsiębiorczość, która warunkuje wzrost gospodarczy, jest czynnikiem przekształceń strukturalnych i społecznych oraz stanowi istotny element rozwoju regionu w wielu kontekstach i granicach. Kształtowanie odpowiednich postaw wśród poszczególnych grup społecznych, zwłaszcza studentów, jest i powinno być jednym z celów polityki gospodarczej i edukacyjnej państwa. Szczególna rola przypada również uczelniom, ekonomicznym, jak i technicznym, w propagowaniu idei przedsiębiorczości i świadomego wyboru jej jako kariery życiowej, wartości pracy na własny rachunek, a przede wszystkim umiejętności założenia małej firmy i jej utrzymania.

---

<sup>23</sup> Ch. Lendner, J. Hübscher, *Lerneffekte bei Gründern und Studenten durch Gründungsmanagement – Computersimulationen*, Zeitschrift für KMU und Entrepreneurship 2009, Heft 3/4.

<sup>24</sup> H. Oosterbeek, M. Van Praag, A.I. Jsselstein, *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Competencies and Intentions: An Evaluation of the Junior Achievement Student Mini-Company Program*, University of Amsterdam, „Working Paper Series”, 18.08.2008.

**ENTREPRENEURSHIP AND STUDENTS' ENTREPRENEURIAL  
ORIENTATION SELECTED ASPECTS**

**Summary**

Entrepreneurship is a source of competition in the market economy. Important meaning plays entrepreneurial orientation, especially among the students. In the paper selected theoretical and empirical aspects of these problems are presented.

*Translated by Teresa Łuczka*