

**Jerzy Eider, Marta
Stępień-Słodkowska, Elżbieta
Sieńko-Awierianów**

Postawy przedsiębiorcze studentów

Ekonomiczne Problemy Usług nr 98, 37-49

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.

Jerzy Eider

Marta Stępień-Słodkowska

Elżbieta Sieńko-Awierianów

Uniwersytet Szczeciński

POSTAWY PRZEDSIĘBIORCZE STUDENTÓW

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość to takie zachowanie władz i społeczności lokalnej, którego celem jest poszukiwanie nowych form wykorzystania zasobów wspólnych do rozwoju regionu i aktywizacji miejscowej ludności. Tak rozumiana przedsiębiorczość jest najważniejszym warunkiem rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego¹.

Liczne badania psychologów wskazują na pewne cechy osobowości, predyspozycje, talenty, których posiadanie zwiększa prawdopodobieństwo osiągnięcia powodzenia w prowadzeniu działalności ekonomicznej lub organizatorskiej². W literaturze osobami przedsiębiorczymi określa się te, które osiągają sukces na rynku. I. Sagan i współautorzy opisują przedsiębiorczość jako wrodzone dyspozycje psychiczne i umiejętności nabyte w wyniku nauki. Największe sukcesy odnosi jednostka uzdolniona naturalnie, która zdobyła pożądane umiejętności dzięki nauce i jednocześnie odbywanej praktyce. Do cech ludzi przedsiębiorczych autorzy ci zaliczają: odwagę, pewność siebie, wiarę w sens własnych działań,

¹ Z. Ziolo, *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej – zarys modelu*, w: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo Nowa Era, Kraków–Warszawa 2007.

² A. Gibb, *Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals*, „International Small Business Journal” 1993, Vol. 11, No. 3; J. Gabała, *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych uczniów*, w: *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo MiWa, Kraków 2005.

ambicje, zdolność przewodzenia i współpracy z ludźmi, cierpliwość, życzliwość w kontaktach interpersonalnych, dynamikę działania połączoną z aktywnością życiową oraz przejawianie inicjatywy w działaniu. Główną zaś cechą jest zrównoważenie intelektualne i emocjonalne, czyli umiejętność wyważania własnych pomysłów, odniesienia ich do otaczającej rzeczywistości, a w konsekwencji realizacja³. Pewne zachowania często są konsekwencją występowania innych cech. Ludzie otwarci są utożsamiani z życzliwością, komunikatywnością, empatycznością i kreatywnością. Otwartość jest cechą pożądaną, pogłębiającą związki między ludźmi. Sprzyja to rozwojowi, przyjaźni, zapewnia właściwe relacje interpersonalne, zwiększa kreatywność, a w konsekwencji pomaga w rozwiązywaniu problemów i osiąganiu sukcesu. Związki otwartości z zagadnieniem przedsiębiorczości opisuje I. Strumska-Cylwik. Według niej człowiek przedsiębiorczy umie załatwić wszystkie sprawy, jest pełen inicjatywy, energii, pomysłowości, zaradny i rzutki, a także skory do podejmowania się różnych zadań⁴.

Charakterystyczne dla postawy przedsiębiorczej cechy mogą występować z różnym natężeniem u poszczególnych osób. Są osoby bardziej kreatywne, z większą skłonnością do niezależności, które potrafią i chcą o wiele intensywniej pracować niż inne. W dużym stopniu zależy to od charakteru podejmowanych działań, warunków i otoczenia. Sprzyjające warunki mogą sprawić także, że ludzie stają się bardziej przedsiębiorczy i mogą wykazywać wcześniej nieujawnione cechy przedsiębiorcze⁵.

R. Drozdowski i współautorzy opisują potencjał innowacyjny jednostki jako zestaw wewnętrznych oraz nabytych predyspozycji do kreowania i wdrażania zmian prowadzących do podniesienia efektywności jej działalności. Do predyspozycji takich należą między innymi umiejętność uczenia się, chęć wprowadzania zmian, zdolność do tworzenia lub łatwość akceptowania zmian w otoczeniu. Według autorów, kreatywność to zdolność do twórczego myślenia, szeroko pojęta pomysłowość i elastyczność, czyli adaptacja skutkująca umiejętnością odnajdywania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy. Twórczość jako cecha osoby to wewnętrzna i indywidualna predyspozycja

³ I. Sagan, M. Szymtowska, G. Masik, *Postawy przedsiębiorcze mieszkańców Gdyni*, w: *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo Nowa Era, Kraków–Warszawa 2009.

⁴ L. Strumska-Cylwik, *Rozważania nad zagadnieniem przedsiębiorczości w kontekście otwartości człowieka na świat*, w: *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, Kraków 2005.

⁵ W. Pomykało, *Encyklopedia biznesu*, Fundacja Innowacja, t. 1, Warszawa 1995.

jednostki, czyli właściwość psychiczna polegająca na zdolności do realizowania procesów twórczych. Kolejną cechą jest otwartość umysłu, która polega na tolerowaniu informacji niepewnych, sprzecznych, niedorzecznych, lecz nie na bezkrytycznej ich akceptacji, lecz na uważnym ich rozpatrywaniu. Silna motywacja wewnętrzna charakteryzuje się wytrwałością i uporem w rozwiązywaniu problemów, a głównym motywem pracy twórczej jest ciekawość poznawcza i zadowolenie z rozwiązania problemu. Mniejsze znaczenie ma natomiast gratyfikacja materialna.

Jak podaje R. Drozdowski, niezależność w myśleniu i działaniu powoduje, że ludzie twórczy są nonkonformistami, którzy postępują zgodnie z własnymi przekonaniem, dlatego trudniej ulegają naciskowi grupy, w której pracują. W postawie przedsiębiorczej duże znaczenie ma także pozytywny stosunek do siebie i poczucie własnej godności, a także preferowanie umiarkowanego ryzyka, umiarkowany krytycyzm, czyli umiejętność krytycznej oceny stanu wiedzy, duża ostrożność w przyjmowaniu nowych hipotez i teorii oraz nieuleganie presji reklamy⁶.

Postawy przedsiębiorcze kształtowane w życiu codziennym (w domu, w szkole i w pracy) pomagają młodym ludziom rozwijać wiarę w siebie. Bardzo ważne jest zatem kształtowanie postaw przedsiębiorczych w społeczeństwie, zwłaszcza wśród młodych ludzi⁷. W krajach Europy Zachodniej podejmowane są badania nad losami zawodowych absolwentów studiów wyższych, które polegają na wykazaniu zależności między zapotrzebowaniem pracodawców na konkretne kompetencje absolwentów wyższych uczelni, jakością kształcenia i sytuacją na rynku pracy⁸. Jak podaje D. Piróg, absolwent wyższej uczelni powinien wykazywać się między innymi profesjonalizmem we własnej dziedzinie, myśleniem analitycznym, umiejętnością kierowania grupą, znajomością dziedzin pokrewnych, innowacyjnością, otwartością i umiejętnością efektywnego negocjowania⁹. Są to tak zwane kompetencje miękkie, a globalizacja, rozwój techniki, zmiany techno-

⁶ R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska, *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010.

⁷ K. Nowak, *Start młodzieży na rynku pracy*, w: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej...*

⁸ K. Doner, P. Charzyński, Z. Podgórski, *Teaching geography in and about Europe*, Toruń Department APAE, Toruń 2007.

⁹ D. Piróg, *Studia wyższe a rynek pracy w Polsce – zarys stanu badań*, w: *Wiedza, umiejętności, postawy a jakość kształcenia w szkole wyższej*, red. B. Sitarska, K. Jankowski, R. Droba, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2009.

logii, udoskonalenia metod organizacji wymagają szerokiego wykształcenia ogólnego, wspartego właśnie owymi kompetencjami¹⁰. Według I. Osińskiego cechy te mogą decydować o sukcesie zawodowym na każdym stanowisku pracy.

1. Cel oraz materiał i metody badań

Celem podjętych badań była ocena cech osobowości wpływających na postawę przedsiębiorczą studentów studiujących w systemie stacjonarnym.

Materiałem do badań były dane uzyskane od osób studiujących w systemie stacjonarnym na Wydziale Kultury Fizycznej i Promocji Zdrowia Uniwersytetu Szczecińskiego. Badania przeprowadzono w 2012 roku metodą sondażu diagnostycznego, techniką ankiety, wykorzystując kwestionariusz ankietowy własnego autorstwa¹¹. W badaniach wzięło udział 51 osób w wieku od 21 lat do 24 lat, w tym 46 kobiet i 5 mężczyzn (tab. 1). Kwestionariusz składał się z dwóch części. Pierwsza dotyczyła cech demograficzno-społecznych badanych studentów, takich jak wiek, płeć. Druga zaś zasadniczego problemu badawczego. Respondentów poproszono o odpowiedzi na pytania dotyczące doświadczenia zawodowego, planów na przyszłość związanych z prowadzeniem własnej działalności oraz posiadanych przez nich cech osobowości, pomocnych w osiągnięciu sukcesów.

Tabela 1

Charakterystyka badanych osób

Wiek (lata)	Liczba osób
21	11
22	28
23	9
24	3
Wielkość miejsca pochodzenia	
Wieś	6
Miasto < 20 tys. mieszkańców	7
Miasto 20–100 tys. mieszkańców	8
Miasto > 100 tys. mieszkańców	30

Źródło: opracowanie własne.

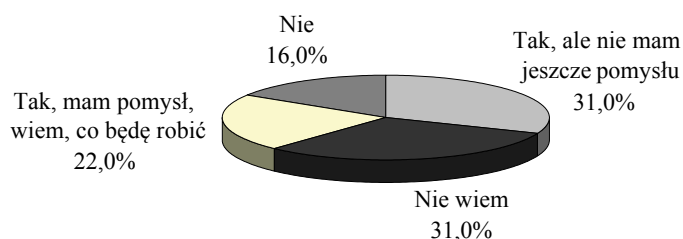
¹⁰ Z. Osiński, *Kompetencje miękkie absolwenta humanistycznych studiów wyższych a metody prowadzenia zajęć*, w: *Wiedza, umiejętności, postawy...*

¹¹ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Badania przeprowadzono podczas zajęć ćwiczeniowych. Wypełnianie anonimowych kwestionariuszy było dobrowolne, a badani studenci mieli nieograniczony czas na udzielenie odpowiedzi. Zależność między miejscem pochodzenia a planowaniem podjęcia działalności gospodarczej w przyszłości ustalano statystycznie za pomocą testu chi-kwadrat (χ^2) na niezależność, przyjmując istotność na poziomie 0,05.

2. Wyniki badań

Badania wykazały, że 53% studentów planuje prowadzić własną działalność gospodarczą (rys. 1). Spośród nich 22% podjęło już decyzję o rodzaju działalności, natomiast 31% jeszcze nie ma pomysłu. Takim planom zdecydowanie zaprzecza 16% studentów, a 31% respondentów nie wie jeszcze, czy podejmie taką działalność.

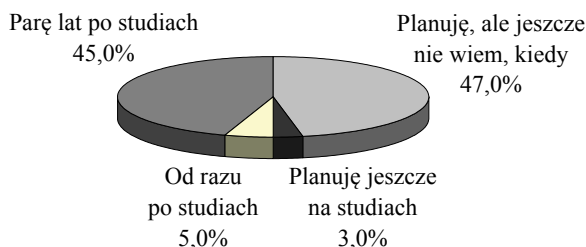


Rysunek 1. Planowanie przez respondentów własnej działalności

Źródło: opracowanie własne.

Studenci, którzy planują prowadzić własną działalność gospodarczą (100%), podali orientacyjny czas jej rozpoczęcia (rys. 2): 45% osób planuje założyć własną działalność kilka lat po studiach, 5% – od razu po ukończeniu nauki, a 3% – jeszcze w trakcie trwania studiów; 47% nie określiło terminu jej rozpoczęcia.

Respondenci przy podejmowaniu decyzji o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej kierowali się różnymi motywami (tab. 2): 55% badanych osób wskazała na chęć bycia niezależnym i większe korzyści finansowe, 51% na realizację własnych zainteresowań, a 43% – na elastyczne godziny pracy. Podrzędnymi motywami były: chęć realizacji ciekawego pomysłu (29% wskazań), chęć wykorzystania doświadczenia i wiedzy zdobytej na studiach oraz obawa przed



Rysunek 2. Orientacyjny czas rozpoczęcia działalności gospodarczej

Źródło: opracowanie własne.

brakiem zatrudnienia (po 25% wskazań). Okazało się, że studenci (8%) decydują się na prowadzenie działalności także dlatego, że chcą podjąć ryzyko z tym związane. Motywem wskazanym przez 2% respondentów była chęć zainwestowania posiadanych środków finansowych. Żadna osoba nie wybrała tradycji i biznesu rodzinnego lub innej dowolnej motywacji.

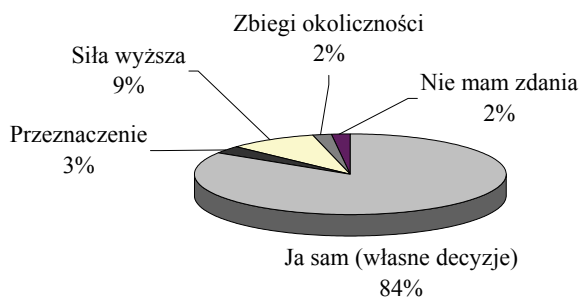
Tabela 2

Motywy podejmowania własnej działalności gospodarczej

Motywacje	Liczba wskazań	%
Chęć bycia niezależnym	28	55
Większe korzyści finansowe	28	55
Realizacja własnych zainteresowań	26	51
Elastyczne godziny pracy	22	43
Tradycja i biznes rodzinny	0	0
Chęć wykorzystania doświadczenia i wiedzy zdobytej na studiach	13	25
Chęć realizacji ciekawego pomysłu	15	29
Chęć podjęcia ryzyka	4	8
Obawa przed brakiem zatrudnienia	13	25
Chęć wykorzystania posiadanych środków finansowych, kapitału	1	2
Inne	0	0

Źródło: opracowanie własne.

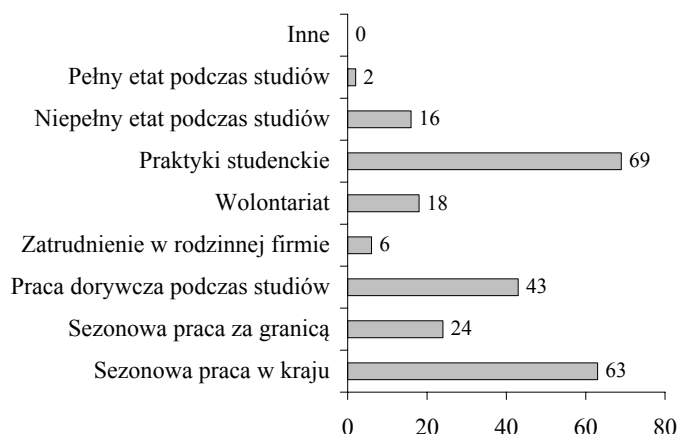
Badani studenci podawali w kwestionariuszu odpowiedzi na pytanie: co według nich samych kieruje ich losem (rys. 3)? Najwięcej (84%) respondentów przyznało, że oni sami i podejmowane przez nich decyzje. Tylko nieliczni wskazywali na siłę wyższą, przeznaczenie lub zbiegi okoliczności (odpowiednio 9%, 3% i 2%). Zdania nie miało 2% studentów.



Rysunek 3. Odpowiedź na pytanie: co kieruje Twoim losem?

Źródło: opracowanie własne.

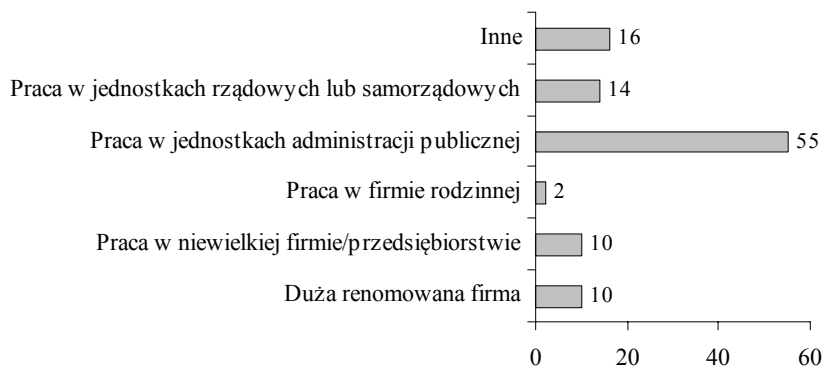
Badania wykazały bardzo zróżnicowane doświadczenie zawodowe respondentów (rys. 4). Największe doświadczenie studenci zdobyli na praktykach zawodowych, które odbyli w ramach zajęć, zgodnie z programem studiów – 69%; 60% badanych deklaruowało także podjęcie pracy sezonowej w kraju (63%) i za granicą (24%). Pracę w trakcie studiów podjęło 61% badanych. Wśród nich były osoby pracujące dorywczo (43%), na niepełnym etacie – 16%, i w pełnym wymiarze godzin – 2% respondentów. Studenci dosyć chętnie podejmowali się prac związanych z wolontariatem (18%), a zatrudnienie w rodzinnej firmie znalazło 6% studentów.



Rysunek 4. Doświadczenie zawodowe badanych osób (%)

Źródło: opracowanie własne.

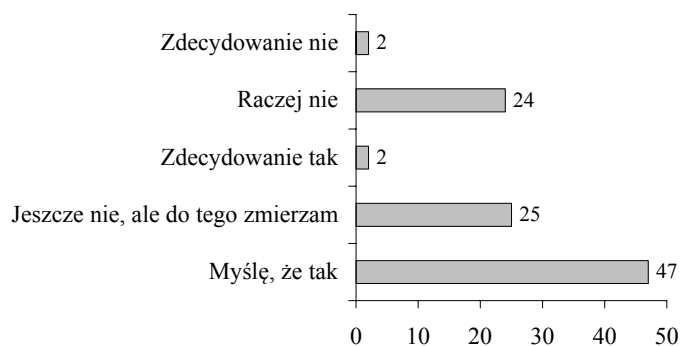
Studenci mają możliwość wyboru miejsca odbywania praktyk zawodowych (rys. 5). Badani najczęściej deklarowali chęć pracy w jednostkach administracji publicznej – 55% oraz w jednostkach rządowych lub samorządowych – 14%. Wybór dużej, renomowanej firmy zadeklarowało 10% badanych i tyle samo podało małą firmę lub niewielkie przedsiębiorstwo.



Rysunek 5. Wybór miejsca praktyk studenckich (%)

Źródło: opracowanie własne.

Respondenci dokonali subiektywnej oceny własnej postawy wobec przedsiębiorczości (rys. 6). Tylko 2% badanych studentów zdecydowanie uważa się za osoby przedsiębiorcze, 47% studentów uważa, że prawdopodobnie byłoby



Rysunek 6. Subiektywna ocena własnej postawy przedsiębiorczej w odpowiedzi na pytanie: czy uważasz, że byłbyś dobrym przedsiębiorcą? (%)

Źródło: opracowanie własne.

dobrymi przedsiębiorcami, 25% stwierdziło, że jeszcze nie mogą uważać się za takie osoby, jednak uczą się i dążą do tego, aby osiągnąć taką postawę. Raczej nie i zdecydowanie nie podało odpowiednio 24% i 2% respondentów.

Studenci podali własne cechy osobowości, które kształtują pozytywną postawę przedsiębiorczą (tab. 3). Najczęściej wymieniano umiejętność współpracy w grupie, umiejętność dostosowania się do nowego środowiska/sytuacji i energiczność – po 31 wskazań (61%). Otwartość na sugestie i krytykę podało 30 osób, czyli 59% badanych; 29 wskazań (57%) dotyczyło pomysłowości jako cechy dobrego przedsiębiorcy, natomiast pozytywne nastawienie do nowości i chęć niezależności podało po 27 osób (53%).

Tabela 3

Cechy osobowości respondentów kształtujące postawę przedsiębiorczą

Cechy	Liczba wskazań	%
Potrzeba uzyskania osiągnięć	22	43
Umiejętność współpracy w grupie	31	61
Spostrzegawczość	25	49
Upór w dążeniu do celu	25	49
Wiara w siebie i własne możliwości	16	31
Pomysłowość	29	57
Twórczość	17	33
Otwartość na sugestie i krytykę	30	59
Umiejętność dostosowania się do nowego środowiska/sytuacji	31	61
Optymizm	23	45
Energiczność	31	61
Chęć pozyskania korzyści	18	35
Umiejętność przewidywania	21	41
Pozytywne nastawienie do nowości	27	53
Chęć przewodzenia innym	12	24
Chęć niezależności	27	53
Chęć podejmowania ryzyka	19	37
Wszechstronna wiedza	7	14
Inicjatywa	10	20
Inne	0	0

Źródło: opracowanie własne.

Testem chi-kwadrat (χ^2) sprawdzono, czy zachodzi statystyczna zależność między miejscem pochodzenia (stałego zamieszkania) respondentów a planowaniem prowadzenia działalności gospodarczej w przyszłości. Na podstawie analizy

statystycznej obliczono wartość chi-kwadrat, która wyniosła 4,15 dla dziewięciu stopni swobody. Przez porównanie wyniku z wartościami w tablicach matematycznych dla chi-kwadrat przyjęto hipotezę zerową i stwierdzono, że odpowiedź na pytanie: czy rozważasz podjęcie własnej działalności gospodarczej oraz o miejsce zamieszkania ankietowanych są od siebie niezależne z prawdopodobieństwem popełnienia błędu pierwszego rodzaju równym 0,05.

Zakończenie

Wiedza, umiejętności, kwalifikacje i cechy osobowości, które tworzą pozytywną postawę przedsiębiorczą, umożliwiają uzyskanie wysokiej pozycji na rynku pracy¹². Postawa przedsiębiorcza jako zbiór określonych cech człowieka pozwala aktywnie uczestniczyć w życiu społeczno-gospodarczym regionu, przyczyniając się tym samym do jego rozwoju¹³.

Ponad połowa badanych studentów planuje założyć własną działalność po studiach, a niektórzy nawet w trakcie ich trwania. Najczęściej podawanymi motywami była chęć bycia niezależnym, większe korzyści finansowe i realizacja własnych zainteresowań. Z badań przeprowadzonych przez H. Mizgajską w grupie kobiet wynika, że motywami zakładania własnej działalności gospodarczej były sprzyjające warunki na rynku, brak możliwości rozwoju oraz bezrobocie¹⁴. Prawie wszyscy badani respondenci mieli świadomość, że to właśnie od nich samych zależy, jak potoczą się ich losy. Mieli oni także różnorodne doświadczenie zawodowe, dlatego przypuszcza się, że ich decyzje i przedstawiane argumenty były dobrze przemyślane. Połowa studentów już w chwili badania stwierdziła, że ma cechy dobrego przedsiębiorcy, natomiast mając za zadanie wybór cech, które są dla nich najbardziej charakterystyczne i opisują postawę przedsiębiorczą, najczęściej wymieniali umiejętność współpracy w grupie, umiejętność dostosowania się

¹² A. Grzesik, P. Walawender, *Rola wykształcenia w opinii kadry zarządzającej przedsiębiorstwami z województwa podkarpackiego*, w: *Wiedza i kwalifikacje w okresie zmian. Rynek pracy intelektualnej w regionach peryferyjnych w dobie globalizacji*, Studia o Gospodarce 1, red. R. Fedyna, Instytut Gospodarki WSiZ w Rzeszowie, Rzeszów 2002.

¹³ R. Fedan, *Rola przedsiębiorczości ośrodków ponadlokalnych (na przykładzie Jarostawia)*, w: *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo MiWa, Kraków 2005.

¹⁴ H. Mizgajska, *Wpływ edukacji na motywy i ograniczenia przedsiębiorczości kobiet na przykładzie Wielkopolski*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Warszawa 2007.

do nowego środowiska, energiczność, otwartość na sugestie i krytykę, a także pomysłowość.

Badania przeprowadzone przez J. Targalskiego i współautorów¹⁵ wykazały, że 66% studentów pragnie założyć własną działalność gospodarczą, w tym 23% ma już skonkretyzowaną jej wizję. Badani studenci swoje plany chcą zrealizować jeszcze na studiach (15%) lub zaraz po ich ukończeniu (32%). Jako główne motywy podjęcia takiej działalności respondenci podawali chęć bycia niezależnym i większe korzyści finansowe. Wyniki tych badań były zgodne z motywami przedstawianymi przez studentów w niniejszym artykule. W badaniach J. Targalskiego i współautorów za źródła pomysłów na własną działalność respondenci uznali zainteresowania i obserwację rynku potrzeb (odpowiednio 53% i 49%). Doświadczenie zawodowe badane osoby zdobyły głównie podczas prac sezonowych w kraju i za granicą, a 32% studentów podczas dorywczej pracy w trakcie studiów. Studenci (54%) częściej preferowali odbywanie praktyk w dużej, renomowanej firmie niż w mniejszym przedsiębiorstwie; 42% respondentów pozytywnie oceniało swoją postawę przedsiębiorczą, a 37% w chwili badania twierdziło, że do tego zmierza. Respondenci najchętniej podawali jednostki administracji publicznej jako preferowane miejsce odbywania praktyk, a w dalszej kolejności duże lub małe przedsiębiorstwa, natomiast postawę przedsiębiorczą już w chwili badania prezentowało 49% studentów, a 25% zmierzało w swoich działaniach do jej osiągnięcia.

Badania prowadzone przez I. Saganę i współautorów wśród mieszkańców Gdyni wykazały wpływ płci i wieku na opinie oraz postawy przedsiębiorcze. Wyniki badań pozwoliły stwierdzić, że swoją wiedzę i umiejętności nieco wyżej cenią mężczyźni (56%) niż kobiety (45%). Autorzy podjęli także próbę określenia predyspozycji do samodzielnego prowadzenia działalności w zależności od płci. Stwierdzono, że płeć nie wpływa na rozwój uwarunkowań związanych z postawą przedsiębiorczą. Wyniki badań wskazują natomiast, że mimo braku różnic w pożądanых postawach między kobietami i mężczyznami, to mężczyźni byli bardziej skłonni do podejmowania ryzyka związanego z decyzją o otwarciu własnej działalności¹⁶.

¹⁵ J. Targalski, M. Kosala, A. Pichur, *Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych...*

¹⁶ I. Sagan, M. Szmytkowska, G. Masik, dz.cyt.

Podsumowując, zasoby indywidualne badanych studentów, takie jak wiedza, umiejętności, kwalifikacje, a także pożądane cechy osobowości, pozwolą im w przyszłości osiągnąć pozytywną postawę przedsiębiorczą.

Literatura

- Babbie E., *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Doner K., Charzyński P., Podgórski Z., *Teaching geography in and about Europe*, Toruń Department APAE, Toruń 2007.
- Drozdowski R., Zakrzewska A., Puchalska K., Morchat M., Mroczkowska D., *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010.
- Fedan R., *Rola przedsiębiorczości ośrodków ponadlokalnych (na przykładzie Jarostawia)*, w: *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo MiWa, Kraków 2005.
- Gabała J., *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych uczniów*, w: *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo MiWa, Kraków 2005.
- Gibb A., *Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals*, „International Small Business Journal” 1993, Vol. 11, No. 3.
- Grzesik A., Walawender P., *Rola wykształcenia w opinii kadry zarządzającej przedsiębiorstwami z województwa podkarpackiego*, w: *Wiedza i kwalifikacje w okresie zmian. Rynek pracy intelektualnej w regionach peryferyjnych w dobie globalizacji*, Studia o Gospodarce 1, red. R. Fedyna, Instytut Gospodarki WSiIZ w Rzeszowie, Rzeszów 2002.
- Mizgajaska H., *Wpływ edukacji na motyw i ograniczenia przedsiębiorczości kobiet na przykładzie Wielkopolski*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Warszawa 2007.
- Nowak K., *Start młodzieży na rynku pracy*, w: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo Nowa Era, Kraków-Warszawa 2007.
- Osiński Z., *Kompetencje miękkie absolwenta humanistycznych studiów wyższych a metody prowadzenia zajęć*, w: *Wiedza, umiejętności, postawy a jakość kształcenia w szkole wyższej*, red. B. Sitarska, K. Jankowski, R. Droba, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2009.

- Piróg D., *Studia wyższe a rynek pracy w Polsce – zarys stanu badań*, w: *Wiedza, umiejętności, postawy a jakość kształcenia w szkole wyższej*, red. B. Sitarska, K. Jankowski, R. Droba, Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, Siedlce 2009.
- Pomykało W., *Encyklopedia biznesu*, Fundacja Innowacja, t. 1, Warszawa 1995.
- Sagan I., Szmytkowska M., Masik G., *Postawy przedsiębiorcze mieszkańców Gdyni, w: Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo Nowa Era, Kraków–Warszawa 2009.
- Strumska-Cylwik L., *Rozważania nad zagadnieniem przedsiębiorczości w kontekście otwartości człowieka na świat*, w: *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, Kraków 2005.
- Targalski J., Kosala M., Pichur A., *Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, red. P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski, Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Warszawa 2007.
- Ziolo Z., *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej – zarys modelu*, w: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, Wydawnictwo Nowa Era, Kraków–Warszawa 2007.

ENTREPRENEURIAL ATTITUDES AMONG STUDENTS

Summary

Many psychological research show some personality traits, abilities, talents, which have increased probability of achieving success in business. The aim of this study was to assess the personality traits that affect the entrepreneurial attitude in students studying in stationary system. Material for the study consisted of data obtained from students in stationary system. The study was a diagnostic survey, engineering survey. Took part in them 51 people, including 46 women and 5 men aged from 21 to 24 years. Studies have shown that more than half of the students planning to start their own business after college and some even during their duration. The most commonly quoted motives is the desire to be independent, greater financial benefits and realization of personal interest. Half of the students already at the time of research concluded that are characterized by the qualities of a good entrepreneur. Most frequently cited characteristics were: ability to work in a group, ability to adapt to the new environment, vigor, openness to suggestions, critics and ideas.