

Tadeusz Kowalewski

Przedsiębiorczość społeczna w opinii studentów wybranych uczelni podlaskich

Ekonomiczne Problemy Usług nr 98, 101-113

2012

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.

Tadeusz Kowalewski

Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ SPOŁECZNA W OPINII STUDENTÓW WYBRANYCH UCZELNI PODLASKICH

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość społeczna to jedna z form przedsiębiorczości. Definiowanie przedsiębiorczości w różnych dziedzinach wiedzy od początku budziło wiele kontrowersji. Konieczne jest zatem interdyscyplinarne podejście do przedsiębiorczości¹, gdyż zjawisko to występuje od początku istnienia człowieka, który w różnych obszarach życia codziennego próbował sobie radzić z problemami występującymi w jego i innych grupach społecznych². W kontekście poszukiwań rozwiązań definicyjnych przedsiębiorczości można wówczas lokować pojęcie przedsiębiorczość społeczna. Na tle teoretycznych rozważań wyniki badań własnych autora potwierdzają poniekąd dylematy definicyjne teoretyków.

1. Spór o istotę przedsiębiorczości

Problem jednoznacznego sformułowania definicji „przedsiębiorczość” może wynikać z tego, że – jak pisze P. Drucker: „każdy ekonomista wie, że przedsiębiorca jest ważny i że wywiera określony wpływ, jednak dla ekonomistów przedsiębiorczość jest wydarzeniem metaekonomicznym, czymś, co silnie oddziałuje, a nawet kształtuje ekonomię, nie będąc jej częścią”³. Zwraca on uwagę również

¹ W. Adamczyk, *Przedsiębiorczość. Próba definicji*, „Przegląd Organizacji” 1995, nr 11, s. 12.

² T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010, s. 13.

³ P. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992, s. 24.

na to, że przedsiębiorca zawsze poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje jako okazję⁴.

W literaturze ekonomicznej są trzy szkoły, które kształtują poglądy na istotę przedsiębiorczości. Pierwsza z nich, niekiedy nazywana „szkołą schumpeterowską”, określała przedsiębiorczość jako „proces twórczej destrukcji”. Kolejna ukształtowała się wokół poglądów I. Kirznera i oparła swoje poglądy na analizie nierównowagi rynków, a ostatnią, wiążącą się z teoriami głoszonymi przez F. Knighta, można nazwać „szkołą ponoszenia ryzyka”⁵. Współczesne określenia terminu „przedsiębiorczość” w wielu przypadkach zawierają elementy wyżej wymienionych teorii. W literaturze jest wiele określeń przedsiębiorczości, które opierają się na formułach J. Schumpetera. Koncentrują się one na interpretacji przedsiębiorczości jako postawy lub jako procesu⁶. B. Piasecki prezentuje inne ujęcie, które nie odnosi przedsiębiorczości ani do procesu, ani do postawy, ujmując ten termin w dwóch zasadniczych kategoriach: ekonomicznej, odwołującej się do cech osobowych, oraz behawioralnej. Uwzględnia on również nowe kryterium, traktujące przedsiębiorczość jako rodzaj menedżerskiego zachowania, które analizuje w odniesieniu do podstawowych problemów zarządzania: strategicznej orientacji, zaangażowania w okazję, wykorzystania zasobów, zatrudnienia specjalistów, struktury zarządzania, filozofii wynagradzania⁷.

Kształtowanie definicji przedsiębiorczości trwało przez kilkaset lat i proces ten nie został jednak jeszcze zakończony – trwa nadal, z niejednakowym powodzeniem przebiegając w różnych społeczeństwach i systemach gospodarczych. W ciągu wieków autorzy zwracali uwagę na różnorodne aspekty tego procesu. Jednak wszyscy byli zgodni co do tego, że jest to zjawisko wyjątkowe: wyjątkowa postawa, specyficzne zachowanie, które odgrywa niebagatelną rolę w gospodarce, ożywiająca ją i przyczyniająca się do jej rozwoju⁸.

Przedsiębiorczość jest ideą, która ma doprowadzić do istotnych zmian w działalności gospodarki. Jest to kierunek rozważań przyjęty w rozwiązywaniu problemów przede wszystkim ekonomicznych, przyznający ludziom prawo do

⁴ Tamże, s. 37.

⁵ B. Koźuch, *Przedsiębiorczość kobiet – wyzwanie XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2001, s. 7–8.

⁶ F. Kapusta, *Teoria agrobiznesu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2003, s. 350–351.

⁷ B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997, s. 33–39.

⁸ T. Piecuch, dz.cyt., s. 36.

tworzenia i przekształcania gospodarki, w której nie są jedynie biernymi wykonawcami, ale kreatorami działań nie tylko gospodarczych. W zaprezentowanych definicjach zwraca się uwagę na złożoność zagadnienia przedsiębiorczości, ale zarazem wskazuje na potrzebę ciągłych poszukiwań i weryfikacji empirycznych.

2. Czynniki kształtujące przedsiębiorczość

L.H. Haber w swoich dociekaniach naukowych uznał ryzyko, tempo zmian, czas, a przede wszystkim cechy osobowości przedsiębiorczości za istotne czynniki wpływające na przedsiębiorczość. Głównym z nich jest dobra strategia, obejmująca koncepcję produktu i rynku, orientację na rynek i dochód oraz na innowacyjność, a także marketing, badanie rynku, produkcja i dystrybucja. Są to bowiem działania niezbędne do pomyślnego wdrożenia strategii. Coraz częściej w strategiach dużą wagę przywiązuje się do wspólnej hierarchii wartości. Uważa się, że zaangażowanie w podstawowe wartości, takie jak filozofia i kultura organizacyjna przedsiębiorstwa, są często ważniejsze niż środki techniczne czy finansowe⁹.

Sposób rozumienia przedsiębiorczości wyznacza zakres działań przedsiębiorczych i sprawia, że sukces firmy jest postrzegany z różnej perspektywy. Jeżeli przedsiębiorczość potraktować w kategoriach cech wrodzonych i nabytych przedsiębiorcy, to do czynników sukcesu przedsiębiorczości można zaliczyć takie, jak wyobraźnia, inicjatywa, kreatywność, wiedza, duża zdolność przekonywania, samokontrola i samoocena, elastyczność, niezależność, potrzeba osiągnięć, skłonność do podejmowania ryzyka w rozsądnych granicach, umiejętność komunikowania się, zdolność rozwiązywania problemów, prowadzenia negocjacji i podejmowania decyzji. Jeżeli natomiast przez przedsiębiorczość rozumie się koncentrację na sposobie zachowania, to za czynniki sukcesu przedsiębiorczości można uznać strategiczną orientację, tworzenie i przekształcenie struktury organizacyjnej, wykorzystanie pojawiających się szans, efektywne wykorzystywanie środków, pełną kontrolę nad posiadanymi zasobami, bezpośredni kontakt z pra-

⁹ K. Safin, *Zarządzanie małą firmą*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2003, s. 175–198; M. Laszczak, *Kierowanie małą firmą*, Poltex, Warszawa 2004, s. 41–57; M. Strużycki, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Difin, Warszawa 2002, s. 107–139; P. Chmielewski, *Wspieranie przedsiębiorczości w działalności gospodarczej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, w: *Przedsiębiorczość w teorii i praktyce*, red. M. Strużycki, SGH, Warszawa 2006, s. 169–176; I. Janiuk, *Strategiczne dostosowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej*, Difin, Warszawa 2004, s. 83–127.

cownikami i obiektami otoczenia, ekwiwalentność systemu wynagrodzenia, stałe pobudzanie kreatywności, kształtowanie kultury przedsiębiorczości.

Wymienione czynniki kształtujące przedsiębiorczość przedsiębiorcy, zarówno wrodzone, jak i nabyte, są ważne. W różnych fazach cyklu życia przedsiębiorstwa czy organizacji jedne są ważniejsze, a inne mniej. Najważniejsza jest zdolność do podejmowania ryzyka. Dotyczy to ryzyka tworzenia nowego przedsiębiorstwa, ryzyka podejmowania decyzji dotyczącej wyboru takiego a nie innego produktu itp. Potrzebna jest więc odwaga i odpowiedzialności w działaniu. Wszystkie te cechy podporządkowane są bardzo silnej potrzebie sukcesu przedsiębiorczości, samorealizacji, władzy i prestiżu w otoczeniu. Wobec tego stworzenie sprawnie działającego przedsiębiorstwa wymaga nie tylko perfekcyjnych strategii dostosowanych do specyfiki przedsiębiorstwa i rynku, ale istotne są postawy i motywacje oraz wartości przyjmowane przez przedsiębiorcę. Dzięki temu przedsiębiorca będzie zdolny do kreatywnego, innowacyjnego i odpowiedzialnego funkcjonowania na rynku, dążąc nie tylko do powiększania zysku, ale i do pomocy społecznej w swoim środowisku.

3. Przedsiębiorczość społeczna

Ekonomia społeczna jest podstawą funkcjonowania przedsiębiorczości społecznej. Posługiwanie się pojęciem „ekonomia społeczna” jest wprawdzie dyskusyjne, gdyż niejednokrotnie w Polsce używamy bezrefleksyjnego tłumaczenia tego terminu. W przypadku „ekonomii społecznej” nie tworzymy jakiegoś nowego podejście do ekonomii czy jej odrębną gałąź, lecz jest to określony segment działalności gospodarczej ulokowany w triadzie: gospodarka rynkowa, społeczeństwo obywatelskie i państwo demokratyczne¹⁰. Wpisując „ekonomię społeczną” w ten układ wzajemnych zależności, sygnalizujemy, że z założenia ma ona sprzyjać godzeniu odmiennych racjonalności przypisywanych rynkowi (racjonalność alokacyjna), państwu (racjonalność dystrybucyjna) i społeczeństwu (racjonalność solidarności)¹¹. Według B. Roelants’a, który dokonuje syntezy sformułowań innych autorów w wymiarze wartości, „ekonomię społeczną” charakteryzują:

¹⁰ J. Hausner, *Ekonomia społeczna jako sektor gospodarki*, „Ekonomia społeczna. Kwartalnik” 2007, nr 1, s. 9.

¹¹ W. Kwaśnicki, *Gospodarka społeczna z perspektywy ekonomii liberalnej*, „Trzeci Sektor” 2005, nr 2, s. 12.

solidarność i spójność społeczna, odpowiedzialność społeczna i zaangażowanie, demokracja i uczestnictwo, autonomia i niezależność¹².

Przedsiębiorczość społeczna jest w pewien sposób instrumentem ekonomii społecznej. Jest to jeden ze sposobów określenia działalności gospodarczej, która łączy w sobie cele społeczne i ekonomiczne. Podstawą przedsiębiorczości społecznej są społeczne przedsiębiorstwa, które swoją działalność koncentrują na celach społecznych. Wypracowywane zyski takiego przedsiębiorstwa są reinwestowane w te cele społeczne lub we wspólnotę, a nie przeznaczane na maksymalizację zysku lub zwiększania dochodu udziałowców czy właścicieli. European Research Network (EMES) określa kryteria społeczne i ekonomiczne, którymi powinny charakteryzować się inicjatywy wpisujące się w ekonomię społeczną. Aby przedsiębiorstwo społeczne mogło osiągnąć swoje cele, powinno opierać się na kryteriach społecznych i ekonomicznych. Kryteria ekonomiczne to przede wszystkim prowadzenie w sposób względnie ciągły, regularny działalności za pomocą instrumentów ekonomicznych; niezależność, suwerenność instytucji w stosunku do instytucji publicznych; ponoszenie ryzyka ekonomicznego; istnienie choćby niewielkiego płatnego personelu. Kryteria społeczne to natomiast wyraźna orientacja na społecznie użyteczny cel przedsięwzięcia; oddolny, obywatelski charakter inicjatywy; specyficzny, możliwie demokratyczny system zarządzania; możliwie wspólnotowy charakter działania; ograniczona dystrybucja zysków¹³. Gdyby przedsiębiorstwo społeczne spełniło te wymagania, byłoby idealne. Jednak w działaniach rynkowych trudno o idealne struktury i od przedsięwzięć tego sektora nie wymaga się spełnienia wszystkich kryteriów, lecz przynajmniej większości z nich.

Przedsiębiorstwa społeczne mogą pełnić bardzo różne funkcje, które określają jej specyfikę, na przykład¹⁴:

- a) integracja społeczna i działalność na rynku pracy;
- b) dostarczanie usług publicznych:
 - usług społecznych: edukacyjne, szeroko rozumiane usługi socjalne, opiekuńcze świadczone w domu, prowadzenie różnego rodzaju instytucji opiekuńczych, działania w szeroko rozumianej służbie zdrowia,

¹² B. Roelants, *Defining the Social Economy?*, w: *Preparatory Dossier to the First European Social Economy Conference in the EU Candidate Countries*, Praha 2002.

¹³ <http://emes.net/index.php?id=2>, dostęp 30.03.2012.

¹⁴ *W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej*, www.es.ekonomiaspoleczna.pl, dostęp 30.03.2012; *Ekonomia społeczna w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki*, Stała Konferencja Ekonomii Społecznej, www.socialeconomy.pl, dostęp 30.03.2012.

- usług technicznych, na przykład utrzymywania zieleni miejskiej, i inne prace porządkowe związane z mieniem publicznym;
- c) usługi o charakterze wzajemnym, zarówno przedsięwzięcia na obszarze rynku jak i konkurencyjne właśnie ze względu na swój wzajemnościowy charakter;
- d) usługi na otwartym rynku;
- e) dostarczanie dóbr publicznych i rozwój wspólnot lokalnych;
- f) działalność handlowa i produkcyjna.

Przedsiębiorczość społeczna jest obecnie dość powszechnie używanym pojęciem, ale jednocześnie niezrozumiałym i często używanym jako modne hasło w różnych kontekstach. Stosowany masowo, na ogół fasadowy przekaz na temat zakresu pojęciowego i praktycznego przedsiębiorczości społecznej, nie sprzyja szerszym aplikacjom w rzeczywistości rynkowej. W polskim ustawodawstwie pojęcie przedsiębiorczość społeczna jest zamiennie używane z terminem ekonomia społeczna. Należy pamiętać, że oprócz innowacyjnych przedsięwzięć non profit przedsiębiorczością społeczną są między innymi inicjatywy podmiotów komercyjnych podejmowane dla osiągnięcia realizacji celów społecznych¹⁵.

Konkluzją tych krótkich rozważań na temat przedsiębiorczości społecznej niech będzie wypowiedź A. Pawelec, która syntetycznie określa istotę przedsiębiorczości społecznej: „Przedsiębiorczość społeczna jest specyficznym system działania, który polega na osiągnięciu celów społecznych metodami gospodarczymi. Dotyka wielu sfer życia społecznego. Najważniejsze jest w niej działanie na rzecz ludzi – misja społeczna, dominująca nad maksymalizacją zysku. Oznacza to, że w przedsiębiorczości społecznej pieniądze nie są najważniejsze. Najważniejszy jest cel społeczny, działanie na rzecz zmiany rzeczywistości na lepszą, tj. takiej, w której zagospzczą: wzajemna współpraca, solidarność, integracja społeczna, odpowiedzialność społeczna i zaangażowanie, demokracja, równość społeczna”¹⁶.

¹⁵ J.G. Dees, *Definicja przedsiębiorczości społecznej*, w: J.J. Wygnański, *Antologia wybranych tekstów. Przedsiębiorstwo społeczne*, FISE, Warszawa 2008, s. 245.

¹⁶ A. Pawelec, *Przedsiębiorczość społeczna – korzyści z punktu widzenia organizacji*, w: *Przedsiębiorczość społeczna – nowe oblicze (5)*, red. D. Jegorow, 15.12.2010, www.ps.civis-chelm.pl/artykuly/3-artykuly/37-przedsiębiorczość-spoeczna-nowe-oblicze-4-czym-jest-ekonomia-spoeczna-w-praktyce.html, dostęp 30.03.2012.

4. Przedsiębiorczość społeczna w świadomości studentów

W semestrze zimowym roku akademickiego 2011/12 przeprowadzono sondażowe badania na temat przedsiębiorczości społecznej. Pytania sondażowe miały charakter półotwarty. Podczas zliczania ujmowano je w poszczególne kategorie, widoczne w tabelach przedstawiających rozkłady danych. Badania prowadzono wśród studentów drugiego roku studiów zarządzania na Wydziale Zarządzania Politechniki Białostockiej (PB) i na kierunku praca socjalna Państwowej Wyższej Szkoły Informatyki i Przedsiębiorczości (PWSTiP) w Łomży. Dobór studentów nie był przypadkowy, gdyż autorowi badań zależało na respondentach nastawionych do życia bardziej ekonomicznie oraz nastawionych społecznie, wręcz socjalnie do rzeczywistości społecznej. Ich wspólna opinia wyznacza wektor średnich, przeciętnych opinii studentów w tej mierze. Przebadano 153 osoby. Zarówno Wydział Zarządzania PB, jak i PWSiP podejmują wiele inicjatyw z zakresu przedsiębiorczości. Są to zarówno konferencje, warsztaty, inicjatywy kół naukowych czy duże projekty, takie jak Akademia Studenckiej Przedsiębiorczości czy Przedsiębiorczość akademicka na podstawie firm spin-off i spin-out, organizowane przez PWSiP w Łomży, czy inicjatywy PB, takie jak Światowy Tydzień Przedsiębiorczości – Global Entrepreneurship Week (GEW), Dzień Przedsiębiorczości, Akademia Przedsiębiorczości, Akademicki Konkurs Przedsiębiorczości, szkolenia w Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości¹⁷. W PWSiP odbywają się cykliczne wykłady z praktykami z zakresu ekonomii społecznej, na których prezentowane są doświadczenia takich inicjatyw społecznych, jak Barka z Poznania. Brakuje natomiast inicjatyw wprost dotyczących przedsiębiorczości społecznej. Charakterystykę badanych przedstawiono w tabeli 1.

Z rozkładu danych zawartych w tabeli 1 wynika zdecydowana przewaga kobiet nad mężczyznami. Oznacza to ewidentną feminizację wykształcenia społecznego i zarządzania. Więcej było studentów dziennych studiów niż studentów niestacjonarnych.

Jedno z pierwszych pytań badawczych dotyczyło ogólnej znajomości pojęcia przedsiębiorczość społeczna. Z rozważań teoretycznych przedstawionych w poprzedniej części artykułu wynikało dość duże zamieszanie wokół nie tylko przedsiębiorczości, ale i przedsiębiorczości społecznej (tab. 2).

¹⁷ www.wz.pb.edu.pl; www.pwsip.edu.pl, dostęp 30.03.2012.

Tabela 1

Dane demograficzne respondentów

Ogółem 153 respondentów		N	%
Płeć	K	111	72,5
	M	42	27,5
Wiek (lata)	18–20	35	22,8
	21–25	103	67,4
	26–30	7	4,6
	>30	6	3,9
	brak danych	2	1,3

Źródło: badania własne.

Tabela 2

Znajomość pojęcia przedsiębiorczość

Czy Pan(i) spotkała się z terminem przedsiębiorczość społeczna?	Tak; proszę podać, co ten termin oznacza			Nie; proszę podać, co ten termin powinien oznaczać według Pana(i)		
		N	%		N	%
	prowadzenie działalności gospodarczej w branży społecznej	1	0,6	kontakty z innymi	27	17,6
	odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec społeczności lokalnej	3	1,9	działania na rzecz grup społecznych	36	23,5
	organizowanie się w grupie i działania dla osiągnięcia celów i korzyści	8	5,2	przedsiębiorstwo jako instytucja	12	7,8
	aktywna działalność społeczeństwa	2	1,3	kwestie finansowe (praca)	14	9,1
	–	–	–	przedsiębiorstwo jako grupa ludzi	21	13,7
				ekonomia	8	5,2
	inne			inne	1	0,6
	brak danych	139	90,8	brak danych	34	22,2
Razem		153	100,0		153	100,0

Źródło: badania własne.

Niespełna co dziesiąty student spotkał się z pojęciem przedsiębiorczość społeczna, a skojarzenia tych, którzy deklarują znajomość tego terminu, są dalekie od istoty tego pojęcia. Świadczy to wręcz o totalnej ignorancji tego zjawiska. Respondenci, którzy nie spotkali się z tym terminem, w pewien sposób intuicyjnie

w prawie co czwartej wypowiedzi kojarzą przedsiębiorczość społeczną z działaniami na rzecz grup społecznych. Jest to dość trafne przybliżenie do rdzenia znaczeniowego tego pojęcia. Dziwić i zarazem zastanawiać może obserwatora tych danych wysoki odsetek braku danych, który może oznaczać ucieczkę respondentów od rzetelnych wypowiedzi bądź obawę przed zdemaskowaniem ich niewiedzy na ten temat.

Kolejną ważną kwestią była przydatność przedsiębiorczości społecznej. W kontekście poprzedniego rozkładu danych tego typu pytanie może się wydawać kuriozalne, ale projektując badania, nie można było uwzględnić tego w jednoznaczny sposób.

Tabela 3

Przydatność przedsiębiorczości społecznej w opinii studentów

Czy przedsiębiorczość społeczna może być przydatna studentom?	Tak; proszę podać, dlaczego		Nie; proszę podać, dlaczego		
	N	%		N	%
rozwój intelektualny	50	32,6	–	–	–
zaradność	23	15,0	–	–	–
pomoc życiowa	22	14,3	–	–	–
integracja	14	9,1	–	–	–
zdobycie cennego doświadczenia	13	8,5	–	–	–
inne	6	3,9	–	–	–
brak danych	25	16,3	brak danych	153	100,0
Razem	153	100,0		153	100,0

Źródło: badania własne.

Mimo wątpliwość dotyczących przydatności tego pytania, paradoksalnie studenci udzielili odpowiedzi prawie w 3/4 przypadków. Ponad 1/3 respondentów uznaje przydatność przedsiębiorczości społecznej w rozwoju intelektualnym. Może to oznaczać ich silne przekonanie, że wszystko z czym się spotykają lub mogą spotkać na studiach powinno służyć rozwojowi intelektualnemu. Ponadto, przeszło 15% respondentów słusznie wyczuwa, że tego typu zjawisko jak przedsiębiorczość społeczna powinno rozwijać zaradność, która jest jednym z istotniejszych skutków przedsiębiorczości społecznej. Taka sama grupa respondentów utożsamia przedsiębiorczość społeczną z pomocą życiową, która dość trafnie wpisuje się w istotę tego zjawiska. Prawie co dziesiąty respondent widzi w przedsiębiorczości społecznej

ciekawe doświadczenie. Jest to dla nich interesujące doświadczenie poznawcze, ale bez wskazania praktycznych aplikacji tego pojęcia.

Kolejną sondowaną kwestią było postrzeganie przez studentów przejawów przedsiębiorczości społecznej. Rozkład odpowiedzi przedstawiono w tabeli 4. Taki rozkład jest konsekwencją rozkładu danych przedstawionych w tabeli 1. Ponad połowa respondentów nie spotkała się z przejawami przedsiębiorczości społecznej, a spośród 1/3 respondentów, którzy określili przejawy przedsiębiorczości społecznej, prawie 1/5 studentów podaje kursy, szkolenia, stypendia. Tego typu wypowiedzi mogą świadczyć o braku doświadczeń zewnętrznych. Tylko co dziesiąty student wymienia akcje charytatywne jako przejaw przedsiębiorczości społecznej. Jest to kontrowersyjna odpowiedź, ale bliższa prawdzie niż poprzednie. Co dziesiąty respondent, który nie spotkał się z przejawami przedsiębiorczości społecznej, celnie próbuje określać jej przejawy w pomocy społecznej. Inne kategorie wypowiedzi respondentów są marginalne.

Tabela 4

Przejawy przedsiębiorczości społecznej

Czy spotkał się Pan(i) z przejawami przedsiębiorczości społecznej?	Tak; proszę podać przykłady		Nie; proszę podać, jakich przykładów przedsiębiorczości społecznej by się Pan(i) spodziewał(a)					
	N	%		N	%			
			kursy, szkolenia, stypendia	25	16,3	współpraca z ludźmi	10	6,50
			akcja charytatywna	16	10,4	kreatywność	6	3,90
			założenie własnej firmy	7	4,5	działalność społeczna	13	8,50
			tworzenie partii politycznych	2	1,3	pomoc w poszukiwaniu pracy	5	3,20
			–	–	–	tworzenie małych przedsiębiorstw	5	3,20
			–	–	–	pomysły na własny biznes	7	4,58
			inne	7	4,5	inne	11	7,10
			brak danych	96	62,7	brak danych	96	62,70
Razem				153	100,0		153	100,00

Źródło: badania własne.

Kolejną kwestią była przedsiębiorczość akademicka jako pochodna przedsiębiorczości społecznej. Dla studentów jest to bliższa forma przedsiębiorczości

ze względu na otoczenie, w którym spędzają dużą część swojego czasu i spotykają się z różnymi przejawami przedsiębiorczości proponowanymi przez uczelnię (tab. 5).

Tabela 5

Przejawy przedsiębiorczości akademickiej

Czy spotkał(a) się Pan(i) z przejawami przedsiębiorczości akademickiej?	Tak; proszę podać przykłady		Nie; proszę podać, jakich przykładów przedsiębiorczości akademickiej by się Pan(i) spodziewał(a)			
		N	%		N	%
	organizacja pomocy naukowej	20	13,0	zaradność na uczelni	6	3,9
	współpraca studencka	16	10,4	dobrze kontakty ze studentami	7	4,5
	organizowanie imprez	17	11,1	organizacja dodatkowych zajęć i imprez	14	9,1
	integracja studencka	13	8,5	–	–	–
	inkubatory przedsiębiorczości	9	5,8	–	–	–
	inne	1	0,6	inne	3	1,9
	brak danych	77	50,3	brak danych	123	80,3
Razem		153	100,0		153	100,0

Źródło: badania własne.

W tym przypadku aż połowa respondentów deklaruje styczność z przejawami przedsiębiorczości akademickiej, ale tylko kilka procent respondentów dostrzega wysiłek swoich uczelni w tworzeniu takich inicjatyw, jak inkubatory przedsiębiorczości. Pozostałe odpowiedzi są dość dalekie od istoty przedsiębiorczości akademickiej i raczej w luźny sposób wiążą się z jej istotą. Wynika z tego, że przedsiębiorczość akademicka jest kojarzona przez respondentów z zaradnością studencką, funkcją integracyjno-pomocową.

Zakończenie

Wyniki badań sondażowych wskazują na rozminięcie się rozważań teoretycznych nad przedsiębiorczością w ogóle i przedsiębiorczością społeczną w szczególności a świadomością badanych studentów. Wprawdzie nie są to badania reprezentatywne, ale świadczą o pewnej tendencji. Są zarazem pochodną braku

jednoznacznej definicji przedsiębiorczości i, zdaniem autora, błędnego utożsamiania przedsiębiorczości społecznej z ekonomią społeczną. Wyzwaniem dla badanych uczelni jest konieczność większego uświadomienia potrzeby przedsiębiorczości, gdyż absolwentom szkół średnich niewiele pozostało z rocznego kursu podstaw przedsiębiorczości. Ważne jest zapewnienie studentom ciągłego kontaktu z różnymi formami przedsiębiorczości społecznej w życiu społecznym. Gdyby w przyszłości badania na szerszą skalę potwierdziły wnioski obecnych badań sondażowych, wymagałoby to intensywnych działań proprzedsiębiorczych na skalę masową, gdyż problemy starzenia się społeczeństwa i jego ubożenia są coraz bliższe.

Literatura

- Adamczyk W., *Przedsiębiorczość. Próba definicji*, „Przegląd Organizacji” 1995, nr 11.
- Chmielewski P., *Wspieranie przedsiębiorczości w działalności gospodarczej małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, w: *Przedsiębiorczość w teorii i praktyce*, red. M. Strużycki, SGH, Warszawa 2006.
- Dees J.G., *Definicja przedsiębiorczości społecznej*, w: J.J. Wygnański, *Antologia wybranych tekstów. Przedsiębiorstwo społeczne*, FISE, Warszawa 2008.
- Drucker P., *Innowacje i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992.
- Ekonomia społeczna w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki*, Stała Konferencja Ekonomii Społecznej, www.socialconomy.pl, dostęp 30.03.2012.
- Hausner J., *Ekonomia społeczna jako sektor gospodarki*, „Ekonomia społeczna. Kwartalnik” 2007, nr 1.
- <http://emes.net/index.php?id=2>, dostęp 30.03.2012.
- Janiuk I., *Strategiczne dostosowanie polskich małych i średnich przedsiębiorstw do konkurencji europejskiej*, Difin, Warszawa 2004.
- Kapusta F., *Teoria agrobiznesu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2003.
- Kożuch B., *Przedsiębiorczość kobiet – wyzwanie XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2001.
- Kwaśnicki W., *Gospodarka społeczna z perspektywy ekonomii liberalnej*, „Trzeci Sektor” 2005, nr 2.
- Laszczak M., *Kierowanie małą firmą*, Poltex, Warszawa 2004.
- Pawelec A., *Przedsiębiorczość społeczna – korzyści z punktu widzenia organizacji*, w: *Przedsiębiorczość społeczna – nowe oblicze (5)*, red. D. Jegorow, 15.12.2010, www.ps.civis-chelm.pl/artykuly/3-artykuly/37-przedsibiorczo-spoeczna-nowe-oblicze-4-czym-jest-ekonomia-spoeczna-w-praktyce.html, dostęp 30.03.2012.

- Piasecki B., *Przedsiębiorczość i mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997.
- Piecuch T., *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2010.
- Roelants B., *Defining the Social Economy?*, w: *Preparatory Dossier to the First European Social Economy Conference in the EU Candidate Countries*, Praha 2002.
- Safin K., *Zarządzanie małą firmą*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2003.
- Strużycki M., *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*, Difin, Warszawa 2002.
- W poszukiwaniu polskiego modelu ekonomii społecznej*, www.es.ekonomiaspoleczna.pl, dostęp 30.03.2012
- www.pwsip.edu.pl, dostęp 30.03.2012.
- www.wz.pb.edu.pl, dostęp 30.03.2012.

DAS SOZIALE UNTERNEHMENTUM NACH DEN MEINUNGEN VON STUDENTEN AUSGEWÄHLTER HOCHSCHULEN IN DER PODLASIE-REGION

Zusammenfassung

Der Autor möchte in diesem Beitrag das Verständnis vom sozialen Unternehmementum sowohl im theoretischen Ansatz als auch die Meinungen der Studenten einer Technischen Universität und einer Fachhochschule in der Podlasie-Region miteinander konfrontieren. Während der eigenen Untersuchung, an der 153 Studenten teilgenommen hatten, wurden ausgewählte Fragen zum sozialen Unternehmementum gestellt. Im vorgelegten Beitrag wurden die Meinungen von befragten Studenten bezüglich des Wesens vom sozialen Unternehmementum, der Nützlichkeit dessen im Studentenleben, seiner Wahrnehmung von den Studenten und zuzetzt der Ausdrucksformen im Hochschulleben präsentiert. Die Analyse dieser Studie bestätigt, dass die Studenten nicht eindeutig und klar den Begriff vom sozialen Unternehmementum verstehen. Demgegenüber gewinnen sie doch einen klaren Einblick, das Wesen dieses Phänomens zu begreifen. Eine praktische Schlußfolgerung von dieser Studie ist es, die Sozialwirtschaft durch das soziale Unternehmementum zu fördern. Die vorgestellte Studie ist nicht repräsentativ aber regt dazu an, in Zukunft eine breitere Studie in diesem Bereich in einer repräsentativen Studentengruppe durchzuführen.