

# Beata Glinkowska

---

## Rola uczelni wyższych w kształtowaniu przedsiębiorczych postaw wśród studentów

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 98, 51-59

---

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Beata Glinkowska**  
Uniwersytet Łódzki

## ROLA UCZELNI WYŻSZYCH W KSZTAŁTOWANIU PRZEDSIĘBIORCZYCH POSTAW WŚRÓD STUDENTÓW

### Wprowadzenie

W ustawie o swobodzie działalności gospodarczej podano pojęcie przedsiębiorca. Według niej „przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonującą we własnym imieniu działalność gospodarczą. Za przedsiębiorców uznaje się także wspólników spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej”<sup>1</sup>. Przedsiębiorczość oznacza charyzmę, siłę, kreatywność, innowacyjność, wytrwałość, entuzjazm, umiejętność świętowania i przewidywania, zapał, odporność na stres, inteligencję emocjonalną, zdolność do osiągania efektywności organizacyjnej i ekonomicznej, nastawienie na rozwój i podejmowanie ryzyka (B.G.).

Słowo przedsiębiorczość jako pierwszy użył w literaturze R. Cantillon, traktując ją jako pełnienie funkcji organizatora produkcji, czyli łączenia i koordynowania różnych sił i przedmiotów, będących w zasięgu naszego oddziaływania<sup>2</sup>. W gospodarce centralnie planowanej pojęcie przedsiębiorczość i zachowania przedsiębiorcze nie były w centrum zainteresowania. Po urynkowieniu polskiej gospodarki przedsiębiorczość stała się podstawą przeobrażeń społecznych i głównym czynnikiem wzrostu gospodarczego. Jest wiele definicji przedsiębiorczości.

---

<sup>1</sup> Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r., DzU 2010, nr 220, poz. 1447.

<sup>2</sup> W. Samecki, *Przedsiębiorca a niepewność*, materiały VI Szkoły Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1986, s. 61.

Autorka artykułu preferuje definicję R.D. Hisricha i M.P. Petersa, która nie jest najnowsza, ale zgodnie z doświadczeniem zawodowym autorki oddaje istotę tego zjawiska: „proces kreowania czegoś odmiennego z uwagi na jego wartość, w ramach którego poświęca się konieczny do realizacji tego celu czas i wysiłek, zakładając towarzyszące mu finansowe, psychiczne i społeczne ryzyko i oczekując uzyskania nagrody finansowej i osobistej satysfakcji”<sup>3</sup>.

W kontekście tematyki artykułu należy zwrócić uwagę na pojęcie przedsiębiorczość akademicka, która – głównie w Polsce – jest utożsamiana nie tylko ze spółkami typu *spin-off*<sup>4</sup>, ale także z aktywnością biznesową studentów i absolwentów uczelni<sup>5</sup> oraz pracowników uczelni i ich władz. Celem artykułu nie jest jednak ukazanie liczby i rodzaju powstawania spółek typu *spin-off*, ale raczej przedstawienie przydatności programów, treści kształcenia i sposobu prowadzenia zajęć przez kadrę akademicką do rozbudzania przedsiębiorczości i kreatywności wśród studentów z punktu widzenia respondentów. Badania przeprowadzono wśród studentów ostatniego roku dziennych studiów licencjackich i ostatniego roku dziennych uzupełniających studiów magisterskich na kierunku zarządzanie. Respondentami byli studenci wyższej uczelni prywatnej w Łodzi i jednego z wydziałów Uniwersytetu Łódzkiego.

## 1. Opinie studentów na temat roli uczelni wyższych w pobudzaniu przedsiębiorczości

Studenci, wykładowcy i władze uczelni zwracają coraz częściej uwagę na odpowiednie przygotowanie studentów do zakładania i prowadzenia własnej działalności. W tym celu są wykładane nowe przedmioty oraz wprowadzane nowe podejścia do prowadzenia zajęć. Biura karier i pracowników uczelni często prowadzą szkolenia dla studentów i jej pracowników. Są one odpowiedzią na składane przez nich prośby i dotyczą na przykład sztuki pisania CV, listu moty-

---

<sup>3</sup> R.D. Hisrich, M.P. Peters, *Entreneurship. Starting, Developing and Managing a New Enterprise*, 2<sup>nd</sup> edition, IRWING, Boston 1992, s.10.

<sup>4</sup> Pojęcia *spin-off* w praktyce używa się na określenie podmiotu utworzonego w drodze wydzielania jednostki z podmiotu macierzystego w celu podjęcia i prowadzenia działalności często innowacyjnych i ryzykownych, takich, których prowadzenie w ramach jednostki macierzystej byłoby trudne lub ryzykowne.

<sup>5</sup> *Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*, red. K. Matusiak, Wydawnictwo PARP, Warszawa 2005, s. 131.

wacyjnego, procedury związanej z zatrudnianiem lub otwieraniem działalności gospodarczej, a także umiejętności pisania biznesplanu. W przypadku nauczycieli akademickich dotyczą tworzenia nowych programów i posługiwania się nowymi środkami dydaktycznymi. Uczelnie nawiązują kontakt z różnymi organizacjami, stwarzając studentom możliwości odbywania praktyk studenckich, które mają na celu zapoznanie ich z działaniem różnego typu organizacji. Spotkania z przedsiębiorcami czy utrzymywanie ciągłego z nimi kontaktu, na przykład z powodu organizacji praktyk zawodowych, odzwierciedla także *feedback*. Są na nim przedstawiane oczekiwania biznesu co do konkretnych umiejętności absolwentów, będących potencjalnymi pracownikami.

Z uwagi na rosnące zainteresowanie uczelni i studentów związkami z praktyką oraz przygotowywaniem tych ostatnich do praktyki zawodowej lub zakładania własnej działalności autorka postanowiła zbadać, czy studenci są zadowoleni z oferty programowej uczelni, w której studiują, oraz czy odpowiada im sposób prowadzenia przez kadrę akademicką zajęć i czy według nich uczelnie pobudzają działania przedsiębiorcze.

Rozdano następującą liczbę ankiet, zachowując równe proporcje w obu typach uczelni:

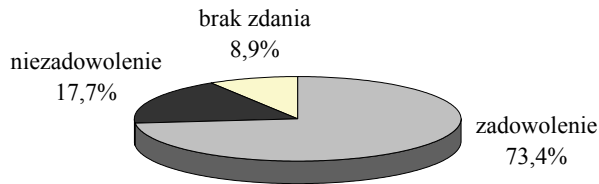
- 45 sztuk kwestionariuszy wśród studentów na pierwszym stopniu nauczania w wyższej szkole prywatnej,
- 45 sztuk kwestionariuszy wśród studentów Uniwersytetu Łódzkiego na pierwszym stopniu nauczania,
- 45 sztuk kwestionariuszy wśród studentów na drugim stopniu nauczania w wyższej szkole prywatnej,
- 45 sztuk kwestionariuszy wśród studentów Uniwersytetu Łódzkiego na drugim stopniu nauczania.

Pierwsze pytanie dotyczyło zadowolenia studentów z podjęcia studiów w danej uczelni (wykresy 1 i 2).

Na podstawie przedstawionych wykresów można stwierdzić, że wystąpiły nieznaczne różnice w odpowiedziach udzielanych przez studentów w zależności do typu i charakteru uczelni na pierwszym stopniu studiów. Widoczny jest nieznaczny wzrost niezadowolenia z wyboru uczelni prywatnej: 22,4% (10 osób na 45 badanych) w stosunku do studentów UŁ – 17,7% (8 osób na 45 badanych).

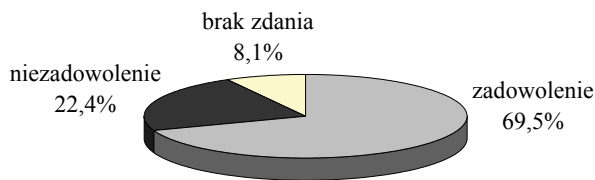
W analogicznym badaniu na drugim stopniu w obu uczelniach proporcje rozkładały się podobnie, z tym że zmalała liczba osób niezadowolonych z wyboru

uczelni. Można domniemywać, że jeżeli student kontynuuje studia na drugim stopniu, to wybór uczelni był świadomy, dlatego też mniejsze jest niezadowolenie.



Wykres 1. Poziom zadowolenia studentów z wyboru uczelni (pierwszy stopień nauczania na UŁ)

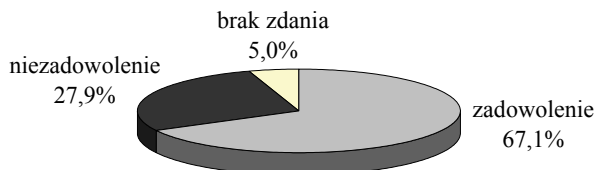
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Wykres 2. Poziom zadowolenia studentów z wyboru uczelni (pierwszy stopień nauczania na uczelni prywatnej)

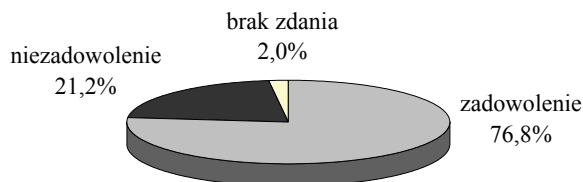
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Kolejny problem dotyczył oceny proponowanych przez obie uczelnie przedmiotów i treści kształcenia w kontekście przygotowania do pracy zawodowej lub otwierania działalności gospodarczej (wykresy 3 i 4).



Wykres 3. Struktura odpowiedzi na pytanie o poziom satysfakcji z proponowanych przez uczelnię przedmiotów i treści kształcenia (pierwszy i drugi stopień kształcenia na uczelni prywatnej)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Wykres 4. Struktura odpowiedzi na pytanie o poziom satysfakcji z proponowanych przez uczelnię przedmiotów i treści kształcenia (pierwszy i drugi stopień kształcenia na UŁ)

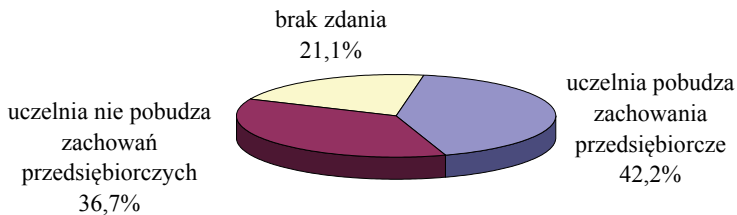
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Na wykresach 3 i 4 widać, że dość duży udział mają studenci niezadowoleni z treści kształcenia i proponowanych przez jednostki wyższe przedmiotów: 27,9% na uczelni prywatnej (25 osób na 90 badanych na obu stopniach kształcenia) i 21,2% na UŁ (19 osób na 90 badanych na obu stopniach kształcenia). Odpowiedzi na kolejne pytanie problemowe uzupełniają wyniki z wykresów 3 i 4. Na pytanie problemowe, czy gdyby była taka możliwość, to studenci wprowadziliby większą liczbę przedmiotów ściśle związanych z praktyką gospodarczą (lub zawodem), czy większą liczbę przedmiotów ogólnych, niemal wszyscy (97%, czyli 175 osób na 180 badanych na obu uczelniach i obu stopniach kształcenia) opowiedzieli się za wprowadzeniem większej liczby przedmiotów ściśle związanych z szeroko rozumianym biznesem lub przygotowaniem do konkretnego zawodu. Studenci obu uczelni i obu stopni kształcenia są w relatywnie dużym stopniu niezadowoleni ze sposobu przekazywanych przez wykładowców treści: średnio 31% (56 spośród ogółu badanych respondentów). W przekazywaniu treści kształcenia istotne są między innymi: osobowość wykładowców, ich charyzma, zasób posiadanej wiedzy, praktyka zawodowa. Warto dodać, że studenci obu uczelni mają możliwość oceniania swoich wykładowców.

Z punktu widzenia tematyki artykułu istotne było zawarte w kwestionariuszu ankiety pytanie dotyczące pobudzania przez uczelnie przedsiębiorczości wśród studentów. Strukturę odpowiedzi w obu badanych uczelniach przedstawiono na wykresach 5 i 6.

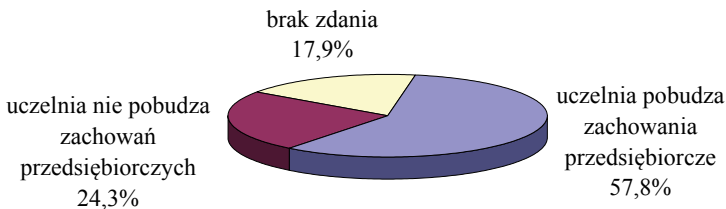
W obu przypadkach wielu respondentów było zdania, że uczelnie nie pobudzają w nich przedsiębiorczych zachowań. Na uczelni prywatnej uważało tak 36,7% respondentów (33 osoby na 90 badanych), a na UŁ – 24,3% (22 osoby na 90 badanych). Wielu respondentów nie miało zdania w tej kwestii i mimo przewagi odpowiedzi, że uczelnie pobudzają do samodzielnego działania, wyniki w tej

kwestii nie były optymistyczne i z pewnością skłaniają do refleksji. Praktyczne doświadczenia autorki artykułu nasuwają spostrzeżenie, że na ogół trudno jest zaangażować studentów w realizację pomysłów. Duże było ich zaangażowanie na poziomie samego pomysłu, natomiast o wiele mniejsze, gdy dochodziło do próby jego realizacji. Nie zmienia to faktu, że większość studentów oczekiwała dobrego przygotowania do wykonywania przyszłego zawodu i wyzwalania pokładów przedsiębiorczości w celu prowadzenia własnych firm. W związku z tym oczekują wiedzy pomocnej w kształtowaniu przez nich własnego życia zawodowego.



Wykres 5. Struktura odpowiedzi na pytania o pobudzanie wśród studentów przedsiębiorczości (pierwszy i drugi stopień kształcenia na uczelni prywatnej)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.



Wykres 6. Struktura odpowiedzi dotycząca pobudzania wśród studentów przedsiębiorczości (pierwszy i drugi stopień kształcenia na UŁ)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Interesująca jest struktura odpowiedzi na pytanie: jakie były motywy podjęcia przez nich studiów. Studenci mieli wybrać trzy najistotniejsze dla nich odpowiedzi. Z uwagi na różnice w założeniach kształcenia na poziomie studiów licencjackich i uzupełniających studiów magisterskich obie te grupy zbadano osobno (tab. 1 i 2).

Tabela 1

Struktura odpowiedzi na pytanie o najważniejsze powody podjęcia studiów/oczekiwania (pierwszy stopień kształcenia na uczelni prywatnej i UŁ)<sup>6</sup>

Lp.	Motywy	Liczba respondentów
1.	Podniesienie własnej wartości	7
2.	Zdobycie wiedzy kierunkowej	14
3.	Zdobycie wiedzy ogólnej	5
4.	Przygotowanie do zawodu/praktyki	20
5.	Własna satysfakcja	5
6.	Życzenie rodziców/opiekunów	2
7.	Pobudzenie przedsiębiorczości	4
8.	Wyższe zarobki	16
9.	Większe szanse na rynku	14
10.	Moda na studiowanie	1
11.	Chęć samorozwoju	2
12.	Ogółem	90

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Z analizy danych zawartych w tabelach wynika, że studenci pierwszego stopnia kształcenia podjęli studia głównie z powodu nadziei na lepsze przygotowanie do przyszłej pracy zawodowej (20 respondentów na 90 badanych), na drugim miejscu znalazły się wyższe zarobki (16 osób), na trzecim – zdobycie wiedzy kierunkowej (14 respondentów), a na czwartym – zwiększenie szans na rynku (14 respondentów). Pobudzenie przedsiębiorczości było dla studentów marginalnym motywem (4 respondentów na 90 badanych). Przygotowanie do praktyki gospodarczej było najistotniejsze, zatem, nawiązując do wykresów 1 i 2 dotyczących stopnia (poziomu) zadowolenia z wyboru uczelni, brak wystarczającej liczby ćwiczeń, laboratoriów, case study itp. może decydować o niezadowoleniu z wyboru dokonanego przez respondentów. Pobudzanie przedsiębiorczości było w tym przypadku na dość odległym miejscu, co może oznaczać, że na tym etapie studenci nie mieli określonych postaw. Może to być polem do działania dla uczelni i jej władz. Z pewnością jest wiele do zrobienia w tym zakresie, zwłaszcza biorąc pod uwagę autorskie podejście do pojmowania przedsiębiorczości.

W tabeli 2 przedstawiono najważniejsze powody (motywy) podjęcia studiów uzupełniających magisterskich. Z analizy danych w niej zawartych wynika,

<sup>6</sup> Autorka podkreśla, że motywy podejmowania studiów są zarazem oczekiwaniem studentów wobec studiów i wykładowców w kwestii sposobu i jakości przekazywanych treści.



Tabela 2

Struktura odpowiedzi na pytanie o najważniejsze powody podjęcia studiów  
(drugi stopień kształcenia na uczelni prywatnej i UŁ)<sup>7</sup>

Lp.	Motywy	Liczba respondentów
1.	Podniesienie własnej wartości	8
2.	Zdobycie wiedzy kierunkowej	15
3.	Zdobycie wiedzy ogólnej	1
4.	Przygotowanie do zawodu/praktyki	19
5.	Własna satysfakcja	3
6.	Życzenie rodziców/opiekunów	1
7.	Pobudzenie przedsiębiorczości	6
8.	Wyższe zarobki	17
9.	Większe szanse na rynku	15
10.	Moda na studiowanie	1
11.	Chęć samorozwoju	4
12.	Ogółem	90

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

że przygotowanie do praktyki gospodarczej nadal jest głównym motywem podejmowania studiów, tym razem na poziomie uzupełniającym magisterskim (19 respondentów na 90 badanych). Na drugim miejscu uplasowały się wyższe zarobki (17 respondentów). Zwiększenie szans na rynku i zdobycie wiedzy kierunkowej są *ex aequo* na trzecim miejscu (po 15 odpowiedzi). Pobudzenie przedsiębiorczości „wzrosło” o trzy punkty procentowe, ale nadal jest to dość marginalny motyw podejmowania studiów (6 respondentów), a tym samym oczekowań studentów wobec uczelni, którą wybierają.

## Zakończenie

Otrzymane w wyniku badań dane pozwalają wysnuć wniosek, że w kwestii pobudzania przedsiębiorczości uczelnie mają wiele do zrobienia. Zastanawiające jest, że pobudzanie przedsiębiorczości nie jest głównym motywem podejmowania studiów ani tym, czego studenci najbardziej oczekują od uczelni. Podczas prowadzenia zajęć studenci dają sygnały, że kwestia ta jest dla nich istotna. Może to być dziewiczym obszarem do zagospodarowania przez uczelnie poprzez

<sup>7</sup> Zob. przypis 6.

uświadamianie studentom, że przedsiębiorczość jest istotna nie tylko w momencie otwierania działalności gospodarczej, ale także podczas pełnienia obowiązków służbowych w pracy zawodowej. W tym celu można na przykład urozmaicić zajęcia wykładem prowadzonym przez charyzmatyczną osobę zajmującą się praktyką biznesu lub opracować blok zajęć z technikami podnoszącymi umiejętności w tej dziedzinie. Rola uczelni w pobudzaniu przedsiębiorczości wśród studentów jest oceniona na średnim poziomie: 42% na uczelni prywatnej (38 respondentów na 90 badanych) i 58% na UŁ (52 respondentów na 90 ankietowanych). Na pierwszym miejscu studenci postawili wyższe zarobki, przygotowanie do praktyki, zwiększenie szans na rynku pracy i zdobycie wiedzy kierunkowej.

### Literatura

Hisrich R.D., Peters M.P., *Entreneurship. Starting, Developing and Managing a New Enterprise*, 2<sup>nd</sup> edit., Irwing, Boston 1992.

*Innowacje i transfer technologii. Słownik pojęć*, red. K. Matusiak, Wydawnictwo PARP, Warszawa 2005.

Samecki W., *Przedsiębiorca a niepewność*, materiały VI Szkoły Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1986.

Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej z dnia 2 lipca 2004 r., DzU 2010, nr 220, poz. 1447.

## THE ROLE OF UNIVERSITIES IN CREATING ENTREPRENEURIAL ATTITUDE AMONG STUDENTS

### Summary

In this article the authoress has attempted to show the role of modern universities in creating entrepreneurial attitudes among future graduates. Questionnaire carried through the one of private universities in Lodz and University of Lodz students was a foundation for the analysis. Questionnaire was evenly distributed between both universities (180 people). The study was conducted in spring of 2011. The conclusions of the study are contained in this article. The authoress is aware of a small representativeness of sample, but in the face of the reforms brought about by the Ministry of Science and Higher Education, the theme seems to be important and live.