

# Beata Bieńkowska

---

## Postrzeganie działalności gospodarczej przez studentów

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 80, 21-31

---

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.

BEATA BIENKOWSKA

Akademia Hutnicza w Bielsku-Białej

## POSTRZEGANIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ PRZEZ STUDENTÓW

### Wprowadzenie

Dyskusja nad fenomenem przedsiębiorczości w polskiej gospodarce rozpoczęła się wraz z procesem transformacji i z różnym nasileniem toczy się nadal. Wciąż podejmowane są próby wprowadzania ułatwień dla działalności gospodarczej i wciąż przedsiębiorcy uważają, że władza nie rozumie specyfiki funkcjonowania firm. Przez wiele lat panowało w społeczeństwie przekonanie, że prowadzenie przedsiębiorstwa wymaga szczególnych umiejętności, a sukces rynkowy tak naprawdę nie zależy od starań właściciela, ale od tego, jak dobrze potrafi on omijać przepisy prawa, czy ma tzw. znajomości oraz układy. Chyba najbardziej negatywny obraz właścicieli firm ukształtował się w świadomości osób zatrudnionych w sektorze prywatnym, które doświadczyły takich sytuacji, jak: praca bez należnego wynagrodzenia, zatrudnienie w szarej strefie czy też niedotrzymywanie umów ze strony pracodawców. Tego rodzaju patologie były i nadal są bardzo istotnym czynnikiem kształtującym obraz przedsiębiorcy w świadomości społecznej. Ostatnie lata przyniosły w tej dziedzinie znaczące zmiany. Głównie dlatego, że wiele osób, które znalazły się w sytuacji bezrobocia, stanęło przed koniecznością podjęcia działalności na własny rachunek. Wcielanie się w rolę przedsiębiorcy, nawet jeśli nie kończy się sukcesem, na trwałe zmienia sposób postrzegania właścicieli firm. Przedsiębiorca staje się zatem nowym zawodem, który bywa wykonywany przez osoby o różnym poziomie wykształcenia, zróżnicowanych kwalifikacjach, doświadczeniach zawodowych oraz różnych cechach osobowościowych.

Stosowanie terminu *przedsiębiorczy* już dawno przestało ograniczać się jedynie do ludzi, ale mówi się też o przedsiębiorczej firmie, przedsiębiorczej instytucji oraz przedsiębiorczym regionie. Za każdą z tych konstrukcji stoi człowiek ze swoim bagażem doświadczeń rodzinnych i zawodowych, kwalifikacji i cech osobowości, które zdecydują o tym, czy w stosunku do jego twórców można użyć sformułowania *przedsiębiorcze*. W wielu obszarach polityki państwa, w tym również w zakresie kształtowania systemu edukacji, konieczne są dzisiaj trudne decyzje dotyczące nadawania im kształtu pożądanego przez gospodarkę. Właściciel firmy to taki zawód, na który zawsze występować będzie zapotrzebowanie, dlatego ważna jest analiza czynników wpływających na podejmowanie działalności

gospodarczej przez ludzi młodych i uwzględnianie wyników tejże analizy w programach edukacyjnych realizowanych na różnych szczeblach systemu edukacji.

W artykule zostały krótko zaprezentowane wyniki badań pilotażowych przeprowadzonych w 2010 roku, które miały na celu pozyskanie wstępnych informacji na temat sposobu postrzegania działalności gospodarczej jako ścieżki realizacji kariery zawodowej przez studentów. Badania przeprowadzone wśród studentów są częścią szerszych badań obejmujących różne grupy społeczne i instytucje, które są związane z percepcją przedsiębiorców i działalności gospodarczej w społeczeństwie.

## 1. Małe i średnie przedsiębiorstwa oraz bariery ich działalności

Kryteria definiowania przynależności do sektora MSP dzielą się na ilościowe i jakościowe. Te ilościowe są powszechnie znane, gdyż zawiera je ustawa o swobodzie działalności gospodarczej i są zgodne z Rozporządzeniem Komisji Europejskiej<sup>1</sup>. Przyjmuje się tutaj przede wszystkim liczbę zatrudnionych pracowników, roczny obrót, całkowity bilans roczny. Są to kryteria mierzalne, zgodnie z którymi łatwo jest mierzyć i klasyfikować firmy. Inaczej wygląda to z perspektywy czynników jakościowych.

Definicje oparte na kryteriach jakościowych wykorzystywane są do celów poznawczych i analitycznych. Dlatego też główne zastosowanie znajdują przede wszystkim w badaniach naukowych. Z najpopularniejszych kryteriów jakościowych wynikają takie cechy charakterystyczne małych firm, jak: właściciel posiada istotny udział w zarządzaniu przedsiębiorstwem, wszelkie decyzje pozostają w ręku jednej osoby lub niewielkiej grupy osób, sposób finansowania rzadko opiera się na wykorzystaniu rynku kapitałowego, sporadyczne przypadki zatrudniania specjalistów ze względu na wysokie koszty, firma jest podstawą egzystencji właściciela i jego rodziny, niezależność finansowa od dużych przedsiębiorstw, chociaż funkcjonują również małe firmy jako dostawcy dla dużych jednostek<sup>2</sup>. Obserwuje się nastawienie właścicieli na samodzielne finansowanie rozwoju. Często występującym zjawiskiem w tym sektorze jest przenoszenie cech osobowościowych właściciela na firmę, którą zarządza, z którą się utożsamia oraz na zarządzanie którą przez inną osobę niechętnie się zgadza. Takie przedsiębiorstwa jednak szybko reagują na zmiany w otoczeniu i w razie potrzeby skracają etap rozwoju i wprowadzania produktu<sup>3</sup>.

Jest wiele czynników zarówno o charakterze ekonomicznym, jak i społecznym, które przyczyniły się do nowego postrzegania przedsiębiorczości i znaczenia MSP. Do najważniejszych należą: powrót do indywidualizmu i samodzielności jednostek, większa determinacja obywateli do tworzenia i utrzymywania miejsc pracy dla samych siebie, prywatyzacja

---

<sup>1</sup> Rozporządzenie Komisji (WE) nr 800/2008 z dnia 6.08.2008 r. uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem.

<sup>2</sup> Por. I. Janiuk, *Strategiczne dostosowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej*, Wydawnictwo Centrum Doradztwa i Informacji Difin, Warszawa 2004, s. 16–17.

<sup>3</sup> T. Markowski, *Ekonomiczne i środowiskowe aspekty zarządzania rozwojem miast i regionów*, Wyd. UŁ, Łódź 2001, s. 117.

przedsiębiorstw państwowych, która umożliwiła prywatnej inicjatywie dostarczanie usług na wyższym poziomie. Przedsiębiorcy stali się także katalizatorami w procesach transformacji stagnacji gospodarczej<sup>4</sup>, wciąż „wymuszają” prawno-organizacyjne zmiany dostosowujące regulacje prawne oraz formy instytucji do potrzeb zmieniającego się otoczenia gospodarczego<sup>5</sup>.

Niezależnie od różnorodnych uwarunkowań ekonomicznych i pozaekonomicznych specyficznych dla każdego kraju MSP odgrywają niezwykle ważną rolę w kwestiach gospodarczych, na przykład w generowaniu nowych miejsc pracy. Dzięki temu rozwiązują jeden z najtrudniejszych gospodarczych i społecznych problemów krajów, jakim jest bezrobocie. MSP gospodarują oszczędnie, ale zarazem produktywnie. Wydajniej wykorzystują kapitał, oszczędności, dostępną infrastrukturę techniczną, zasoby ludzkie i naturalne oraz przedsiębiorczy talent. Wynikiem tego jest dostarczanie na rynek dóbr i usług po niższych cenach, często także niższej jakości, co jednak odpowiada zapotrzebowaniu społeczeństwa mniej zamożnego, innowacje i unowocześnianie struktury przemysłowej. MSP często są ważnym źródłem wynalazków, są wydajne w dziedzinie innowacji, wprowadzają je po niższych kosztach. Małe innowacyjne firmy działające w otoczeniu wysokich technologii często tworzą i kształtują nowe dziedziny wytwórczości, nowe gałęzie przemysłu. Takie przedsiębiorstwa określane są mianem „gazele”, czyli szybko rosnące, tworzące nowe miejsca pracy<sup>6</sup>.

Rozwój przedsiębiorczości w Polsce napotyka niestety liczne ograniczenia i bariery. W praktyce gospodarczej i literaturze przedmiotu dotyczącej funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw można spotkać różne klasyfikacje. Jedną z nich uznaje za największe następujące bariery działania firm:

- rynkowe – ogół niekorzystnych zjawisk związanych z rynkowym otoczeniem podmiotów, zwężeniem rynków zbytu, naciskiem konkurencji, dostępnością dostawców, powiązaniem kooperacyjnymi,
- finansowe – związane z podejmowaniem i prowadzeniem działalności, niskimi zasobami kapitałowymi, wysokimi kosztami pozyskiwania funduszy ze źródeł zewnętrznych,
- prawnopodatkowe – dotyczące ilości i zmienności regulacji prawnych, w tym głównie regulacji prawa pracy, procedur administracyjnych, kompetencji urzędników, długiego czasu oczekiwania na decyzje, braku stabilnej polityki wobec MSP,
- innowacyjno-technologiczne – dotyczące przestarzałego parku maszynowego i trudności w dostępie do nowych technologii,

---

<sup>4</sup> K. Matusiak, M. Mażewska, *Wspieranie małej i średniej przedsiębiorczości w świetle ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Warszawa 2004, s. 7–8.

<sup>5</sup> *Leksykon zarządzania*, red. A. Olczak, I. Kołodziejczyk-Olczak, Wyd. WSHE w Łodzi, Łódź 2005, s. 241–242.

<sup>6</sup> Por. *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, red. B. Piasecki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa–Łódź 2001, s. 116–117.

- informacyjne – związane z problemami technicznymi, finansowymi i organizacyjnymi, a także z dostępem do informacji, związane z wewnętrznymi procedurami zarządzania, a więc z szerokim zakresem obowiązków i niskim stopniem specjalizacji kadry kierowniczej oraz z trudnościami w pozyskaniu nowych pracowników, brakiem wiedzy, umiejętności i kompetencji<sup>7</sup>.

Wśród innych popularnych klasyfikacji można wymienić bariery: prawne, ekonomiczne, zarządzania, edukacyjne oraz społeczne.

Bariera prawna związana jest głównie z niezrozumiałymi i niestabilnymi przepisami prawa. Takie cechy systemu prawnego powstrzymują przed zakładaniem przedsiębiorstw w Polsce potencjalnych polskich właścicieli firm oraz wielkie zagraniczne korporacje<sup>8</sup>. Również w polskim systemie podatkowym występuje duża częstotliwość zmian. To powoduje, że wiele małych podmiotów nie jest w stanie nadążyć za tymi zmianami, a korzystanie z usług wyspecjalizowanych jednostek w tej dziedzinie jest bardzo kosztowne<sup>9</sup>.

Bariera ekonomiczna przejawia się głównie w braku spójnej i skutecznej polityki państwa wobec MSP, ograniczonymi możliwościami pozyskiwania kapitału (zwłaszcza na inwestycje), dużym udziałem kosztów pracy spowodowanym wysokością składek na ubezpieczenie społeczne, represyjną i niestabilną polityką fiskalną oraz wzrastającą konkurencją<sup>10</sup>. Wiele małych firm ma opóźnienia w płaceniu należności, co wywołuje łańcuch zahamowań finansowych w kolejnych firmach<sup>11</sup>.

Bariera zarządzania znajduje wyraz w nieznajomości zasad i braku systemu kształcenia w zakresie przedsiębiorczości oraz trudnościach organizacyjnych związanych z tworzeniem przedsiębiorstw, a bariera edukacyjna wynika z nieadekwatnych programów nauczania w szkołach, które powodują nieumiejętność wykorzystania informacji z otoczenia, brak skłonności do ciągłego kształcenia się oraz mało efektywny system gromadzenia informacji gospodarczych i dostępu do nich<sup>12</sup>.

Pomimo występowania barier i trudności w rozwoju sektora MSP stale wydłuża się okres działalności firm<sup>13</sup>.

Małe i średnie przedsiębiorstwa mają ogromny wpływ na funkcjonowanie gospodarki polskiej. Pokazują to takie wielkości, jak: liczba zarejestrowanych i aktywnych przedsiębiorstw, liczba pracujących, przeciętne zatrudnienie i wynagrodzenia oraz sytuacja finan-

---

<sup>7</sup> A. Skowronek-Mielczarek, *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania*, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2007, s. 11.

<sup>8</sup> *Małe i średnie przedsiębiorstwa – szkice o współczesnej przedsiębiorczości*, red. T. Łuczka, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2007, s. 32–33.

<sup>9</sup> K. Malik, *Stymulanty i de stymulanty rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Rola małych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju regionalnym*, red. R. Kośmider, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2000, s. 32.

<sup>10</sup> Por. *Małe i średnie przedsiębiorstwa – szkice...*, s. 32–39.

<sup>11</sup> I. Steinerowska-Streb, *Sytuacja małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2006, nr 8, s. 27.

<sup>12</sup> Por. *Małe i średnie przedsiębiorstwa – szkice...*, s. 32–44.

<sup>13</sup> *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu*, red. M. Strużycki, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 116–117.

sowa MSP. Przedsiębiorstwa małe niezmiennie stanowią około 99% przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON, zaś średniej wielkości – blisko 1%<sup>14</sup>.

## 2. Badanie zawodowych preferencji studentów ze szczególnym uwzględnieniem zawodu przedsiębiorcy

Jakkolwiek docenia się znaczenie rozwoju przedsiębiorczości dla gospodarki, w tym w szczególności dla rynku pracy, przedsiębiorca wciąż jednak znajduje się na dalekiej pozycji w rankingu najbardziej poważanych zawodów w Polsce. Prestiż zawodowy to dobro pożądanе i cenione niemal w każdym społeczeństwie. Nie bez powodu marzeniem wielu maturzystów są studia prawnicze czy medyczne, które od lat cieszą się szczególną estymą. W tych przypadkach gratyfikacja w formie poważania okazuje się cenniejsza niż zarobki. Fenomen prestiżu polega również na tym, że poziom szacunku żywionego do konkretnych grup zawodowych jest raczej stabilny i podobny we wszystkich grupach społecznych<sup>15</sup>. W badaniu prestiżu zawodów przeprowadzonym przez CBOS w styczniu 2009 roku, w którym to prestiż został zdefiniowany jako subiektywne poważanie konkretnego zawodu, na 33 przebadane zawody przedsiębiorca znalazł się dopiero na 17 miejscu. Na pierwszym miejscu w tym rankingu znalazł się profesor uniwersytetu, ale przedsiębiorcę wyprzedziły także takie profesje, jak: górnik, strażak, pielęgniarka, rolnik, kierowca autobusu. Na jeszcze niższej pozycji uplasował się właściciel małego sklepu (również przedsiębiorca), a najgorsze miejsca zajęli przedstawiciele administracji publicznej i politycy<sup>16</sup>.

Z tak niskiego prestiżu społecznego tego zawodu wynika szereg negatywnych konsekwencji, np. brak zainteresowania jego wykonywaniem przez ludzi młodych. Można pokusić się o stwierdzenie, że dla młodych osób jest on po prostu zawodem zbyt trudnym, obciążonym nadmierną odpowiedzialnością, chociaż zapewne takie opinie wyrażane są nie na bazie własnych doświadczeń, ale na podstawie tego, czego doświadczyli inni. Jedną z najskuteczniejszych metod przeciwdziałania takim sytuacjom jest edukacja. Powinna być ona skierowana do różnych grup wiekowych.

W programach kształcenia w ramach różnych kierunków studiów, zwłaszcza tych z dziedziny zarządzania, przedsiębiorczość jest ich integralnym elementem. Dlatego interesująca wydaje się odpowiedź na pytanie, jak różne, wspomniane wcześniej okoliczności kształtują opinię studentów na temat prowadzenia własnej firmy. Znajomość tych zagadnień jest bardzo ważna ze względu na konieczność dopasowywania kierunków kształcenia do potrzeb gospodarki. W tym celu w okresie luty–kwiecień 2010 roku przeprowadzono badania pilotażowe wśród studentów Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-

<sup>14</sup> A. Żołnierski, *Znaczenie sektora MŚP w Polsce*, w: *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2007–2008*, red. A. Żołnierski, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009, s. 23–24.

<sup>15</sup> G. Jabłońska, *W pogoni za prestiżem, czyli najbardziej poważane zawody w Polsce*, strona internetowa [www.rynekpracy.pl](http://www.rynekpracy.pl) (10.09.2010).

<sup>16</sup> *Ibidem*.

-Białej. Jest ono częścią składową szerszych badań związanych z wizerunkiem przedsiębiorcy w świadomości różnych grup społecznych. Aby zapoznać się z opinią studentów na omawiany temat, przeprowadzono badania ankietowe z wykorzystaniem kwestionariusza, który posłużył do zweryfikowania następujących zagadnień:

1. Stan wiedzy na temat przedsiębiorcy i przedsiębiorczości oraz wpływ stereotypu przedsiębiorcy na sposób jego postrzegania wśród studentów. Badani odpowiadali tutaj między innymi na pytania: Kim jest ich zdaniem przedsiębiorca? Jakie cechy go charakteryzują? Co to jest przedsiębiorczość?
2. Stan wiedzy praktycznej związanej z zakładaniem i prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. W tej części zadawano pytania: Co jest najważniejsze w procesie zakładania firmy? Jakie mogą pojawić się bariery dla działalności gospodarczej? Jakie są zalety posiadania własnego biznesu? Jaką minimalną kwotą, ich zdaniem, należy dysponować, aby założyć firmę mikro?
3. Określenie własnych aspiracji zawodowych, ze szczególnym uwzględnieniem tych związanych z działalnością gospodarczą. Respondenci udzielali odpowiedzi na pytania o przyczyny podjęcia studiów, wyboru kierunku, wymarzoną pracę oraz ewentualne plany dotyczące prowadzenia własnej firmy.

W badaniach pilotażowym wzięło udział 126 studentów, niestety część kwestionariuszy w ogóle nie została zwrócona i jedynie 85 z nich zostało poddanych analizie. Byli to studenci studiów stacjonarnych oraz niestacjonarnych na kierunkach: zarządzanie i marketing, zarządzanie oraz zarządzanie i inżynieria produkcji. Struktura płciowa respondentów kształtowała się następująco: 53% stanowili mężczyźni i 47% kobiety.

Jednym z ważniejszych pytań zadanych studentom było to, które dotyczyło odpowiedzi na pytanie, kim jest przedsiębiorca. Uzyskane dane pokazują (tab. 1), że przede wszystkim uważają oni, że jest to ktoś, kto prowadzi działalność gospodarczą. Kolejne ce-

Tabela 1

Zestawienie odpowiedzi respondentów na temat tego, kim jest przedsiębiorca (%)

Warianty odpowiedzi*	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Posiada duży majątek	5,88	3,53	9,41
Prowadzi działalność gospodarczą	50,59	47,06	97,65
Jeździ drogim samochodem	1,18	0,00	1,18
Posiada rozległe znajomości	34,12	18,82	52,94
Jest osobą znaną w środowisku	20	16,47	36,47
Ciężko pracuje	32,94	17,65	50,59
Zarabia duże pieniądze, marnie płacąc swoim pracownikom	11,77	5,88	17,65
Inna odpowiedź	3,53	0,00	3,53

\* Respondent, udzielając odpowiedzi na to pytanie, mógł wskazać maksymalnie 4 warianty.

Źródło: opracowanie własne.

chy charakterystyczne przedsiębiorców to: posiadanie rozległych znajomości, umiejętność ciężkiej pracy oraz bycie osobą znaną w środowisku.

Niewielu studentów uznało, że przedsiębiorcy to osoby demonstrujące swój status poprzez to, że jeżdżą drogimi samochodami, mało istotne okazało się też posiadanie dużego majątku. Z innych odpowiedzi ciekawe było sformułowanie mówiące, iż przedsiębiorca to osoba inteligentna, rozwijająca własną firmę oraz taka, która posiada umiejętność wyszukiwania i wykorzystywania szans pojawiających się na rynku. Dla studentów zatem przedsiębiorca jest zawodem wykonywanym w sposób klasyczny – poprzez rejestrację działalności gospodarczej i prowadzenie firmy. Rzadko kojarzą go z niestandardowymi formami i obszarami działania. Cieszy fakt, że nie kojarzą przedsiębiorcy z osobą wykorzystującą pracowników, ale uważają, że bez znajomości właściciele firm nie mogą funkcjonować na rynku.

Aby sprawdzić, czy rzeczywiście stereotyp nie ma wpływu na opinie respondentów, zapytano ich, czy zgadzają się ze stwierdzeniami podanymi w tabeli 2.

Tabela 2

Lista twierdzeń, z którymi badani mogli zgodzić się lub nie

Lp.	Twierdzenie
1	Przedsiębiorcą trzeba się urodzić, a więc zachowań przedsiębiorczych nie można się nauczyć
2	Bez wysokiego ilorazu inteligencji sukces przedsiębiorcy jest niemożliwy
3	Przedsiębiorcy są graczami skłonny do podejmowania wysokiego ryzyka. Są oni osobami lubiącymi ryzyko
4	Przedsiębiorcy to ludzie dążący do władzy i kontrolowania innych osób
5	Do działania motywuje przedsiębiorców tylko pieniądź. Liczą się przede wszystkim szybkie gratyfikacje
6	Rozpoczynanie działalności gospodarczej jest wysoce ryzykowne i najczęściej kończy się niepowodzeniem
7	Przedsiębiorcy pracują dłużej i ciężiej niż kadra zarządzająca dużymi organizacjami

Źródło: opracowanie własne.

Badani uznali, że przedsiębiorcy to osoby, które podejmują ryzykowne przedsięwzięcia (76% wskazań), pracują dłużej i ciężiej niż kadra zarządzająca dużymi organizacjami (56%) i ponoszą tak duże ryzyko, że najczęściej ich działalność kończy się niepowodzeniem (52%). Zapytani o to, jakie cechy powinien posiadać przedsiębiorca, aby zwiększyć swoje szanse na sukces, uznali, iż są to: pomysłowość i kreatywność, umiejętność zarządzania zespołem ludzi, konsekwencja w dążeniu do wyznaczonego celu oraz zdolność do podejmowania ryzyka. Nikt nie wskazał innowacyjności oraz wiary we własne siły jako cech sukcesu przedsiębiorcy. Wśród najważniejszych umiejętności, jakie powinien posiadać właściciel firmy w Polsce, wymieniono: umiejętność omijania przepisów, doświadczenie



oraz ciężką pracę. Niewielkim zainteresowaniem cieszyły się takie cechy, jak: uczciwość i wiedza związana z posiadanym wykształceniem. Charakteryzując znanego im właściciela firmy (działającego w najbliższym im otoczeniu), respondenci wskazali cechy wymienione w tabeli 3.

Tabela 3

## Główne cechy znanego respondentom przedsiębiorcy (%)

Cecha	Wskazania
Materialista, nieuczciwy, omija przepisy	17,86
Zapracowany, brak czasu dla rodziny	16,67
Przedsiębiorczy, kreatywny, konsekwentny	15,48
Doświadczony	10,71
Pomysłowy, podejmujący ryzyko	10,71
Silny i zdecydowany charakter, niezależny	8,33
Wykształcony	7,14
Zaradny	5,95
Komunikatywny	3,57
Demokrata	2,38
Szybko dostosowuje się do zmian rynkowych	1,19

Źródło: opracowanie własne.

Polscy przedsiębiorcy są zatem, zdaniem badanych, przede wszystkim nieuczciwymi materialistami, wykorzystującymi luki w przepisach prawnych dla osiągnięcia sukcesów. Poza tym praca w firmie pochłania tyle czasu, że brak go dla bliskich. Tajemnica ich sukcesu tkwi w przedsiębiorczości, kreatywności i konsekwencji. Pomaga w tym także doświadczenie, pomysłowość oraz silny i zdecydowany charakter.

Badani, w swojej własnej ocenie, są osobami bardzo przedsiębiorczymi (odpowiedź tak i raczej tak wskazało aż 65% z nich), przy czym mężczyźni uważają się za znacznie bardziej przedsiębiorczych (78% wskazań w obrębie tej płci) niż kobiety (55%). Uznali także, że należy być przedsiębiorczym, aby osiągnąć w życiu sukces (66% ankietowanych udzieliło twierdzącej odpowiedzi na pytanie z tym związane). Za oznakę sukcesu zawodowego uważają: zadowolenie z pracy (74% wskazań), wysokie zarobki (49%), wykonywanie zawodu związanego z pasją życiową (46%), szacunek współpracowników (39%), zajmowanie wysokiego stanowiska w pracy (39%), praca w renomowanej firmie (25%) oraz szybki awans (5%).

Aby założyć i prowadzić firmę, która osiągnie sukces rynkowy, należy, zdaniem studentów, mieć dobry pomysł (75% wskazań), dobrze znać rynek (48%), posiadać znaczną sumę pieniędzy (41%) oraz rozległe kontakty (39%), co sprzyja prowadzeniu działalności, gdyż pozwala skutecznie ograniczyć biurokrację i ominąć niekorzystne regulacje prawne. Na dobry początek, w opinii badanych, należy dysponować kwotą od 10 tys. do 50 tys.

złoty (87% wskazań). Jednocześnie stwierdzili oni, że przed podjęciem działalności na własny rachunek powstrzymuje ich przede wszystkim brak funduszy, brak dobrego pomysłu, obawa przed porażką i zawilumi przepisami oraz niechęć do biurokracji.

Mimo tego, że studenci doceniają zalety posiadania własnego biznesu, wskazując takie z nich, jak: niezależność (80% wskazań), działanie według własnych planów (52%) oraz nienormowany czas pracy (41%), stwierdzili oni, że łatwiej jest pracować na etacie (87%) niż zajmować się biznesem. Studiowanie jest dla nich szansą na podjęcie dobrze płatnej pracy (40% wskazań), możliwością zdobycia odpowiednich kwalifikacji (27%) oraz pomaga im się rozwijać (21%). Tylko 7% uznało, że wyższe wykształcenie będzie pomocne w prowadzeniu działalności na własny rachunek, chociaż aż 49% z nich rozważa możliwość jej podjęcia. Tę ostatnią grupę zapytano o szczegóły związane z taką działalnością. Zestawienie udzielonych odpowiedzi zawiera tabela 4.

Tabela 4

Samoocena stopnia przygotowania respondentów rozważających założenie własnej firmy do podjęcia takiej działalności (%)

Pytanie	Tak	Nie
Czy masz pomysł na działalność gospodarczą?	83,33	16,67
Czy znasz wszystkie formalności niezbędne dla założenia własnej firmy?	33,33	66,67
Czy potrafisz ocenić, jakie środki są ci niezbędne dla rozpoczęcia działalności?	64,29	35,71
Czy posiadasz takie środki?	14,81	85,19
Czy wiesz, jak zdobyć ów kapitał (jeśli go nie posiadasz)?	66,67	33,33
Czy sytuacja na rynku pracy zachęca do podejmowania działalności gospodarczej?	76,19	23,81

Źródło: opracowanie własne.

Prawie wszyscy potencjalni przedsiębiorcy mają pomysł na własną firmę, ale wielu z nich nie wie, jak ją założyć. Potrafią oszacować wielkość środków potrzebnych na wcielenie pomysłu w życie, ale niestety nie dysponują taką kwotą, chociaż wiedzą, w jaki sposób i gdzie ją zdobyć. Uznali także, że w obecnej sytuacji, jaka charakteryzuje polski rynek pracy (wysoka i rosnąca stopa bezrobocia), własna firma jest dobrym pomysłem na znalezienie miejsca na tym rynku. Dla pozostałych 51% respondentów, którzy nie chcą zajmować się własnym biznesem, wymarzone miejsca pracy to: stanowisko w urzędzie (31% wskazań w tej grupie), jakakolwiek praca w firmie (28%) oraz stanowisko sekretarki (3%). Niepokojąca jest informacja o tym, że aż 28% badanych w tej grupie w ogóle nie ma sprecyzowanych planów dotyczących własnej przyszłości zawodowej.

## Podsumowanie

Jak wynika z badań pilotażowych przeprowadzonych wśród studentów, ich wiedza z zakresu działań związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej nie jest imponu-

jąca, pomimo że zarówno w programach szkół średnich, jak i szkół wyższych przewidziano tematykę dotyczącą przedsiębiorczości. Takie wyniki mogą prowadzić do wniosku, że być może kształcenie w tym zakresie powinno zostać wprowadzone znacznie wcześniej<sup>17</sup>. W badaniach tych potwierdziła się również teza, że polska rzeczywistość gospodarcza jest bardzo specyficzna i tym samym różna od rzeczywistości innych krajów. Stąd też dorobek światowej literatury dotyczącej przedsiębiorczości w zakresie związanym z charakterystyką przedsiębiorców (na którą wpływają cechy otoczenia, w jakim przyszło im działać) znacznie odbiega, co do wniosków, od dorobku polskiej literatury przedmiotu. Poza tym wśród badanych daje się zauważyć wpływ obiegowych opinii na ich zdanie na temat przedsiębiorców, stwierdzono także niski poziom wiedzy związanej z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej. Takie stwierdzenia są zaskakujące, ponieważ dostępność tego rodzaju wiedzy jest ogromna. Duża liczba publikacji, a także portali internetowych zawierających informacje na ten temat zdaje się wskazywać na sytuację odwrotną. Możliwe, że studenci nie pozyskują takiej wiedzy, ponieważ nie jest ona dla nich interesująca lub wynika to z faktu, że generalnie niewiele czytają.

Jak pokazują doświadczenia światowe, częściowo też i polskie, znacznie większe jest prawdopodobieństwo przetrwania i osiągnięcia sukcesu rynkowego przez te firmy, które powstają jako wyraz pasji ich założycieli niż w sytuacji, kiedy zakładanie firmy wynika z przymusu, związanego np. ze znalezieniem się trudnym położeniu wywołanym bezrobociem. Przedsiębiorca jako zawód musi zyskać większe poważanie społeczne. Wymaga to wiele pracy, wprowadzania szeregu zmian, a także przebudowania systemu edukacji w tym zakresie. Jedną z bardzo pozytywnych zmian, jakie można obserwować w ostatnim okresie, jest przełamanie bariery strachu przed byciem właścicielem firmy dzięki funduszom strukturalnym, które finansują szkolenia z zakresu przedsiębiorczości oraz dofinansowują powstawanie nowych firm. Mimo że, jak pokazują ostatnie dane, aż 80% tak powstających przedsiębiorstw nie przetrwało na rynku dłużej niż 18 miesięcy, to umiejętności zdobyte przez ich założycieli w ciągu tego okresu są bezcenne.

---

<sup>17</sup> Taką właśnie próbę kształcenia dzieci 6–8-letnich w zakresie przedsiębiorczości podjęłam w ramach utworzonej przeze mnie Akademii Przedsiębiorczości dla dzieci. Przyjęta przeze mnie metoda opiera się na cyklu baśni ekonomicznych, których tematyka nawiązuje do pojęcia przedsiębiorcy, procesu zakładania przedsiębiorstwa oraz najważniejszych obszarów związanych z jego funkcjonowaniem. Trudno na razie wyciągać jakiegokolwiek wnioski, ze względu na zbyt krótki okres działania Akademii. Jednak pierwsze doświadczenia pokazują, że dzieci w tym wieku w ogóle nie znają pojęcia przedsiębiorcy i w ogóle nie wiedzą, co to jest przedsiębiorstwo oraz czym się zajmuje. Co ciekawe, nie ma tutaj znaczenia fakt prowadzenia przez rodziców własnych firm.

## **STUDENTS' PERCEPTION OF BUSINESS ACTIVITY IN POLAND**

### **Summary**

The article discusses role of entrepreneurship and especially Small and Medium Enterprises sector in managing the problem of high unemployment rate in contemporary Polish economy. Entrepreneur, in this context, should be considered as a profession opening new opportunities for those, who fail in search for full-time employment. Very important issues to be taken into consideration are young people preferences concerning their professional career. That is why the sample research carried out among students of University of Bielsko-Biała has shortly been presented here.

*Translated by Beata Bieńkowska*