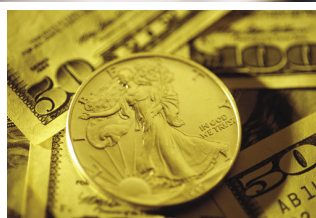


Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna





Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna

pod redakcją
Piotra Wachowiaka, Marcina Dąbrowskiego
i Bartosza Majewskiego

Materiały z ogólnopolskiej konferencji
*Kształtowanie postaw przedsiębiorczych
a edukacja ekonomiczna*

zorganizowanej
19 czerwca 2007 roku
w Akademii Ekonomicznej w Katowicach
www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczosc

*Publikacja wydana
w ramach programu „Przedsiębiorczość w Szkole”
Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności,
we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim*

Warszawa, lipiec 2007

© Copyright by

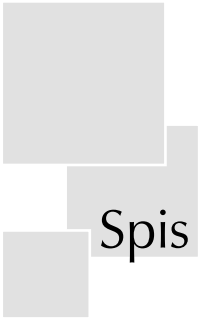
Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Al. Niepodległości 162, lokal 150
02-554 Warszawa
tel./fax (22) 646 61 42
<http://www.fundacja.edu.pl>
www.olimpiada.edu.pl
e-mail: biuro@fundacja.edu.pl

Recenzja naukowa:
prof. dr hab. Jan Antoszkiewicz
prof. dr hab. Maria Romanowska

Korekta polonistyczna: Marta Sachajko
Korekta anglojęzyczna: Joanna Tabor

ISBN: 978-83-922607-8-3
Nakład: 300 egz.



Spis treści

Wstęp	7
Część I	
Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości	
<i>Piotr Wachowiak</i>	
Wprowadzenie	11
<i>Andrzej Malinowski</i>	
Rozwój przedsiębiorczości jako podstawowy element wzrostu gospodarczego i poprawy sytuacji materialnej społeczeństwa	13
<i>Danuta Hendzel</i>	
Możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych w organizacji gospodarczej	17
<i>Mariusz Bratnicki, Wojciech Dyduch, Bartłomiej J. Gabryś</i>	
Mity przedsiębiorczości w polskich organizacjach: diagnoza i mechanizmy ożywiania potencjału przedsiębiorczości	24
<i>Jan K. Solarz</i>	
Poznawcze i instytucjonalne bariery przedsiębiorczości w Polsce	33
<i>Marta Juchnowicz</i>	
Polityka edukacyjna wobec potrzeb rynku pracy	40
<i>Rafał Kasprzak</i>	
Finansowanie przedsiębiorczości akademickiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego	47
<i>Hanna Mizgajska</i>	
Wpływ edukacji na motyw i ograniczenia przedsiębiorczości kobiet na przykładzie Wielkopolski	59



Część II

Edukacja i postawy przedsiębiorcze w kształceniu akademickim

<i>Marcin Dąbrowski</i> Wprowadzenie	69
<i>Jerzy Cieślik</i> Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości na poziomie akademickim	71
<i>Przemysław Deszczyński</i> Rola uczelni wyższych w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych z perspektywy absolwenta, menedżera i profesora	81
<i>Jan Targalski, Małgorzata Kosała, Agnieszka Pichur</i> Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Analiza wyników badań	90
<i>Adam Nowicki, Gracja Wydmuch</i> Nowe podejście do kształcenia informatyka-ekonomisty na uczelniach wyższych w Polsce	100
<i>Grzegorz Polok</i> Wykłady z etyki gospodarczej elementem kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów Akademii Ekonomicznej w Katowicach – raport z badań własnych	108
<i>Janusz Olechnik</i> Obszary i formy działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta	114
<i>Krzysztof Wach</i> Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania. Stan obecny i proponowane kierunki zmian	120

Część III

Edukacja i postawy przedsiębiorcze w szkolnictwie średnim

<i>Bartosz Majewski</i> Wprowadzenie	131
<i>Aldona Andrzejczak</i> Skuteczność nauczania przedsiębiorczości w szkołach średnich	133
<i>Piotr Szeliga</i> Chwasty na polu przedsiębiorczości, czyli czego w szkole nie uprawiać	140
<i>Piotr Wachowiak</i> Kształtowanie umiejętności przedsiębiorczych	146
<i>Danuta Raczko</i> 2 : 88, czyli o kształtowaniu postaw przedsiębiorczych w polskiej szkole.....	153
<i>Joanna Krzyżak</i> Edukacja ekonomiczna jako nowa jakość wychowania – spostrzeżenia, opinie, sugestie.....	162



<i>Marcin Kęsy</i> Analiza kwalifikacji indywidualnych absolwentów szkół zawodowych w świetle zapotrzebowania kompetencyjnego pracodawców na przykładzie województwa lubuskiego.....	168
<i>Beata Szmulczyńska</i> E-learning – oferta edukacyjna również dla szkół.....	179
<i>Maria Krogulec-Sobowiec</i> Wspieranie nauczycieli i uczniów w edukacji podstaw przedsiębiorczości	184
<i>Elżbieta Majchrowicz</i> Nauka przez działanie: <i>Dzień przedsiębiorczości i Młodzieżowe</i> <i>Miniprzedsiębiorstwo</i> przykładami dobrych praktyk przedsiębiorczości szkolnej	190
<i>Olaf Flak</i> Propozycja programu edukacyjnego <i>Moja własna firma</i> dla uczniów szkół średnich	195

Część IV

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych

<i>Piotr Wachowiak</i> Wprowadzenie	203
<i>Jacek Strojny</i> Kształtowanie postawy przedsiębiorczej – procesy socjalizacji i autokreacji.....	205
<i>Ewa Cierniak-Szóstak, Anna Karwińska</i> Socjalizacja do przedsiębiorczości. Możliwości i ograniczenia	212
<i>Letycja Sołoducho-Pelc</i> Czy przedsiębiorczości można się nauczyć – wpływ edukacji na rozwój przedsiębiorczości	218
<i>Henryk Bieniok</i> Kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży w rodzinie, szkole i uczelni	224
<i>Krzysztof Pawłowski</i> Formowanie postaw przedsiębiorczych w systemie kształcenia.....	236
<i>Paula Pestka</i> Dominująca logika młodych przedsiębiorców	240
<i>Mirosława Pluta-Olearnik</i> Relacje partnerskie uczelni z podmiotami otoczenia a kreowanie postaw przedsiębiorczych	250
<i>Marcin Polak</i> Edutainment w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych i edukacji ekonomicznej	257



<i>Mariusz Bratnicki, Przemysław Zbierowski, Rafał Kozłowski</i> Czynniki wpływające na kształtowanie przedsiębiorczości w kontekście badań Global Entrepreneurship Monitor	267
<i>Edyta Anna Kowalczyk</i> Zastosowanie public relations w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych społeczeństwa	277



Wstęp

System kształcenia w Polsce ma za sobą pierwsze lata doświadczeń związanych z wprowadzeniem i doskonaleniem edukacji przedsiębiorczej. Edukacja ta, wraz ze zdobywaniem odpowiednich umiejętności oraz kształtowaniem postaw, ma istotny wpływ na zachowania przedsiębiorcze społeczeństwa, a tym samym na rozwój gospodarczy kraju.

Od pięciu lat w szkołach ponadgimnazjalnych prowadzony jest przedmiot podstawy przedsiębiorczości, zaś oferta ośrodków akademickich w zakresie kierunków i specjalizacji ekonomicznych utrzymuje się stale na bardzo wysokim poziomie. Jednocześnie w ostatnich latach można zaobserwować tendencję do wzrostu zainteresowań przedsiębiorczością wśród licealistów i studentów. Wszystko to stanowi odpowiednie podstawy dla transformacji w kierunku społeczeństwa charakteryzującego się wiedzą, umiejętnościami i postawami przedsiębiorczymi na poziomie przystającym do nieustannie rozwijającej się gospodarki wolnorynkowej. Warunkiem jest jednak ciągłe podnoszenie jakości kształcenia oraz w większym niż obecnie stopniu nastawienie na umiejętności praktyczne w programach nauczania.

Doskonaleniu modelu kształcenia służą środowiskowe spotkania, warsztaty i konferencje. Niniejsza publikacja jest wynikiem ogólnopolskiej konferencji, zorganizowanej 19 czerwca 2007 roku w Akademii Ekonomicznej w Katowicach, której tematem przewodnim było *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Jej najważniejszym celem było przeprowadzenie środowiskowej dyskusji na temat rozwoju edukacji ekonomicznej oraz działań związanych z kształtowaniem postaw przedsiębiorczych społeczeństwa, zwłaszcza wśród licealistów i studentów. Było to kolejne, 11. spotkanie organizowane przez Fundację Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych wraz z Akademiami Ekonomicznymi w Katowicach, Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu oraz Szkołą Główną Handlową w Warszawie, w ramach cyklu konferencji, których tematyka poświęcona jest szeroko rozumianej edukacji ekonomicznej. Szczególną cechą tego czerwcowego spotkania było powiązanie jego obrad z uroczystą galą Olimpiady Przedsiębiorczości – ogólnopolskich zawodów promujących przedsiębiorczość wśród tysięcy licealistów i całej społeczności placówek oświatowych. Pozwoliło to na znacznie szersze niż zazwyczaj włączenie w obszar programu konferencji doświadczeń szkolnictwa średniego.

Publikacja zawiera 34 opracowania wybrane spośród zgłoszonych na konferencję. Zostały one zebrane i zaprezentowane w czterech częściach, zatytułowanych kolejno: *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości*, *Edukacja i postawy przedsiębiorcze w kształceniu akademickim*, *Edukacja i postawy przedsiębiorcze w szkolnictwie średnim* oraz *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych*.



Każdej z części publikacji towarzyszy Wprowadzenie. Przedmowy te charakteryzują problematykę omawianą w danym rozdziale oraz wskazują na najistotniejsze zagadnienia prezentowane przez autorów opracowań, pełniąc tym samym rolę przewodnika po publikacji.

Na zakończenie zachęcamy do odwiedzenia strony internetowej konferencji www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczosc/, gdzie znajdują się wszystkie zaprezentowane wystąpienia zarówno w formie tekstowej (pliki pdf), jak i w postaci nagrań wideo.

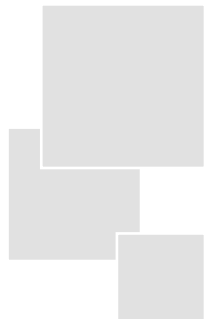
Piotr Wachowiak, Marcin Dąbrowski, Bartosz Majewski

Entrepreneurship education supported by shaping entrepreneurial attitudes and gaining appropriate skills has a significant influence on the level of entrepreneurial activities of the society, and thus also on a development of the economy. 'Basics of entrepreneurship' were implemented into secondary schools' curriculum five years ago and universities' educational offer on economics is also impressive. However, to transform a society into the knowledge-based one with entrepreneurial skills and attitudes, the quality of those programmes should be continuously increased and adapted to the market needs.

Therefore, conferences, seminars and workshops focused on the improvement of the educational model are being organized. The content of this book has been based on the 34 papers presented at the conference 'Shaping entrepreneurial attitudes versus education of economics' which was held after the 2nd edition of the Entrepreneurship Olympics in June 2007 at Karol Adamiecki University of Economics in Katowice. It was the 11th conference concerning economic education organized by the Foundation for the Promotion and Accreditation of Economic Education with Universities of Economics from Poznan, Wroclaw, Cracow, Katowice and the Warsaw School of Economics.

The papers have been divided into four parts. They concern respectively: conditions of the development of entrepreneurship, education and entrepreneurial attitudes in the higher education, education and entrepreneurial attitudes in secondary schools and shaping entrepreneurial attitudes. The proceedings are available at the conference's website: www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczosc/ in PDF and video versions.

Część I



Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość, rozumiana jako umiejętność reagowania na zmiany zachodzące w otoczeniu i wykorzystywania ich do realizacji określonych celów, jest siłą napędową gospodarki kraju. Wiadomo, że znacząca część PKB jest wytwarzana przez małe i średnie przedsiębiorstwa. Dlatego też każdy kraj, który chce się dynamicznie rozwijać musi zachęcać swoich obywateli do wzmacniania postaw przedsiębiorczych. Państwo powinno stworzyć odpowiednie warunki umożliwiające im zachowanie się w sposób przedsiębiorczy zarówno w sytuacji zawodowej, jak i życiowej.

Opracowania zawarte w niniejszym rozdziale poruszają problematykę rozwoju oraz barier przedsiębiorczości. Można w nich odnaleźć odpowiedzi na następujące pytania:

- W jaki sposób należy stworzyć warunki dla wyzwolenia zachowań przedsiębiorczych wśród społeczeństwa?
- W jaki sposób należy przezwyciężać bariery przedsiębiorczości w Polsce?

Odpowiedzi na powyższe pytania poszukuje w swoim opracowaniu Andrzej Malinowski. Zastanawia się, dlaczego – mimo blisko 20-letniego budowania gospodarki wolnorynkowej – wciąż w sferze marzeń pozostaje Polska przyjazna pracodawcom i polskiej gospodarce. Odpowiedź na to pytanie zdaje się być fundamentalna. Zdaniem autora, jest to spowodowane brakiem zaangażowania ze strony państwa w edukację społeczeństwa oraz propagowanie myślenia ekonomicznego. Należy zgodzić się z autorem, że państwo powinno dbać o edukację ekonomiczną swoich obywateli, kształtując pożądane zachowania oraz udzielając pomocy osobom nieumiejącym odnaleźć się we współczesnej rzeczywistości. Należy zdawać sobie sprawę z tego, że tylko 4% ludzi rodzi się z cechami przedsiębiorcy. Autor w sposób bardzo zwięzły i przekonujący charakteryzuje problemy polskiej gospodarki i bariery jej rozwoju.

Zachowania przedsiębiorcze powinny być również kształtowane w organizacjach gospodarczych. Przedsiębiorstwo, które chce odnieść sukces rynkowy, musi być między innymi innowacyjne i otwarte na otoczenie, w którym działa. Pracownicy muszą być osobami kompetentnymi i aktywnymi. Na te aspekty w swoim opracowaniu zwraca uwagę Danuta Hendzel. Uważa, że kluczowym czynnikiem sukcesu jest przedsiębiorczość wewnętrzna, polegająca na aktywności, innowacyjności i umiejętności szybkiego dostosowania się do warunków otoczenia oraz możliwości zaspokojenia potrzeb klientów. Warunkami koniecznymi dla zachowań przedsiębiorczych są kompetencje pracowników, klimat organizacyjny nastawiony na zachowania przedsiębiorcze, odpowiednia kultura organizacyjna, demokratyczny styl zarządzania, zdecentralizowana struktura

organizacyjna oraz sprawny system decyzyjno-informacyjny. Autorka dokonuje porównania organizacji biurokratycznej i przedsiębiorczej. Cechy organizacji przedsiębiorczej są analogiczne do cech organizacji uczących się, w których wiedza ma podstawowe znaczenie.

Jedną z głównych barier rozwoju postaw przedsiębiorczych są funkcjonujące w społeczeństwie mity na temat przedsiębiorczości, które hamują zachowania przedsiębiorcze. Z tymi mitami bardzo trudno jest walczyć, ale pozytywne może być to, że istnieją również mity, które sprzyjają pobudzaniu przedsiębiorczości. Kompetentnej charakterystyki mitów przedsiębiorczości w polskich organizacjach w swoim opracowaniu dokonują Mariusz Bratnicki, Wojciech Dyduch, Bartłomiej J. Gabryś. Zadaniem autorów, w celu ożywienia zachowań przedsiębiorczych należy wzmacniać pozytywne mity o przedsiębiorczości, natomiast redukować mity negatywne. Badania przeprowadzone przez autorów w polskich organizacjach potwierdziły wysoki poziom mitów blokujących działalność przedsiębiorczą. Pozwoliły one stwierdzić, że studenci także przywiązują zbyt dużą wagę do mitów ograniczających zachowania przedsiębiorcze.

Zachowania przedsiębiorcze niejednokrotnie wymagają posiadania odpowiednich środków finansowych w celu realizacji określonych zamierzeń. Jedną z głównych barier przedsiębiorczości w Polsce jest brak znajomości sposobów finansowania przedsięwzięć związanych z zachowaniami przedsiębiorczymi. Na niski poziom edukacji finansowej zwraca uwagę w swoim opracowaniu Jan K. Solarz. Uważa, że poziom kompetencji finansowej określa potencjał rozwojowy kraju. Należy zatem podnosić kompetencje finansowe obywateli, aby mogli lepiej wykorzystywać dostępne instrumenty finansowe dla swoich działań przedsiębiorczych oraz lepiej zarządzać ryzykiem związanym z ich stosowaniem.

W celu rozbudzenia postaw przedsiębiorczych w społeczeństwie polityka edukacyjna państwa powinna być ściślej dostosowana do potrzeb rynku pracy. Na ten problem zwraca uwagę w swoim opracowaniu Marta Juchnowicz. Autorka stwierdza, że polityka edukacyjna w Polsce nie jest zupełnie dostosowana do potrzeb rynku pracy, co w znaczący sposób ogranicza zachowania przedsiębiorcze. Osoby, kończące edukację nie posiadają odpowiednich kompetencji, których wymaga rynek pracy. Nowa strategia edukacyjna powinna być podobna do strategii realizowanej w krajach dawnej Unii Europejskiej.

Uczelnie wyższe powinny lepiej wykorzystywać środki pochodzące z Unii Europejskiej na finansowanie przedsiębiorczości akademickiej. Tym zagadnieniem zajął się w swoim opracowaniu Rafał Kasprzak. Zauważył, że uczelnie mają duże możliwości wykorzystania środków finansowych pochodzących z Europejskiego Funduszu Społecznego. Autor dokonał analizy możliwości finansowania przedsiębiorczości akademickiej. Finansowanie to ułatwia rozbudzenie ducha przedsiębiorczości u młodych ludzi. Jednym z podstawowych problemów jest brak umiejętności wykorzystywania funduszy europejskich na te cele przez polskie uczelnie.

Hanna Mizgajska w swoim opracowaniu przedstawiła wpływ edukacji na motyw i ograniczenia przedsiębiorczości kobiet na przykładzie Wielkopolski. Swoje wnioski sformułowała na podstawie badań przeprowadzonych wśród kobiet, które kierują przedsiębiorstwami.

Zebrane w niniejszej części opracowania prezentują podejścia różnych środowisk do kształtowania postaw przedsiębiorczych społeczeństwa i ograniczania barier przedsiębiorczości w Polsce. Ich dodatkowym walorem jest to, że odnoszą się w szerokim stopniu do doświadczeń praktycznych i mogą stanowić dobrą inspirację do dalszych badań w tym obszarze.



Rozwój przedsiębiorczości jako podstawowy element wzrostu gospodarczego i poprawy sytuacji materialnej społeczeństwa

Autor opracowania stawia pytanie, dlaczego – mimo blisko 20-letniego budowania gospodarki wolnorynkowej – wciąż w sferze marzeń pozostaje Polska przyjazna pracodawcom i polskiej gospodarce. Według autora odpowiedź jest prosta – wynika to z zaniedbania przez państwo obowiązku gospodarczej edukacji społeczeństwa oraz propagowania myślenia kategoriami ekonomicznymi. Kluczem do sukcesu polskiej gospodarki jest kształtowanie wśród Polaków przekonania, że przedsiębiorczość powinna być rozumiana jako postawa życiowa, która jest niezbędna, aby państwo mogło rozwijać się prawidłowo. Gospodarka na miarę XXI wieku, potrzebuje ludzi, którzy swoją kompetencję i zapał będą potrafili przekuć w efektywne działanie przynoszące korzyści nam wszystkim.

Pewien bardzo ważny polityk, nieco zdenerwowany tym, że autor niniejszego tekstu pozwolił sobie na krytykę poczyniń władzy, gdy dowiódł ekonomicznego bezsensu jakiejś decyzji, zapytał z przekąsem: *bardzo jestem ciekawy, jak wyglądałaby Polska, gdybyście to wy, pracodawcy nią zarządzili?* Ponieważ działo się to podczas publicznej debaty – korzystając z prawa repliki – autor odpowiedział, że żylibyśmy w kraju, w którym:

- pracodawcy i pracownicy są równi wobec prawa;
- politycy trzymają się z dala od gospodarki;
- urzędnicy są po to, by służyć ludziom przedsiębiorczym, nie zaś ich gnębić;
- pracownicy urzędów skarbowych zajmują pierwsze miejsce w rankingu najbardziej lubianych zawodów;
- „szara strefa” uciełaby w szarą strefę, gdyż po prostu nie opłacałoby się w niej być;
- lekarze zamiast strajkować, leczyliby ludzi, nauczyciele nie protestowali, lecz uczyli dzieci, a autostrady byłyby budowane, a nie dyskutowane.

Na zakończenie dodał, że byłibyśmy potwornie nudnym, świetnie urządzonym i całkiem niebiednym państwem oraz dobrze zorganizowanym społeczeństwem obywatelskim.

Dlaczego – mimo blisko 20-letniego budowania gospodarki wolnorynkowej – taka Polska wciąż pozostaje w sferze marzeń? Jedna z najszybciej narzucających się odpowiedzi brzmi: ponieważ państwo w dobie transformacji zaniedbuje bardzo poważny obowiązek. Obowiązek gospodarczej edukacji społeczeństwa, wpajania myślenia kategoriami ekonomicznymi, a nie magicznymi, uczenia szacunku dla przedsiębiorczości.

Zdaniem autora, system gospodarki wolnorynkowej w dużym stopniu kształtuje – lub powinien kształtować – zachowania i postawy społeczne. Obywatele samodzielnie muszą dbać o swoje potrzeby ekonomiczne, socjalne, kulturowe itd. Przedsiębiorczość, rozumiana nie jako prowadzenie biznesu, lecz postawa życiowa, jest niezbędna, aby wolnorynkowa gospodarka mogła się prawidłowo rozwijać i funkcjonować. Ponieważ jedynie 4% ludzi rodzi się z cechami przedsiębiorcy, pozostali muszą się uczyć metod i sposobów radzenia sobie na wolnym rynku. Niezbędną powinnością państwa, które chce się dobrze rozwijać, jest więc zorganizowanie odpowiedniego systemu edukacji, kształtującego pożądane zachowania oraz udzielanie pomocy tym, którzy – nie z własnej winy – pozostają na marginesie.

To teoria. Prosta, stosowana z powodzeniem w wielu państwach na świecie. A jak to wygląda w naszym kraju? Jakie dominują wartości? Jacy są pozytywni i negatywni bohaterowie naszych czasów? W jakim stopniu upowszechniane są idee pracy organicznej, pracy u podstaw, przynoszącej pożytek wszystkim i dającej wymierny zysk tym, którzy ją wykonują? Czy miliony młodych Polaków uczą się etyki przedsiębiorczości, gospodarczego myślenia i działania, umiejętności rozwiązywania ekonomicznych dylematów?

Niestety, tak się nie dzieje, a jeśli już, to zdecydowanie zbyt rzadko. Z jednej, bowiem strony czyni się wiele, by zbiorową świadomość zapełniali np. prawdziwi i wymagowani agenci zamiast ludzi kreujących pozytywne wartości gospodarcze i społeczne. Z drugiej zaś, w polskich szkołach wciąż jeszcze „wzorem” patriotyzmu jest nieszczęśliwy romantyk, który doprowadza okręt do katastrofy, bo zaczytał się w książce o Polsce. Nie jest zaś synonimem patriotyzmu człowiek czynu, umiejący budować swój ekonomiczny sukces, świetnie radzący sobie w gospodarczym świecie i skutecznie konkurujący na międzynarodowych rynkach. Umiejący liczyć i zarabiać pieniądze. Tworzący dobrobyt swój i swojej ojczyzny.

Jakie są gospodarcze konsekwencje tego stanu rzeczy? Co tracimy zaniedbując ekonomiczną edukację i upowszechnianie idei przedsiębiorczości? Odpowiadając, autor tekstu odwołuje się do niedawno opracowanej i wydanej przez Konfederację Pracodawców Polskich, Zielonej Księgi *Państwo Przyjazne Pracodawcom*, która definiuje problemy polskiej gospodarki i opisuje bariery jej rozwoju. Oto realia:

- Samo rozpoczęcie działalności gospodarczej wymaga determinacji i wyjątkowej cierpliwości. Proces rejestracji firmy trwa średnio 30 dni. Zbyt wysokie są koszty związane z założeniem firmy, mogące definitywnie zniechęcić kandydatów na przedsiębiorców.
- Koszmarem są obowiązujące w naszym kraju procedury inwestycyjne. Na przykład średni czas nabywania nieruchomości wynosi w Polsce ok. 200 dni, podczas gdy w Bułgarii 19.
- Niepokoi nadmierna represyjność instytucji państwa wobec osób prowadzących działalność gospodarczą. Nasila się nadużywanie tymczasowego aresztowania oraz środków zabezpieczających, takich jak zajęcie kont bankowych przedsiębiorców. Na dodatek stwarza się wrażenie, że zatrzymuje się ich pod zarzutem rzeczywistego, już udowodnionego przestępstwa.
- Prawo gospodarcze pisane jest w sposób chaotyczny, nierzadko nieprzemyślany i zbyt często tworzy się je dla osiągnięcia doraźnych celów politycznych.
- Zmora przedsiębiorców są kontrole, mimo teoretycznie korzystnych zapisów w *Ustawie o swobodzie działalności gospodarczej*. Zdecydowanie zbyt duża jest liczba instytucji kontrolujących działalność firm.

- Do niezrozumiałych rozmiarów rozdęte są obowiązki informacyjne przedsiębiorców. Jak wynika z obliczeń Ministerstwa Gospodarki, średnie polskie przedsiębiorstwo musi poświęcić 560 godzin miesięcznie na wypełnianie raportów i formularzy, na dodatek, można odnieść wrażenie, że wiele z tych sprawozdań nie jest potrzebnych.
- Od początku polskiej transformacji gospodarczej państwo nieustannie narusza fundamentalne reguły wolnego rynku. Szczególne konsekwencje powoduje ignorowanie bądź dyskredytowanie zasad ładu korporacyjnego.
- Prawo otacza znacznie większą ochroną pracowników niż pracodawców. Nie znajduje ekonomicznego uzasadnienia przyznawanie coraz większych uprawnień związkom zawodowym – nawet kosztem pracowników, którzy do nich nie należą.
- Wybitnie nie sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości prawo podatkowe. Na dodatek nie jest ono stosowane jednolicie w całym kraju.

To są – niestety – wymierne dla polskiej gospodarki – konsekwencje zaniedbań w sferze edukacji ekonomicznej. Zdaniem autora opracowania, dochodzą do tego mniej wymierne, ale mające ogromne znaczenie, skutki psychologiczne. Zamiast szacunku dla postawy przedsiębiorczości, dominuje podejrzliwość wobec ludzi przedsiębiorczych. W efekcie, nie wspiera się w wystarczającym stopniu rozwoju prywatnych firm, upowszechniając na dodatek mit, iż są gorszym pracodawcą niż państwowe. Toczy się irracjonalną wojnę z samozatrudnianiem, zamiast promować i upowszechniać elastyczne, nowoczesne formy świadczenia pracy. Tymczasem to sektor prywatny, w którym dominują mali i średni przedsiębiorcy, wypracowuje dużą część dochodu narodowego. To dzięki przedsiębiorczości „prywatniacy” maleje bezrobocie, rosną płace, zwiększają się dochody budżetu państwa. Ale nasze państwo stoi przed nowymi, cywilizacyjnymi wyzwaniami, którym sprostać będzie w stanie tylko wtedy, gdy radykalnie zmieni się oblicze polskiej gospodarki. Na pierwszy rzut oka, wszystko wydaje się być w porządku. Wysoki rozwój gospodarczy – dwa razy wyższy niż w Europie Zachodniej, dużo inwestycji zagranicznych i jeszcze lepsze rokowania na przyszłość, dobrze wykształceni, młodzi pracownicy i konkurencyjne koszty prowadzenia działalności gospodarczej, wydają się być atutami nie do przebicia. A jednak lokomotywa polskiej gospodarki choć pędzi, to po nie najlepszych torach. Konkurencyjną przewagę zapewniają jej głównie niskie koszty produkcji, a przede wszystkim niskie koszty pracy. Nie trzeba być ekonomistą, by wiedzieć, że w dłuższej perspektywie ta przewaga zniknie. Nie osiągniemy sukcesu gospodarczego opierając rozwój na niskich wynagrodzeniach pracowników, nie najlepszej jakości i masowości produkcji. To, co sprawdziło się w Chinach, w Polsce raczej się nie powiedzie. Dotychczasowe źródła wzrostu gospodarczego muszą zostać zastąpione innowacyjnością gospodarki. A nowatorskie rozwiązania mogą wcielać w życie tylko nowatorskie umysły ludzi przedsiębiorczych. I dlatego tak ważne jest propagowanie przedsiębiorczości, ekonomicznej zaradności, rozwijanie gospodarczych talentów. Jest takie powiedzenie: choć dasz krowie kakao, nie wydoisz czekolady. Nowoczesnej gospodarki w Polsce XXI wieku, nie stworzą ludzie obawiający się wolnego rynku i nieumiejący konkurować z najsilniejszymi.

Abstract

The author raises a question why, in spite of building the free market economy during last near 20 years, Poland which would be friendly to employers and to the Polish economy remains still in the sphere of dreams. According to the author, the answer is simple – the state neglects its duty to educate the society in economics and to encourage entrepreneurial thinking. The success key for Polish economy is to promote a belief that entrepreneurship should be understood as a lifelong attitude which is indispensable for the state development. The economy of 21 century needs people who will be able to use their own competence and energy to act effectively and bring advantages to us all.

Nota o Autorze

Autor jest doktorem nauk ekonomicznych, absolwentem Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Był pracownikiem naukowym na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Pracował w administracji rządowej, pełniąc m.in. funkcje doradcy ministra w Ministerstwie Handlu Zagranicznego i sekretarza stanu w Ministerstwie Gospodarki. W latach 1993–1997 był posłem na Sejm. Od 2001 roku jest Prezydentem Konfederacji Pracodawców Polskich, najstarszej i największej organizacji pracodawców w Polsce. Jest również pierwszym wiceprezydentem Europejskiej Organizacji Pracodawców Przedsiębiorstw Sektora Publicznego.

Możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych w organizacji gospodarczej

We współczesnej, szybko zmieniającej się rzeczywistości dużego znaczenia nabiera aktywność i innowacyjność uczestników procesów gospodarczych, których działania prowadzą do realizacji zadań i osiągania wytyczonych celów. Jest to również istotna cecha działań podejmowanych przez pracowników dużych przedsiębiorstw o ugruntowanej pozycji rynkowej, wprowadzających innowacyjne wyroby, usługi oraz nowatorskie sposoby funkcjonowania przedsiębiorstwa. Jedną z możliwości realizacji tych działań jest kształtowanie postaw przedsiębiorczych, aktywności i innowacyjności pracowników, co wymaga od kierownictwa najwyższych szczebli hierarchii organizacyjnej stworzenia odpowiedniej kultury organizacyjnej obejmującej między innymi stosowanie przyjaznego stylu kierowania czy wdrożenie odpowiedniej struktury organizacyjnej sprzyjającej dokonywaniu zmian.

Istota przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość najczęściej utożsamiana jest z podejmowaniem działalności gospodarczej i prowadzeniem małych lub średnich firm – pracą na własny rachunek, jednak coraz częściej dostrzega się związek pomiędzy kreatywnymi działaniami pracowników w dużych organizacjach, przedsiębiorstwach non-profit, administracji rządowej i lokalnej, a osiąganiem przez te organizacje wyznaczonych zamierzeń i przewagi konkurencyjnej w obszarze swojej działalności.

W literaturze przedmiotu przedsiębiorczość definiowana jest w dwojaki sposób, jako zbiór cech osoby przedsiębiorczej oraz jako proces, czyli sposób podejmowania działań osób przedsiębiorczych. Zarówno jedno, jak i drugie podejście wzajemnie się uzupełniają, dopełniają i nie wykluczają. Pierwsze z nich odpowiada na pytanie, jakimi cechami powinna charakteryzować się osoba przedsiębiorcza, drugie zaś mówi o tym, jakie działania musi podjąć, aby osiągnąć zamierzone cele. Z tego też względu definicje opisujące i analizujące przedsiębiorczość można podzielić według następujących kryteriów uwzględniających¹:

1. cechy osobowe przedsiębiorcy, spośród których najczęściej wymieniane to kreatywność, potrzeba osiągnięć, skłonność do ryzyka (podejście psychologiczne) oraz uwarunkowania społeczne, rodzinne, edukacyjne, wyznaniowe (podejście socjologiczne);

¹ B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997, s. 33 oraz J.D. Antoszkiewicz, *Rozwijanie przedsiębiorczości – wybrane koncepcje*, [w:] K. Piech, M. Kulikowski (red.), *Przedsiębiorczość: szansą na sukces rządu, gospodarki, przedsiębiorstw, społeczeństwa*, Instytut Wiedzy, Warszawa 2003, s. 11.

2. działania przedsiębiorcze oparte na ocenie ekonomicznej szans podejmowanego działania, między innymi uruchomienie i rozwój danego przedsięwzięcia, możliwości uzyskania oczekiwanego efektu, oszacowanie zagrożeń i ryzyka danego przedsięwzięcia oraz jego innowacyjności;
3. zachowania kierownicze, rozróżniane w zależności od pracy indywidualnej czy osób działających w zorganizowanych systemach.

Przedstawione powyżej kryteria opisują pojęcie przedsiębiorczości z punktu widzenia psychologicznego, socjologicznego i ekonomicznego. Szczegółowa analiza tego zjawiska wymaga podejścia interdyscyplinarnego i wielowymiarowego.

Cechy osoby przedsiębiorczej odnoszą się do jednostki ludzkiej opisując charakterystyczne dla niej zachowania, niezbędne do dostrzeżenia i wykorzystania pojawiających się okazji. Należą do nich²:

- duża potrzeba osiągnięć wraz ze zdolnością i gotowością przejmowania inicjatywy,
- wewnętrzne umiejscowienie kontroli nad własnym życiem;
- skłonność do podejmowania działań w określonych granicach ryzyka oraz tolerowanie niepewności w podejmowaniu decyzji;
- dążenie do szybkiej realizacji zadań poprzez branie na siebie większych obowiązków powodujących długotrwały wysiłek;
- zdolność rozumienia potrzeb rynku, umiejętność ich prognozowania, a nawet wyprzedzania;
- kojarzenie informacji z różnorodnych dziedzin w obszarze podejmowanych działań;
- zdolność kierowania ludźmi w określonych strukturach formalnych, budzenie wśród pracowników entuzjazmu i zaufania.

Wykorzystanie potencjału cech osób przedsiębiorczych umożliwia osiągnięcie sukcesów podejmowanych działań, jednak inicjatywy przedsiębiorcze muszą być wspierane określonymi warunkami politycznymi, instytucjonalnymi i społecznymi³. Ponadto możliwość kształtowania podstaw przedsiębiorczych poprzez odpowiednią edukację ekonomiczną zwiększa liczbę osób podejmujących działania innowacyjne korzystne dla społeczeństwa i gospodarki. Wśród korzyści, płynących z przedsiębiorczości dla społeczeństwa, najczęściej wymienia się wzrost gospodarczy, zwiększenie wydajności, doskonalenie produktów (wyrobów i usług), wprowadzanie innowacji i zmian oraz przyczynianie się do rozwoju konkurencji.

Różnorodne formy przedsiębiorczości

Metody przedsiębiorczego działania są koniecznością w zarządzaniu współczesnymi, elastycznymi organizacjami, pretendującymi do miana liderów rynkowych osiągających przewagę konkurencyjną. Z tego powodu, zachowań przedsiębiorczych, umożliwiających sprostanie

² Por. J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, PWE, Warszawa 2001, s. 174–175 oraz T. Gruszecki, *Przedsiębiorca w teorii ekonomii*, Cedor, Warszawa 1994, s. 75.

³ Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan wymieniła, w stworzonym przez siebie programie gospodarczym, grupę czynników sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości, zaliczyła do nich między innymi: obniżenie zapłatowych kosztów pracy, samozatrudnienie, reformę systemu regulacji, dokończenie prywatyzacji, ograniczenie do minimum liczby koncesji i zezwoleń na prowadzenie działalności gospodarczej, repriwatyzację służącą uregulowaniu stosunków własnościowych, reformę sądownictwa gospodarczego, reformę edukacji osób dorosłych. *Program gospodarczy Lewiatana szansą dla rozwoju*, „Rzeczpospolita” 2007, nr 110, s. B2.

wymaganiom otoczenia, oczekuje się coraz częściej od kierownictwa najwyższych szczebli hierarchii organizacyjnej oraz od szeregowych pracowników.

Zakres działań przedsiębiorczych jest bardzo szeroki i może dotyczyć różnorodnych dziedzin życia gospodarczego, jak też społecznego. Wyodrębnia się kilka typów przedsiębiorczości. Należą do nich między innymi⁴:

- przedsiębiorczość indywidualna (własna), obejmująca działania konkretnej osoby,
- przedsiębiorczość małego biznesu dotyczącą tworzenia i prowadzenia małych firm,
- przedsiębiorczość gospodarczych systemów zorganizowanych,
- przedsiębiorczość w administracji rządowej i lokalnej,
- przedsiębiorczość w sektorze organizacji społecznych (non-profit),
- przedsiębiorczość międzynarodowa.

Przedsiębiorczość jest wpisana w rzeczywistość ludzkiego działania, a szczególnie uwidacznia się w prowadzeniu różnorodnej działalności gospodarczej, w której ciągła zmiana i dostosowanie się do warunków otoczenia decydują o przetrwaniu i rozwoju każdej organizacji.

Przedsiębiorczość wewnętrzna (korporacyjna)

Natura zjawiska, jakim jest przedsiębiorczość, jest złożona i dotyczy nie tylko działań poszczególnych jednostek, ale również całych organizacji. Przedsiębiorczość bowiem to cecha nie tylko jednej osoby podejmującej działalność gospodarczą, ale również grup społecznych działających w obrębie poszczególnych organizacji. Organizacje te nie muszą mieć charakteru organizacji gospodarczych, mogą to być instytucje będące organizacjami non-profit (na przykład instytucje społeczne, samorządowe czy polityczne). Aktywność, innowacyjność i umiejętność szybkiego dostosowania się do warunków otoczenia oraz możliwość zaspokajania potrzeb klientów określa się w literaturze przedmiotu mianem przedsiębiorczości wewnętrznej (korporacyjnej)⁵.

Przedsiębiorczość wewnętrzna najogólniej oznacza *sposób na rozpoczynanie i rozwijanie nowych zamierzeń wewnątrz strukturalnych ram istniejącej organizacji*⁶, polegający na samodzielnej realizacji nowatorskich pomysłów od momentu powstania, do ich urzeczywistnienia. Pomysły te mają na celu sprostanie wymogom konkurencji i innowacyjny rozwój przedsiębiorstwa. Może on zaistnieć w wyniku stworzenia szeroko rozumianego klimatu przedsiębiorczości związanego z uelastycznianiem struktur organizacyjnych, zmianą procedur realizacji zadań przedsiębiorstwa, określeniem zasad podziału ryzyka oraz korzyści w wyniku realizacji przedsięwzięcia⁷.

Sednem przedsiębiorczości wewnętrznej jest wypracowanie kompromisu między indywidualnymi przedsiębiorcami lub ich zespołami a organizacją reprezentowaną przez kierownictwo, które wspierając działania przedsiębiorców zapewni im równocześnie bezpieczeństwo działań i możliwość partycypacji w przyszłych efektach wynikających z wdrożonych innowacji.

⁴ J.D. Antoszkiewicz, *Rozwijanie przedsiębiorczości*, dz. cyt., s. 13.

⁵ Po raz pierwszy terminu tego użył w połowie lat 80. G. Pinczot w pracy zatytułowanej *Intrapreneuring*, wydanej przez Harper & Row w 1985 r.

⁶ J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, dz. cyt., s. 180.

⁷ Por. A.K. Koźmiński, *Zarządzanie w warunkach niepewności. Podręcznik dla zaawansowanych*, PWN, Warszawa 2004, s. 166.

Wewnętrzny przedsiębiorca powinien charakteryzować się⁸:

- umiejętnościami twórczego myślenia, wprowadzaniem i wdrażaniem nowych rozwiązań od zaplanowania działań do ich wdrożenia;
- dostrzeganiem konieczności zmian, zdolnością ich inicjowania, dużą aktywnością w procesie realizacji przekształceń;
- koniecznością posiadania względnego poczucia bezpieczeństwa stwarzanego przez organizację.

Wymienione cechy i zdolność podejmowania działań przedsiębiorczych w organizacjach gospodarczych dotyczą pracowników, jak też kadry kierowniczej odpowiedzialnej za tworzenie klimatu przedsiębiorczości – szczególnie ważnego w permanentnie zmieniającej się rzeczywistości.

Działania przedsiębiorcze prowadzące do zmiany istniejącego w organizacji *status quo* są z założenia sprzeczne z dotychczasowymi procedurami. Jednak sprzeczność ta nie jest zagrożeniem, lecz stwarza szansę efektywniejszego funkcjonowania organizacji poprzez wprowadzanie innowacyjnych wyrobów, usług czy procesów organizacyjnych i wykorzystania w pełni różnorodnego potencjału organizacji. Istotną rolę odgrywa w tym procesie akceptacja, zrozumienie i umiejętności kadry kierowniczej w zarządzaniu sprzecznościami⁹. Świadomość i dostrzeganie kontrastów pomiędzy otoczeniem a organizacją zmusza jej uczestników do podejmowania działań wyrównujących istniejące różnice, czyni to organizację bardziej elastyczną, mogącą sprostać wymaganiom otoczenia.

Charakterystyczną cechą działań przedsiębiorczych jest wdrażanie nowych pomysłów prowadzących do przekształceń dotychczas istniejących schematów. Innowacyjne rozwiązania mogą dotyczyć wprowadzenia na rynek nowych wyrobów czy usług, ale równie ważne jest też zastosowanie nowych, zwiększających wydajność, metod produkcji, wyszukiwanie tańszych źródeł finansowania, dostosowywanie struktur organizacyjnych, systemów informacyjno-decyzyjnych oraz obowiązków procedur do zmieniających się warunków, podwyższanie i dostosowywanie umiejętności pracowników poprzez odpowiednio zaplanowany system szkoleń, uwzględniający zmieniające się realia funkcjonowania przedsiębiorstwa. Wszystkie te działania prowadzą do zwiększenia innowacyjności i konkurencyjności organizacji.

Kształtowanie przedsiębiorczości wewnętrznej

Osiąganie sukcesów na konkurencyjnym rynku wymaga od kadry kierowniczej i pracowników przedsiębiorstwa dużego wysiłku w zakresie podejmowanych działań. Niemniej jednak posiadanie określonego kapitału w postaci zasobu przedsiębiorczości w znacznym stopniu ułatwia realizację zamierzeń. Do zasobów ułatwiających wprowadzanie zmian w przedsiębiorstwie można zaliczyć między innymi następujące czynniki¹⁰:

- umiejętności zatrudnionych pracowników oraz ich zdolność do innowacyjności i twórczego rozwiązywania problemów na wszystkich szczeblach hierarchii organizacyjnej;
- istniejącą w przedsiębiorstwie kulturę organizacyjną sprzyjającą działalności innowacyjnej;
- możliwości sprawnej realizacji nowych pomysłów na wszystkich etapach;

⁸ Por. D.M. Stewart (red.), *Praktyka kierowania. Jak kierować sobą, innymi i firmą*, PWE, Warszawa 1994, s. 580.

⁹ Por. M. Bratnicki, *Transformacja przedsiębiorstwa*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1998, s. 54–68.

¹⁰ D.M. Stewart (red.), *Praktyka kierowania*, dz. cyt. s. 582.

- tradycje przedsiębiorstwa w obszarze innowacyjności;
- dotychczasową efektywność, skuteczność i praktyczne wykorzystanie nowych rozwiązań w osiąganiu zaplanowanych rezultatów.

Rozwijaniu przedsiębiorczości wewnętrznej pracowników danej organizacji służą również¹¹:

- szczegółowo sformułowane cele procesów przedsiębiorczych;
- systemy informacyjne umożliwiające bezpośredni kontakt między kadrą kierowniczą a innowatorami;
- położenie nacisku na indywidualne obowiązki i odpowiedzialność;
- system nagród za wprowadzenie twórczych rozwiązań.

Podstawowym czynnikiem wpływającym na kształtowanie aktywnych postaw oraz procesów innowacyjnych jest kultura organizacyjna, tworzona przez wszystkich uczestników organizacji, sprzyjająca przedsiębiorczości. Jej głównymi elementami są preferowane przez kierownictwo style zarządzania, zachowania i postawy pracowników, sprzyjająca przedsiębiorczości struktura organizacyjna oraz sprawnie funkcjonujące systemy informacyjno-decyzyjne¹².

W dużym stopniu na przedsiębiorczość pracowników wewnątrz organizacji oddziałuje stosowany styl kierowania. Kierownik powinien skupiać uwagę na osiąganiu określonych efektów, ale jego działania nie mogą hamować i ograniczać innowacyjności i wprowadzania zmian, często wywołujących zakłócenia i chaos funkcjonowania przedsiębiorstwa. Występuje w tym przypadku sprzeczność między celami sprawnego zarządzania a swobodą działania przedsiębiorczych pracowników wykorzystujących nadarzające się okazje. Z tego też względu, aby nie ograniczać działań ludzi przedsiębiorczych, a raczej je stymulować, należy delegować część uprawnień i odpowiedzialności na niższe szczeble hierarchii bez rezygnacji ze sprawowania kontroli działań wykonawców. Styl kierowania w stosunku do grupy pracowników przedsiębiorczych powinien być stylem delegującym, umożliwiając swobodę działania, rozwija innowacyjność wśród pracowników.

Przychylny pracownikom styl kierowania powoduje pojawianie się postaw przedsiębiorczych wśród najbardziej aktywnych, dążących do wprowadzania innowacji i usprawniania swojej pracy, wykonawców. Swoim przykładem mogą oni oddziaływać na innych, mniej przedsiębiorczych uczestników organizacji, zachęcając do podejmowania działań i wskazując możliwości rozwiązywania problemów organizacyjnych i wykorzystywania okazji, jednocześnie tworząc specyficzny charakter kultury organizacyjnej sprzyjającej przedsiębiorczości. Do zadań kadry kierowniczej należy wyszukiwanie aktywnych pracowników i stwarzanie im możliwości wykorzystania swojej wiedzy, uzdolnień oraz wspomaganie ich działań w zakresie inicjowania korzystnych zmian.

Kolejną możliwością wzmacniania postaw przedsiębiorczych jest stworzenie odpowiedniej struktury organizacyjnej, wyzwalającej aktywne działania wśród pracowników. Spośród wielu możliwości najbardziej sprzyjające dla rozwoju przedsiębiorczości są struktury adaptacyjne i organiczne, wykazujące zdolności przystosowania się do zmiennych warunków, struktury mogące w swoim obrębie umieścić zespoły zadaniowe (struktura macierzowa) oraz struktury płaskie preferujące awans poziomy.

Innym czynnikiem tworzącym odpowiedni klimat pobudzający przedsiębiorczość są sprawne systemy informacyjne, posiadające duże zasoby wiedzy i możliwości jej wykorzystania. We właściwy sposób rozpowszechniane wspomagają znacząco procesy innowacyjne.

¹¹ J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, dz. cyt. s. 180.

¹² Por. D.M. Stewart (red.), *Praktyka kierowania*, dz. cyt. s. 584.

Nie należy również zapominać o determinantach zewnętrznych kształtujących przedsiębiorczość, są to przede wszystkim działania konkurentów, konieczność zaspokojenia nowych potrzeb klientów oraz trendy i mody występujące w danym okresie w gospodarce.

Organizacja przedsiębiorcza

W działalności gospodarczej organizacje przedsiębiorcze niewątpliwie w dłuższym okresie generują dochód narodowy brutto danego kraju, poprzez powstawanie nowych podmiotów gospodarczych i wprowadzanie innowacji. Nie wystarczy bowiem budowanie przewagi konkurencyjnej na niskiej cenie i obniżaniu kosztów w wyniku sprzedaży dóbr o niskim stopniu przetworzenia. Jednym z ważniejszych czynników przewagi rynkowej jest wprowadzanie innowacji w produkowanych wyrobach bądź oferowanych usługach oraz nowatorskich zmianach w systemach funkcjonowania przedsiębiorstwa. Działania te powodują zmianę charakteru organizacji ze sztywnego, biurokratycznego na bardziej elastyczny, adaptacyjny i skłonny do wprowadzania przekształceń – przedsiębiorczy.

Transformacja organizacji odbywa się poprzez przekształcanie wartości, zasobów, struktur, strategii. Szczegółowy opis zmian cech organizacji biurokratycznej na przedsiębiorczą przedstawia rysunek 1.

Rysunek 1. Porównanie cech organizacji biurokratycznej i przedsiębiorczej

Transformacja organizacji	
Organizacja biurokratyczna	Organizacja przedsiębiorcza
naczelna wartość: przetrwanie i rozwój	→ naczelna wartość: maksymalizacja wartości
trwałość	→ zmienność i adaptacyjność
oparta na zasobach materialnych	→ oparta na wiedzy i zasobach ludzkich
osiąga zaplanowane cele	→ maksymalizuje szanse i minimalizuje zagrożenia
działa w określonej domenie	→ ciągle redefiniuje obszar działania
dąży do dominacji	→ dąży do zawłaszczania wartości
równowaga w działaniu	→ zakłócenia równowagi
hierarchiczna i sformalizowana struktura organizacyjna	→ płaska organiczna struktura, swoboda działania
specjalizacja	→ wielofunkcyjność, brak zakresów czynności
kariera służbowa	→ kariera pozioma
nagrody za poprawność i konformizm	→ nagrody za inicjatywę
władza trwała i formalna	→ władza sytuacyjna oparta na wiedzy
organizacja wieczna	→ organizacja przejściowa i zmienna

Źródło: A.K. Koźmiński, *Zarządzanie w warunkach niepewności. Podręcznik dla zaawansowanych*, dz. cyt., s. 168

Organizacja przedsiębiorcza charakteryzuje się elastycznością i możliwością dokonywania zmian w obszarach swojej działalności i nie tylko. Zmiany te są reakcją na pojawiające się symp-

tomy w otoczeniu, jak też próbą kształtowania potrzeb rynkowych. Nie byłoby to możliwe bez organicznych struktur, odpowiedniego stylu kierowania i pobudzania pracowników poprzez system zachęt i nagród, odpowiedniego systemu szkolenia i doskonalenia pracowników, którzy jako pierwsi w kontaktach z klientami dostrzegają możliwości wprowadzania nowych wyrobów, usług czy też sposobów realizacji procesów organizacyjnych. Przedsiębiorczość pracowników wytrąca organizację ze stanów równowagi i umożliwia dokonywanie niezbędnych innowacji przyczyniających się do osiągania lepszych efektów ekonomicznych oraz zwiększania jej konkurencyjności.

Organizacje muszą nauczyć się, jak zdobywać kompetencje przedsiębiorcze, jak wprowadzać innowacje i jak przekształcać się w organizacje elastyczne i dynamiczne. Peter Drucker twierdzi, że przedsiębiorczość nie ma naturalnego i spontanicznego charakteru jest świadomą pracą wykorzystującą wiedzę, kompetencje i dotychczasowe doświadczenie¹³. Cechy organizacji przedsiębiorczych są analogiczne do cech organizacji uczących się w których wiedza kadry kierowniczej i pozostałych pracowników w podejmowaniu działań ma podstawowe znaczenie.

Bibliografia

- J.D. Antoszkiewicz, *Rozwijanie przedsiębiorczości – wybrane koncepcje*, [w:] K. Piech, M. Kulikowski (red.), *Przedsiębiorczość: szansą na sukces rządu, gospodarki, przedsiębiorstw, społeczeństwa*, Instytut Wiedzy, Warszawa 2003.
- M. Bratnicki, *Transformacja przedsiębiorstwa*, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 1998.
- P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- T. Gruszecki, *Przedsiębiorca w teorii ekonomii*, Cedor, Warszawa 1994.
- A.K. Koźmiński, *Zarządzanie w warunkach niepewności. Podręcznik dla zaawansowanych*, PWN, Warszawa 2004.
- B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997.
- D.M. Stewart (red.), *Praktyka kierowania. Jak kierować sobą, innymi i firmą*, PWE, Warszawa 1994.
- J.A.F. Stoner, R.E. Freeman, D.R. Gilbert, *Kierowanie*, PWE, Warszawa 2001.

Abstract

In contemporary fast-changing reality, the activity and innovation of the participants of economic processes (i.e. people who are entrepreneurial and whose actions lead to accomplishment of set tasks and achieving competitive predominance) is particularly important. Entrepreneurship should also be the crucial characteristic of actions taken by employees of large companies with a strong position on the market. One of the possible ways to achieve such situation is the shaping of entrepreneurial attitudes, activeness and creativity of the employees which requires from the top management creating an appropriate organisational culture, favourable conditions of innovative activity, decision-making and sharing responsibility for those decisions.

Nota o Autorce

Autorka jest doktorem nauk ekonomicznych z zakresu nauki o zarządzaniu. Jej zainteresowania skupiają się na problematyce skutecznego zarządzania organizacjami poprzez wykorzystanie najnowszych metod organizacji i zarządzania oraz na możliwościach dostosowania funkcjonowania organizacji do zmieniających się warunków otoczenia w wyniku szeroko rozumianego procesu przekształceń.

¹³ P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 160–164.

Mity przedsiębiorczości w polskich organizacjach: diagnoza i mechanizmy ożywiania potencjału przedsiębiorczości

Organizacje i społeczeństwa próbują różnych sposobów ożywiania przedsiębiorczości. Jednak realizowane w tym względzie strategie często kończą się niepowodzeniem. Biorąc pod uwagę narastającą liczbę podejść, metod i technik promowania przedsiębiorczości organizacyjnej, zaskakującym jest fakt niewielkiej wiedzy o procesach blokowania istniejącego potencjału. Opracowanie pogłębia rozumienie mechanizmów blokujących potencjał przedsiębiorczości w istniejących organizacjach. Przedstawia także rolę mitów przedsiębiorczości w tym procesie, ukazując je w trzech grupach: mitów o przedsiębiorcy, o organizacji i działalności przedsiębiorczej. Całość została dopełniona wynikami badań empirycznych dotyczącymi mitów w 136 polskich organizacjach. W szczególności wskazano na kształtowanie mitów pobudzających jako ważną domenę ożywiania potencjału przedsiębiorczości.

Mitologia przedsiębiorczości

Zachowania przedsiębiorcze można jednak kształtować, a to może być podstawą do intensywnego ożywiania przedsiębiorczości w organizacjach. Mury jednej z najlepszych szkół kształcących w dziedzinie przedsiębiorczości, Babson College, co roku opuszcza grupa absolwentów, z których znakomita większość zakłada własne firmy. Jest to dla nich życiowy sprawdzian pozyskanej wiedzy i kompetencji nabytych podczas studiów z przedsiębiorczości. Tymczasem absolwenci polskich uczelni ekonomicznych, którzy zakładają i prowadzą własną firmę, stanowią zaledwie do kilku procent ogółu społeczności studenckiej.

Dlaczego tak się dzieje? Co jest przyczyną niechęci do rozpoczęcia działalności na własny rachunek i świadomego wyboru pozostania na skromnym, ale cudzym garnuszku? Badacze problemu twierdzą, że jego przyczyna ma co najmniej kilka źródeł, z których warto wymienić kwestię zakorzenionych w społeczeństwie tzw. mitów o przedsiębiorczości i sposobów ich pomiaru. Niepoparte badaniami, a od lat umacniane stwierdzenia, są żywym obrazem tego, co ludzie myślą o byciu człowiekiem przedsiębiorczym i dają odpowiedź na pytanie dotyczące czynników skutecznie hamujących proces zakładania nowych firm.

Mity i rytuały mają istotny wpływ na dzielenie się wiedzą w organizacji¹. Stwierdzenie to nie jest zaskakujące, bowiem od dość dawna wiadomo, że mity, wspólnie konstruowane i wykorzystywane przez uczestników organizacji, spełniają funkcję punktu odniesienia pozwalającego porównywać i przystosowywać wyuczone teorie działania². Nadają one znaczenie zarówno otaczającej rzeczywistości, jak i podejmowanym działaniom. Zatem nie można ich sprowadzić do prymitywnej formy wyjaśniania. Przeciwnie, odzwierciedlają one wzorce, scenariusze, wizerunki organizacji i dlatego też stanowią istotną część kultury organizacyjnej kształtującej dostrzeżenie, myślenie, odczuwanie i działanie ludzi organizacji³.

W. Ocasio⁴ przekonująco argumentuje, że funkcjonowanie i rozwój organizacji są kształtowane przez sposób ukierunkowywania i rozdzielania uwagi kadry zarządzającej za pomocą rozwiązań strukturalnych i dróg porozumiewania się. To co robią kluczowi decydenci zależy od tego, na jakich problemach i rozwiązaniach skoncentrują swoją uwagę. Z kolei, sama dystrybucja uwagi jest warunkowana indywidualnym i społecznym poznaniem, kontekstem sytuacyjnym zakreślonym czynnikami zewnętrznymi, a zwłaszcza strukturą społeczną. Kontynuując przedstawiony tok rozumowania, można zastanowić się na tym, w jaki sposób struktury społeczne kształtują i regulują szanse, przedsiębiorcze rozwiązania, aktorów przedsiębiorczości w przedsiębiorcze działania.

I tak, procesy kulturowe oraz instytucjonalne są wbudowane, a także kształtowane, przez kontekst przedsiębiorczości. Schematy poznawcze, symbole, systemy znaczeń zakreślają kategorię myślenia przedsiębiorczego konstytuując dostępny zbiór szans i działań, ponieważ stanowią one repertuar dostępny dla aktorów przedsiębiorczości w czasie odpowiedzi strategicznych. Repertuar ten jest zakodowany w schematach poznawczych, scenariuszach działania, a także w produktach kulturowych tkwiących w artefaktach organizacyjnych: technologii, słowniku, strukturze, ceremoniach, rytuałach, opowiastkach, legendach i mitach. W szczególności mity przedsiębiorczości są wykorzystywane w działalności organizacji, procesach porozumiewania się, interakcjach ludzi budujących proces tworzenia, kształtowania, identyfikowania, interpretowania, chwywania i wykorzystywania szans w celu kreowania bogactwa. Tak dochodzi do powstania swoistego etosu strategicznego⁵.

W literaturze przedmiotu scharakteryzowano różne mity przedsiębiorczości⁶, co daje dobrą podstawę do próby syntezy. W tabeli 1 zobrazowano dwa rodzaje mitów przedsiębiorczości,

¹ E.A. Röyrvick, E. Wulff, *Mythmaking and knowledge sharing: Living organizational myths and the broadening of opportunity structure for knowledge sharing in Scandinavian engineering consultant company*, „Creativity & Innovation Management” 2002, tom 11, nr 3, s. 154–165.

² M. Bratnicki, *Styl decydowania w podejmowaniu decyzji kierowniczych*, „Problemy Organizacji” 1980, tom 8, s. 60–72.

³ M. Bratnicki, W. Dyduch, *Przedsiębiorczość – element kultury organizacyjnej*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2002, tom 2, nr 3–4, s. 81–92.

⁴ W. Ocasio, *Towards an attention – based view of the firm*, „Strategic Management Journal” 1997, tom 18 (letnie wydanie specjalne), s.187–206.

⁵ S. Cummings, *Strategy as ethos*, [w:] S. Cummings, D. Wilson (red.), *Images of strategy*, Blackwell Publishing, Oxford 2003.

⁶ J. Roure, *Ten myths about entrepreneurs*, [w:] S. Birley, D.F. Muzyka (red.), *Mastering entrepreneurship. The complete MBA companion in entrepreneurship*, Financial Times/Prentice Hall, Harlow 2000; M.H. Morris, D.F. Kuratko, *Corporate entrepreneurship. Entrepreneurial development within organizations*, Harcourt College Publishers, Orlando 2002; J.A. Timmons, *New venture creation. Entrepreneurship for the 21st century*, Irwin/McGraw-Hill, Singapore 1999.

ujętych w trzy kategorie: przedsiębiorca, działalność przedsiębiorcza, organizacja przedsiębiorcza. Przedstawiona lista, obejmująca pięćdziesiąt osiem mitów przedsiębiorczości, nie jest zamknięta i autorzy są przekonani, że w miarę postępów badań pojawią się na niej kolejne składniki. Tym niemniej, już w aktualnej postaci pozwala ona uzyskać w miarę uporządkowany ogląd mitologii przedsiębiorczości.

Pierwszy rodzaj mitów przedsiębiorczości odnosi się do rozpowszechnionych w organizacji potocznych wyobrażeń o rzeczywistości, które blokują przedsiębiorczość organizacyjną, ponieważ są skierowane wyłącznie na kontrolę zachowań. Drugi rodzaj mitów ma natomiast swoje potwierdzenie w badaniach naukowych i jest fundamentem odblokowania potencjału przedsiębiorczości organizacyjnej, ponieważ stwarza możliwość kontroli faktów.

Tabela 1. Mity przedsiębiorczości

Mity blokujące przedsiębiorczość	Mity pobudzające przedsiębiorczość
Przedsiębiorca	
1. Przedsiębiorcą trzeba się urodzić, a więc zachowań przedsiębiorczych nie można się nauczyć.	Każdy człowiek ma potencjał zostania przedsiębiorcą poprzez nabywanie odpowiednich umiejętności, wiedzy, doświadczenia, bezpośrednich kontaktów.
2. Przedsiębiorca wyróżnia się specyficznymi cechami tworzącymi standardowy profil.	Nie występuje standardowy profil przedsiębiorcy. W rzeczywistości jest wiele rodzajów przedsiębiorców podejmujących różne przedsięwzięcia w wielorakich kontekstach. Motywacja bardziej niż zdolności wyjaśnia nastawienie przedsiębiorcy.
3. Przedsiębiorcy powinni być młodzi i dobrze wykształceni.	Wiek nie jest barierą przedsiębiorczości. Niezmiernie ważna jest wiedza, doświadczenie, kontakty, trening profesjonalny. Zachowania przedsiębiorcze występują przy różnym wykształceniu.
4. Bez wysokiego ilorazu inteligencji sukces przedsiębiorcy jest niemożliwy.	Sukces przedsiębiorcy ma swe korzenie w twórczości, motywacji, budowaniu zespołu, przywództwie, zdolnościach analitycznych oraz w umiejętnościach radzenia sobie z niejednoznacznością i przeciwnościami.
5. Wszyscy przedsiębiorcy są wynalazcami.	Wielu przedsiębiorców podejmuje działalność innowacyjną służącą wykorzystywaniu twórczych idei innych osób.
6. Przedsiębiorcy są graczami skłonnyymi do podejmowania wysokiego ryzyka. Są oni osobami lubiącymi ryzyko.	Przedsiębiorcy podejmują rozważne, wykalkulowane ryzyko i starają dzielić się ryzykiem z innymi.
7. Przedsiębiorcy to ludzie niedostosowani społecznie albo organizacyjnie.	Przedsiębiorca ma dwie dusze: wizjonerskiego animatora zmian społecznych oraz efektywnego menedżera.

Przedsiębiorca	
8. Przedsiębiorcy są całkowicie niezależni i sami kierują sobą oraz swoim losem.	Przedsiębiorca służy rozmaitym interesariuszom, chociaż ma swobodę wyboru, czy i kiedy oraz czyje potrzeby i oczekiwania zaspokajać.
9. Przedsiębiorcy są energicznymi samotnymi wilkami. Nie potrafią współpracować z innymi osobami i starają się wszystko wykonywać sami.	Przedsiębiorcy osiągający największe sukcesy wierzą w swoje kompetencje, ale równocześnie budują efektywne zespoły zarządzające rozwojem i tworzą wielorakie więzi społeczne. W przedsiębiorczości dużą rolę odgrywają stosunki partnerskie z innymi osobami albo grupami osób.
10. Przedsiębiorcy to ludzie dążący do władzy i kontrolowania innych osób.	Przedsiębiorcy są zorientowani na osiąganie rezultatów i na zdobycie przewagi konkurencyjnej. Posiadana władza jest skutkiem ubocznym rozwijanych przedsięwzięć.
11. Motywacją przedsiębiorców jest jedynie pieniądź. Liczą się przede wszystkim szybkie gratyfikacje.	Przedsiębiorcy są nastawieni na efekty uzyskiwane w dłuższym czasie, a zwłaszcza na kontrolowanie swojego losu i na urzeczywistnianie wizji.

Działalność przedsiębiorcza	
1. Działalność autentycznego przedsiębiorcy jest słabo ustrukturalizowana i chaotyczna.	Działalność przedsiębiorcy jest wielokierunkowa i dlatego też musi być dobrze zorganizowana, a zwłaszcza niezbędne są wyraźne priorytety, które są konsekwentnie przestrzegane. Przedsiębiorczość jest procesem, którym trzeba zarządzać.
2. Ignorancja jest szczęściem dla przedsiębiorczości zgodnie z regułą, że analiza prowadzi do paraliżu.	Staranne planowanie – a nie jego brak – znamionują autentycznego przedsiębiorcę.
3. Rozpoczynanie działalności jest wysoce ryzykowne i często kończy się niepowodzeniem.	Utalentowani i doświadczeni przedsiębiorcy potrafią zmobilizować atrakcyjne zasoby i osiągnąć sukces. Porażka pozwala na uczenie się poprzez nabycie nowych doświadczeń i jest motorem dalszych prób.
4. Każdy człowiek jest w stanie rozpocząć działalność gospodarczą i przy pewnej dozie szczęścia uzyska powodzenie.	Rozpoczęcie działalności mającej duże prawdopodobieństwo powodzenia wymaga dobrego przygotowania, przy czym rozwijanie działalności jest o wiele trudniejsze niż jej rozpoczynanie. To co wydaje się szczęściem jest rezultatem wiedzy, determinacji itp.
5. Utalentowany przedsiębiorca osiąga sukcesy w ciągu roku lub dwóch lat.	Solidne umocowanie rozwijanego przedsięwzięcia wymaga nie mniej niż trzech, czterech lat, a bywa też, iż potrzeba więcej czasu.
6. Przedsiębiorcy pracują dłużej i ciężiej niż kadra zarządzająca dużymi organizacjami.	Nie wszyscy przedsiębiorcy pracują tak ciężko, jak menedżerowie w dużych organizacjach; jedni pracują tyle samo, inni więcej, a jeszcze inni mniej.

Działalność przedsiębiorcza	
7. Przedsiębiorcy doświadczają ogromnych stresów i płacą wysoką cenę za swoje powodzenie.	Zajęcia przedsiębiorcy nie są wcale bardziej stresujące niż w innych zawodach. Jednakże mają oni bardzo rozbudowaną potrzebę osiągnięć.
8. Każda osoba mająca dobrą ideę jest w stanie pozyskać zasoby niezbędne do jej urzeczywistnienia.	W praktyce bardzo niewiele pomysłów znajduje uznanie wystarczające do sfinansowania ich realizacji.
9. Jeżeli przedsiębiorca posiada wystarczający kapitał początkowy, to nie poniesie porażki	Zbyt duży kapitał początkowy częstokroć prowadzi do braku dyscypliny, a w ślad za tym do impulsywnego wydatkowania jako źródła porażki.
10. Pieniądze są najważniejszym zasobem w czasie rozpoczynania działalności gospodarczej.	Same pieniądze nie gwarantują zmobilizowania właściwych zasobów. Są one jedynie narzędziem wykorzystywanym w tworzeniu i wykorzystywaniu szans. Ich brak wynika z niekompetencji, złych inwestycji, wadliwego planowania itp.

Organizacja przedsiębiorcza	
1. Małe i średnie przedsiębiorstwa tworzą nowe miejsca pracy.	Nowe miejsca pracy tworzą głównie przedsiębiorstwa dynamicznie rozwijające się i to bez względu na ich wielkość.
2. Nowe przedsięwzięcia są podstawowym źródłem wzrostu zatrudnienia.	Wzrost zatrudnienia następuje wskutek działalności zarówno starych, jak nowych przedsiębiorstw. Kluczową sprawą jest efektywne zarządzanie rozwojem organizacji.
3. Dynamiczne organizacje działają w sektorach nowych i mających wysoką stopę wzrostu.	W przedsiębiorczym rozwoju organizacji liczy się nie tyle sektor, co przedsiębiorcy i same organizacje.
4. Organizacje szybko rozwijające się są zorientowane na duże i rosnące rynki.	Organizacje szybko rozwijające się są zorientowane na rynki, gdzie mogą zostać liderami lub wyzywającymi do współzawodnictwa. Często-kroć koncentrują swą uwagę strategiczną na niszach rynkowych, które czasami same tworzą.
5. Organizacje szybko rozwijające się mają w polu widzenia głównie rynki krajowe, na których mogą uzyskać dominującą pozycję.	Organizacje szybko rozwijające się znaczną część swojej działalności kierują ku rynkom zagranicznym, gdzie mogą się uczyć i rozwijać.
6. Organizacje szybko rozwijające się stosują strategię niskich kosztów jako podstawę konkurencyjności.	Organizacje szybko rozwijające się stosują strategię pozytywnego wyróżniania się (np. wysoka jakość produktów) jako podstawę konkurencyjności.
7. Organizacje szybko rozwijające się polegają głównie na unikalnej technologii.	Organizacje szybko rozwijające się polegają głównie na ludziach wysokiej klasy.
8. Wypracowane, wyrafinowane źródła finansowania są podstawą budowania organizacji szybko rozwijających się.	Organizacje szybko rozwijające się korzystają przede wszystkim z własnych źródeł finansowania, wspomagając się źródłami zewnętrznymi.

Źródło: Opracowanie własne

Mit przedsiębiorczości może – w zależności od swej natury – stanowić swoisty reduktor lub katalizator tworzenia, kształtowania, rozpoznawania, interpretowania, chwytania i wykorzystywania szans. W pierwszym przypadku pośród kadry zarządzającej pojawia się sceptycyzm wobec potrzeb ożywienia przedsiębiorczości w organizacji. W drugim, ożywianie przedsiębiorczości trafia na przychyłność menedżerów.

Mity przedsiębiorczości wśród studentów Akademii Ekonomicznej w Katowicach

Wiele z wyżej przedstawionych mitów jest znanych i niejedna osoba potwierdziłaby, że – w istocie – brak pieniędzy czy określonych predyspozycji przekreśla możliwości absolwenta jako przedsiębiorcy. A jak wygląda sprawa mitów w naszych warunkach? Czego boją się osoby po studiach, a co powstrzymuje je przed założeniem własnej firmy? Do pomiaru tego typu ograniczeń można wykorzystać badania ankietowe. Autorzy przeprowadzili w 2005 roku badania wśród 60 studentów ostatniego roku studiów dziennych Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Wyniki nie były zaskakujące – tylko czterech z sześćdziesięciu ankietowanych zadeklarowało stanowczą chęć założenia własnej firmy po ukończeniu studiów. Pozostałe osoby ustosunkowały się negatywnie do tego pomysłu. Wśród najczęstszych przyczyn rezygnacji z takiej opcji dalszej kariery wymieniane były: istniejąca biurokracja i trudne przepisy utrudniające zakładanie firm, wysokie podatki i koszty (np. ZUS), niewielkie możliwe do uzyskania kredyty czy fundusze pomocnicze, trudności w uzyskaniu kredytu, brak środków, brak programów rządowych wspierających inicjatywy studentów i nowych absolwentów, wreszcie brak dobrych pomysłów na firmę przynoszącą wysokie dochody (tabela 2). Co ważne, wskazany został również brak znajomości i kontaktów, co można nazwać niskim poziomem kapitału społecznego, rozumianego jako efektywne sieci więzi ułatwiające rozpoznanie i wykorzystanie przedsiębiorczych szans.

Tabela 2. Wyniki badań dotyczących niechęci zakładania własnych firm

Lp.	Ograniczenie w założeniu własnej firmy	Odsetek wskazanych odpowiedzi
1	Biurokracja i zaporowe przepisy prawne	28%
2	Brak pieniędzy	12%
3	Wysokie podatki	11%
4	Brak kontaktów i znajomości	10%
5	Wysokie koszty działalności (np. ZUS)	10%
6	Trudność w uzyskaniu kredytu	9%
7	Brak pomysłów na dobrą firmę	7%
8	Wysoko oprocentowane kredyty	7%
9	Brak programów wspierających inicjatywę studencką	3%
10	Inne (niepewność powodzenia firmy, brak kompetencji, strach)	4%

Źródło: Opracowanie własne

O ile można się zgodzić z ograniczeniami formalnymi zasygnalizowanymi w odpowiedziach studentów, o tyle przytoczone wcześniej stwierdzenia, że przedsiębiorcą trzeba się urodzić i należy mieć wrodzony zestaw odpowiednich cech wydają się być bardziej mitami niż rzeczywistymi ograniczeniami.

Mity przedsiębiorczości wśród polskich przedsiębiorców

W podejmowanych badaniach naukowych weryfikacji poddano następującą hipotezę badawczą: W polskich organizacjach poziom mitów blokujących działalność przedsiębiorczą jest wysoki.

W celu sprawdzenia przyjętej hipotezy badawczej przeprowadzono badania z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety, opracowanego na podstawie teoretycznych podstaw przedstawionych w tabeli 1, a dotyczących tylko osoby przedsiębiorcy. Pytania w kwestionariuszu oceniane były na siedmiostopniowej skali Likerta, gdzie ocena 1 oznaczała niski poziom danego zjawiska, zaś 7 – bardzo wysoką jego obecność. Narzędzie badawcze poddane testom statystycznym zostało w dalszej kolejności rozprowadzone wśród dobranych w sposób losowy na podstawie prowadzonej działalności 136 organizacji z całej Polski. Respondenci wywodzili się ze średniego i wyższego szczebla kierowniczego. Przyjęta kategoria respondentów podyktowana została chęcią dotarcia do względnie jednorodnej grupy mającej rozeznanie w dynamice procesów społecznych, zdolnościach i kompetencjach danej organizacji. Ze względu na wielkość próby przyjęto założenie o normalności rozkładu zmiennych, potwierdzone testem Q-Q. Wyniki przeprowadzonych badań przedstawione są w tabeli 3.

Tabela 3. Mity przedsiębiorczości wśród polskich przedsiębiorców

Mit	Poziom mitu
1. Przedsiębiorcą trzeba się urodzić, a więc zachowań przedsiębiorczych nie można się nauczyć.	3,21
2. Przedsiębiorca wyróżnia się specyficznymi cechami tworzącymi standardowy profil.	6,17
3. Przedsiębiorcy powinni być młodzi i dobrze wykształceni.	4,83
4. Bez wysokiego ilorazu inteligencji sukces przedsiębiorcy jest niemożliwy.	3,23
5. Wszyscy przedsiębiorcy są wynalazcami.	2,88
6. Przedsiębiorcy są graczami skłonnyymi do podejmowania wysokiego ryzyka. Są oni osobami lubiącymi ryzyko.	4,42
7. Przedsiębiorcy to ludzie niedostosowani społecznie albo organizacyjnie.	3,31
8. Przedsiębiorcy są całkowicie niezależni i sami kierują sobą oraz swoim losem.	6,70
9. Przedsiębiorcy są energicznymi samotnymi wilkami. Nie potrafią współpracować z innymi osobami i starają się wszystko wykonywać sami.	5,91
10. Przedsiębiorcy to ludzie dążący do władzy i kontrolowania innych osób.	5,87
11. Motywacją przedsiębiorców jest jedynie pieniądź. Liczą się przede wszystkim szybkie gratyfikacje.	4,62

Źródło: Opracowanie własne

W badanych organizacjach najsilniej osadzone mity dotyczą tego, że prawdziwy przedsiębiorca wyróżnia się specyficznymi cechami, jest niezależnym w działaniu, energicznym samotnikiem, który dąży do władzy i kontrolowania innych. Z kolei nie potwierdziły się mity przedstawiające przedsiębiorcę jako wynalazcę, którym trzeba się urodzić, o wysokim ilorazie inteligencji, niedostosowanego społecznie. Ogólny poziom mitów dotyczących przedsiębiorców w badanych organizacjach wyniósł 4,65, co na skali siedmiostopniowej stanowi wynik relatywnie wysoki. Nie ma zatem podstaw do odrzucenia hipotezy głoszącej, że poziom mitów przedsiębiorczości w badanych organizacjach jest wysoki.

Podsumowanie

Organizacje i społeczeństwa próbują różnych sposobów ożywiania przedsiębiorczości. Jednak realizowane w tym względzie strategie często kończą się niepowodzeniem. Biorąc pod uwagę narastającą liczbę podejść, metod i technik promowania przedsiębiorczości organizacyjnej, zaskakującym jest fakt niewielkiej wiedzy o procesach blokowania istniejącego potencjału. Teoretyczny model cyklu regresywnego pokazuje prawdopodobną dynamikę pojawiających się przeszkód na drodze do przedsiębiorczości organizacyjnej, gdzie dotychczasowa historia wpływa na ścieżki rozwoju i przyszłe stany.

Tym niemniej opracowanie pogłębia zrozumienie mechanizmów blokowania potencjału przedsiębiorczości w istniejących organizacjach. Daje też względne wyjaśnienia roli mitów przedsiębiorczości w tym procesie. Całość pozwala dopełnić istniejące koncepcje przedsiębiorczości organizacyjnej nowymi wymiarami i perspektywami badawczymi. W szczególności wskazuje na kształtowanie mitów pobudzających jako ważną domenę działalności przedsiębiorcy przeprowadzającego zmiany innowacyjne i ożywiania przedsiębiorczości.

Bibliografia

- M. Bratnicki, *Styl decydowania w podejmowaniu decyzji kierowniczych*, „Problemy Organizacji” 1980, tom 8.
- M. Bratnicki, W. Dyduch, *Przedsiębiorczość – element kultury organizacyjnej*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2002, tom 2, nr 3–4.
- S. Cummings, *Strategy as ethos*, [w:] S. Cummings, D. Wilson (red.), *Images of strategy*, Blackwell Publishing, Oxford 2003.
- M.H. Morris, D.F. Kuratko, *Corporate entrepreneurship. Entrepreneurial development within organizations*, Harcourt College Publishers, Orlando 2002.
- W. Ocasio, *Towards an attention – based view of the firm*, „Strategic Management Journal” 1997, tom 18 (letnie wydanie specjalne).
- J. Roure, *Ten myths about entrepreneurs*, [w:] S. Birley, D.F. Muzyka (red.), *Mastering entrepreneurship. The complete MBA companion in entrepreneurship*, Financial Times/Prentice Hall, Harlow 2000.
- E.A. Röyrvick, E. Wulff, *Mythmaking and knowledge sharing: Living organizational myths and the broadening of opportunity structure for knowledge sharing in Scandinavian engineering consultant company*, „Creativity & Innovation Management” 2002, tom 11, nr 3.
- J.A. Timmons, *New venture creation. Entrepreneurship for the 21st century*, Irwin/McGraw-Hill, Singapore 1999.

Abstract

Organizations and societies implement different methods to stimulate entrepreneurship. However, some strategies prove unsuccessful due to many factors that inhibit the entrepreneurship potential. This paper broadens the understanding of mechanisms inhibiting entrepreneurship, namely the myths of entrepreneurship. There are different myths of entrepreneurship described in the literature⁷. This paper attempts to comprehensively cover the existing myths categorized into three groups: myths about entrepreneurs, myths about entrepreneurial activity and myths about entrepreneurial organization. The presented synthesis is not definite or wholly exhaustive. It derives from the mechanisms blocking entrepreneurship in organizations that are described further on and empirical research results, showing the level of entrepreneurship myths in 136 Polish organizations. As a conclusion, myths stimulating entrepreneurship were indicated as a method of building the entrepreneurship potential.

Nota o Autorach

Mariusz Bratnicki jest kierownikiem Katedry Przedsiębiorczości Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Jego zainteresowania badawcze skupiają się wokół przedsiębiorczości organizacyjnej, przedsiębiorczego uczenia się i dialektyki przedsiębiorczości. Członek Academy of Management, International Council for Small Business, British Academy of Management i Strategic Management Society.

Wojciech Dyduch jest adiunktem w Katedrze Przedsiębiorczości Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Jego zainteresowania badawcze dotyczą pomiaru przedsiębiorczości organizacyjnej i pozafinansowych metod pomiaru efektywności organizacyjnej. Członek Academy of Management, International Council for Small Business.

Bartłomiej J. Gabryś jest asystentem w Katedrze Przedsiębiorczości Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Zajmuje się tematyką przedsiębiorczości organizacyjnej, a zwłaszcza postrzegania czasu w przedsiębiorczych organizacjach. Jest autorem lub współautorem blisko 30 publikacji naukowych, w tym prezentowanych na cyklicznych konferencjach międzynarodowych: Academy of Management, European Academy of Management, RENT.

⁷ J. Roure, *Ten myths about entrepreneurs*, [w:] S. Birley, D.F. Muzyka (red.), *Mastering entrepreneurship. The complete MBA companion in entrepreneurship*, Financial Times/Prentice Hall, Harlow 2000; M.H. Morris, D.F. Kuratko, *Corporate entrepreneurship. Entrepreneurial development within organizations*, Harcourt College Publishers, Orlando 2002; J.A. Timmons, *New venture creation. Entrepreneurship for the 21st century*, Irwin/McGraw-Hill, Singapore 1999.

Poznawcze i instytucjonalne bariery przedsiębiorczości w Polsce

*Bankowość jest prosta, jeżeli staje się ona skomplikowana,
to znaczy, że coś nie jest w porządku.*
Walter Bagehot (1826–1877)

Termin „przedsiębiorczość” jest odmieniany przez wszystkie przypadki. Przedsiębiorczość ma być cudownym lekarstwem na niską pozycję konkurencyjną Polski. Przedsiębiorczość jest zjawiskiem wielowymiarowym i dynamicznym. Redukowanie jej do jednego, jedynie słusznego wymiaru stanowi poznawczą barierę jej krzewienia. Instytucjonalne podejście do przedsiębiorczości, wywodzone od Schumpetera, zyskuje coraz większe uznanie w teorii ekonomii na świecie. W Polsce nurt instytucjonalny powoli zdobywa swych zwolenników w środowiskach akademickich. W praktyce gospodarczej szczególną barierą przedsiębiorczości jest niezadowalająca edukacja finansowa i nadal bardzo wysoki poziom wykluczenia w dostępie do profesjonalnego zarządzania ryzykiem.

Celem opracowania jest wskazanie na niski poziom kompetencji finansowej obywateli oraz znaczny obszar wykluczenia w dostępie do usług finansowych jako na istotne bariery rozwoju przedsiębiorczości w Europie. Po przedstawieniu wyników badań w Wielkiej Brytanii i Polsce zostaną zaproponowane praktyczne kroki, jakie należałoby podjąć, aby pokonać poznawcze i instytucjonalne bariery rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.

Poszukiwanie związku przyczynowo-skutkowego między rozwojem świata finansów a działalnością gospodarczą człowieka ma długą historię. Zazwyczaj wywodzi się ją od Arystotelesa. Zdaniem ekonomistów miał on przeciwstawiać *chremtistike* – sztukę robienia pieniędzy i *oeconomicus* – sztukę uzyskiwania komfortu w gospodarstwie domowym. Zdaniem socjologów łączył on sztukę przetrwania, zaspokajania potrzeb podstawowych – *chremtistike* ze sztuką *oeconomicus* – gospodarowania w gospodarstwie domowym. Spór o to, czy należy harmonizować wszystkie aspekty życia człowieka, czy je przeciwstawiać i porządkować na zasadzie hierarchii, podzielił klasyków teorii ekonomicznej. Wykorzenienie działalności gospodarczej z tradycji i świata wartości prowadziło do różnego rodzaju determinizmu w teorii ekonomii: ziemi jako czynnika produkcji u fizjokratów, handlu zagranicznego – u merkantystów, kapitału u monetarystów, pracy u marksistów, wiedzy u scjentystów i wielkiej modernizacji.

Termin „przedsiębiorczość” wszedł do obiegu naukowego za sprawą dwóch Francuzów: Bernarda F. de Belidona i J.B. Saya. Pierwszy z nich jako przedsiębiorczego określił takiego kupca, który kupuje pracę i materiały po niepewnej, zmiennej cenie i sprzedaje ich rezultat, produkt, po wcześniej określonej cenie. Drugi – za przedsiębiorcę uznawał tego biznesmena, który inwestował swoje dzisiejsze zasoby w nieznaną i nierozpoznawalną przyszłość. Oba te określenia wiązały przedsiębiorczość z zarządzaniem ryzykiem. W pierwszym przypadku z jego akceptacją, aby uzyskiwać zysk nadzwyczajny, w drugim z dywersyfikacją wystawionej na ryzyko działalności.

Na tym tle wyróżnia się koncepcja przedsiębiorcy jako ogniwa spajającego wysiłki wynalazcy i bankiera na rzecz rozwoju gospodarczego stworzona przez Schumpetera. Przedsiębiorcami są jedynie te podmioty gospodarcze, które realizują nowe kombinacje czynników produkcji i są aktywnymi uczestnikami takich procesów. Przedsiębiorczość, która na początku XX wieku była w teorii Schumpetera jedynie modelem teoretycznym, stała się w XXI wieku faktem społecznym o rosnącej doniosłości¹. Co przyczyniło się do takiej dyfuzji przedsiębiorczości jako motoru napędowego rozwoju gospodarczego?

Wśród wielu czynników dyfuzji przedsiębiorczości warto zwrócić uwagę na trzy. Pierwszy to profesjonalizacja tworzenia i realizacji innowacji. Drugi to upowszechnienie i umiędzynarodowienie profesjonalnego pośrednictwa finansowego. Trzeci to oparcie rozwoju gospodarczego o wiedzę.

Profesjonalizacja tworzenia i realizacji innowacji. Zorganizowana przedsiębiorczość

Przedsiębiorczość jest to umiejętność przekraczania ustalonych granic, tworzenia nowych produktów i usług na nowe rynki zbytu. Przedsiębiorczość jest przypisywana jednostkom, czasem małym grupom społecznym. Niekiedy mówi się o przedsiębiorczości mniejszości religijnych lub obyczajowych i narodowych. Przedsiębiorczość jest jednak coraz częściej postrzegana jako właściwość pewnego rodzaju sieci. Bliskość przestrzenna B+R tworzy masę krytyczną niezbędną dla dokonania przełomu.

Procesy innowacyjne nie przebiegają tak, jak postęp naukowo-techniczny: w logicznym porządku – od badań podstawowych, przez badania stosowane do wdrożeń². Oświeceniową wiarę, że wynalazek rodzi potrzebę jego urzeczywistnienia, zastąpiono przekonaniem, że marka przykuje uwagę potencjalnego konsumenta i zrodzi innowację zaspokajającą nowo powstałą potrzebę.

Obok sporu o to, co było wcześniej – jajko czy kura, podaż innowacji czy popyt na innowacje uwagę praktyków i teoretyków zaprzęta rola państwa i rynku w kreowaniu i urzeczywistnianiu przedsiębiorczości i innowacji. Odmienne podejścia do pobudzania i realizacji innowacji wyraża z jednej strony polityka przemysłowa, z drugiej fundusze inwestycyjne typu *venture capital*. Polityka przemysłowa jest sztuką wyboru tych technologii, które dadzą

¹ J.K. Solarz, *Modele przedsiębiorczości. Doświadczenia USA i Japonii*, Instytut Gospodarki Narodowej, Warszawa 1990, s. 270.

² J.K. Solarz, *Innowacje w organizacjach gospodarczych*, PWE, Warszawa 1981, s. 170.

państwu trwałą przewagę w sferze obronności i konkurencji na globalnym rynku. Fundusze *venture capital* występują w dwóch formach: „wilka” i „wampira”. Wilk obserwuje ekosystem i eliminuje z niego osobniki słabe, niezdolne do rozrodu. Fundusze podwyższonego ryzyka wypatrują źle zarządzane przedsiębiorstwa, przejmują je wrogo przy pomocy środków pozyskanych drogą emisji obligacji i doprowadzają do efektywnej alokacji czynników wytwórczych. O sukcesie *venture capital* decyduje umiejętność łączenia inżynierii finansowej z profesjonalnym zarządzaniem. Słabością funduszy inwestycyjnych tego typu jest cykliczność gospodarki i okresowy brak płynności na rynku nieruchomości. Brak aktywnej antycyklicznej polityki państwa powoduje nakładanie się – na niesprawność rynku nakłada się niesprawność państwa. Powstaje próba przerzucenia na podatników ryzyka przedsiębiorczości. Koncepcja grupy funduszy *venture capital*, zwanej Krajowym Funduszem Kapitałowym, nie uwzględnia zasady „ryzyko za zyski”, płynność za bezpieczeństwo. W ramach pola dostępnych wyborów działają fundusze hedgingowe, profesjonalne w dowolnym zakresie ryzyka i w każdej fazie cyklu koniunkturalnego.

W warunkach niskiej inflacji i niskiej deflacji szczególnego znaczenia nabierają fundusze *venture capital* zachowujące się jak „wampir”. Wówczas na plan pierwszy wysuwa się umiejętność zarządzania płynnością finansową. Ten, kto ma „żywą” gotówkę jest panem sytuacji. Wysoka rentowność bez płynności to wypadnięcie z rynku, na którym jest olbrzymia nadwyżka podaży nad popytem i wielkie zapasy gotowych towarów i usług. Nic dziwnego, że „wampiry” napadają na dobre przedsiębiorstwa, flagowe marki budujące zręby gospodarstwa narodowego. Opór przed wrogim przejęciem jest w tej sytuacji działaniem racjonalnym i nie stanowi oznaki nacjonalizmu gospodarczego.

Przytoczone obserwacje prowadzą do wniosku, że przedsiębiorczość zagości w Polsce na stałe, jeśli powstanie infrastruktura, w którą obok instytucji kredytowych wejdą państwowe banki rozwojowe, fundusze typu *venture capital* oraz rodzime fundusze hedgingowe. Aby zorganizowana przedsiębiorczość zaczęła odgrywać istotną rolę w naszym potencjale rozwojowym, muszą powstać uczelniane parki inżynierii finansowej. Studenci uczelni ekonomicznych muszą się uczyć zarówno głównego nurtu teorii ekonomii, finansów i zarządzania oraz towaroznawstwa. Jedynie kompleksowe wykształcenie ekonomiczne pozwoli przełamać brak dynamiki innowacyjności i przedsiębiorczości w naszej gospodarce.

Profesjonalizacja pośrednictwa finansowego. Wykluczenie w dostępie do usług finansowych

W okresie pomiędzy Arystotelesem a Schumpeterem bankierzy obsługiwali głównie gminy wyznaniowe, z których się wywodzili oraz rodziny dobrze urodzonych. Pierwsza fala globalizacji rynków finansowych (1840–1913) zwiększyła dostępność usług finansowych w wyniku rozwoju państwowych banków rozwojowych, komunalnych kas kredytowych i sieci towarzystw ubezpieczeń wzajemnych. Druga fala globalizacji rynków finansowych (od roku 1973 do chwili obecnej) ustabilizowała odsetek pozbawionych dostępu do usług finansowych na poziomie 20% w USA i 30% średnio w Unii Europejskiej.

Wykluczenie w dostępie do profesjonalnego zarządzania ryzykiem finansowym wywołuje zaniepokojenie Komisji Europejskiej. *Strategia Lizbońska* podkreśla, że swobodny dostęp do usług finansowych jest warunkiem skutecznej walki z bezrobociem, wykluczeniem społecznym oraz ubóstwem i stanowi o potencjale rozwoju. Specjalne programy walki z wykluczeniem

w dostępie do profesjonalnych usług finansowych opracowano w Wielkiej Brytanii, Holandii, Francji, Finlandii, Belgii i Niemczech³.

Najnowsze badanie Pentora na reprezentatywnej próbie dorosłych obywateli Polski wykazało, że zaledwie 54% Polaków korzysta z usług bankowych. Na 46% wykluczonych w dostępie do usług bankowych składa się:

- 12% takich, którzy nie korzystają i nie zamierzają korzystać z bankowych usług. Najpewniej korzystają oni ze Spółdzielczych Kas Oszczędnościowo-Kredytowych, lombardów lub pośredników pożyczkowych zorganizowanej przedsiębiorczości;
- 11% takich, którzy korzystali w przeszłości, ale już nie korzystają. Jest to grupa niejednorodna, którą tworzą zarówno ci, którym grozi upadłość konsumencka, jak i ci, którzy uznają pożyczki za oznakę niegospodarności;
- 11% takich, którzy zamierają korzystać z usług bankowych. Ich wykluczenie ma charakter ekonomiczny lub prawny;
- 9% takich, którzy nie korzystali w przeszłości i nie korzystają obecnie, gdyż nie ma dla nich oferty ze strony banków.

Respondenci uważają usługi i produkty bankowe za zbyt dla nich skomplikowane. Często wskazywali, iż czują się zagubieni na rynku finansowym, oceniając swoją wiedzę o produktach i usługach bankowych relatywnie nisko. Na tym tle dodatkowo wyróżniają się studenci, mający dostęp do profesjonalnego zarządzania ryzykiem finansowym w 83%⁴.

Dostęp do profesjonalnych usług bankowych jest:

- niezbędny: w wielu dziedzinach życia nie można uczestniczyć w społeczeństwie obywatelskim bez dostępu do usług bankowych (przykładem są transfery prywatne, inwestycje, świadczenia socjalne);
- warunkiem koniecznym dla zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych, zatrudnienia, działalności charytatywnej;
- rosnący w obliczu ograniczenia dostępu do państwa dobrobytu.

Brak dostępu do profesjonalnych usług finansowych prowadzi do:

- trwania znacznej strefy szarej gospodarki uchylającej się od płacenia podatków;
- korzystania z usług finansowych zorganizowanej przestępczości i wykorzystywania systemu bankowego do prania brudnych pieniędzy;
- ucieczki oszczędności za granicę i migracji zarobkowej, która prowadzi do utraty bazy podatkowej w kraju.

Błędne decyzje finansowe w gospodarstwach domowych prowadzą do bardzo poważnych zaburzeń w funkcjonowaniu społeczeństwa, np. bezdomności, upadłości konsumenckiej, rozpadu rodziny.

Poziom kompetencji finansowej określa potencjał rozwojowy kraju

Od połowy lat 90. ubiegłego wieku truizmem jest teza, że aktywa niematerialne, takie jak wizja, strategia, umiejętności, innowacyjność, układy nieformalne i wiedza w coraz większym stopniu decydują o dobrobycie i sukcesie na konkurencyjnym rynku. W przypadku

³ H. Feltse, *Combating Financial Exclusion*, European Commission 2006.

⁴ E. Więclaw, *Zadowoleni z banków*, „Rzeczpospolita” z 30 kwietnia – 1 maja 2007 r.

przedsiębiorczości można uznać za aktywa niematerialne również kompetencję finansową społeczeństwa. Kompetencja finansowa jest zasobem informacji o instrumentach finansowych i zasadach funkcjonowania rynku finansowego i instytucji finansowych, która może zostać przetworzona w zdatną do użycia wiedzę, dostępną dla wszystkich, którzy mogliby ją stosować. Proces budowy kompetencji finansowej nazywany jest edukacją finansową. Rada OECD wydała w lipcu 2005 r. 26 zaleceń w sprawie edukacji finansowej. Edukacja finansowa jest rozumiana jako proces, w trakcie którego konsument i inwestor doskonali swoje zrozumienie istoty produktu finansowego, koncepcji i ryzyka oraz pozyskują informacje lub obiektywną poradę i rozwijają umiejętności oceny ryzyka i szans, tak by móc dokonać samodzielnego wyboru.

Polem do szczególnego nasilenia edukacji finansowej są pułapki nadmiernego zadłużenia przy wykorzystaniu kart kredytowych oraz współczesne systemy emerytalne. Zadłużenie gospodarstw domowych nieprowadzących działalności gospodarczej może uniemożliwiać spłatę długów z bieżących dochodów. Zagrożenie uznaje się za istotne, gdy łączne długi przekraczają 20% dochodów netto gospodarstwa domowego⁵.

Celem edukacji finansowej nie jest dublowanie działań prewencyjnych odpowiedzialnych organów nadzoru nad systemem finansowym oraz dublowanie edukacji konsumenckiej. Programy edukacji finansowej mają być ukierunkowane na ustalenie w grupie docelowej oczekiwanego poziomu kompetencji finansowej. Rosnąca złożoność instrumentów finansowych wymaga adekwatnego poziomu przygotowania ich użytkowników.

Na kompetencje finansowe składają się:

- wiedza o finansach i zrozumienie zasad funkcjonowania systemów finansowych, w tym znajomość podstawowych faktów – 6%, przestrzeganie prostych instrukcji 23%;
- umiejętności finansowe oraz umiejętność stosowania wiedzy w praktyce, w tym podejmowanie dobrych decyzji – 34% i przewidywanie ich następstw – 17%;
- odpowiedzialność finansowa, umiejętność trafnego integrowania podejmowanych decyzji w czasie i w przestrzeni – 7%⁶.

Przy ocenie kompetencji finansowej trzeba pamiętać o obłanych egzaminach z matematyki finansowej, o braku nauki finansów w programach nauczania w szkolnictwie podstawowym, średnim i wyższym.

O skali potrzeb świadczy działalność sieci Obywatelskiego Doradztwa Finansowego w Wielkiej Brytanii. W ciągu roku udziela się ponad 5 milionów porad w blisko 3,5 tys. miejsc w kraju. W tej sieci uczestniczy ponad 20 tys. wolontariuszy, którzy wierzą, że poinformowany klient pośrednika finansowego to klient dobrze zabezpieczony od ryzyka.

W Wielkiej Brytanii opracowano Strategię Budowania Kompetencji Finansowej, której realizację powierzono Komisji Nadzoru Finansowego. W Kanadzie podobny tematycznie program jest organizowany pod auspicjami rzecznika praw konsumenta usług bankowych. W Stanach Zjednoczonych uruchomiono w Ministerstwie Skarbu specjalną, wolną od opłat linię internetową i centrum telefonicznie, gdzie można uzyskać pomoc w języku hiszpańskim i angielskim przy wyborze usług finansowych.

⁵ W. Szpringer, *Upadłość konsumencka. Inspiracje z rozwiązań światowych oraz rekomendacje dla Polski*, CeDeWu, Warszawa 2006.

⁶ *Why Financial Capability Matters*, Ottawa 2005, s. 14.

Doświadczenia zagraniczne są dobrym punktem wyjścia dla krajowego programu edukacji finansowej. Społeczeństwo ryzyka systemu finansowego musi rozpoznawać poszczególne typy ryzyka oraz przewidywać niekorzystne następstwa nakładania się ich na siebie. Edukacja finansowa musi się zacząć od szkoły podstawowej. Musi być wspierana przez tematyczne strony internetowe i kalkulatorki finansowe, do przećwiczenia operacji finansowych. Należy propagować system wczesnego ostrzegania o zagrożeniu oszustwem lub innymi formami ryzyka operacyjnego, ryzyka rynkowego i ryzyka kredytowego, w szczególności pożyczek udzielanych przy pomocy kart bankowych.

Kompetencja finansowa przekłada się na możliwe do zaobserwowania zachowania, takie jak:

- zarządzanie pieniędzmi z dnia na dzień;
- planowanie budżetów rodzinnych z wyprzedzeniem;
- dobór produktów i instytucji finansowych;
- poszukiwanie informacji, porady, potwierdzenia bezpieczeństwa.

Obywatele kompetentni w usługach finansowych potrafią:

- zarządzać swoimi pieniędzmi;
- planować swój budżet rodzinny;
- dokonywać wyboru oferty usług;
- przyjmować porady bezstronnych i uczciwych doradców finansowych.

Należy jednak pamiętać, że edukacja na rzecz kompetencji finansowych nie jest w stanie:

- zlikwidować barier dostępu do usług wynikających z historii kredytowej;
- wyeliminować z obrotu gospodarczego jego nieuczciwych uczestników,
- zastąpić działania nadzoru nad instrumentami i instytucjami finansowymi;
- zniwelować braku oferty usług dla mało zamożnych i początkujących przedsiębiorców.

Ważnym przełomem w kształtowaniu edukacji finansowej jest *Dyrektywa o Ryнку Instrumentów Finansowych*, wchodząca w życie jesienią br., która nakłada obowiązek na profesjonalnych pośredników finansowych dokonania rozróżnienia na zawodowców i amatorów. W przypadku bankowości inwestycyjnej rozróżnienie na detalistów i hurtowników bywa trudne. Nic dziwnego, że władze nadzorcze opracowują szczegółowe instrukcje, jak dokonać niezbędnych rozróżnień między instytucjami finansowymi i ich klientami.

Ważnym kierunkiem działań na rzecz edukacji finansowej jest promowanie badań behawioralnych, psychologicznych i socjologicznych nad funkcjonowaniem rynków finansowych.

Na podstawie powyższych rozważań można sformułować następujące wnioski:

- a) Większość analiz dotyczących poznawczych i praktycznych aspektów przedsiębiorczości ma charakter makro- lub mikroekonomiczny. W pierwszym przypadku tworzone są warunki do „zasysania” lub „popychania” innowacji i przedsiębiorczości. W drugim przypadku kształtowane są sylwetka absolwenta i jego szanse na sukces w roli przedsiębiorcy.
- b) Analiza porównawczo-instytucjonalna jest prowadzona na poziomie mezzoeconomicznym. Wówczas najważniejsza jest kompetencja finansowa wśród Polaków. Jej niedostateczny poziom jest jedną z najistotniejszych barier rozwoju przedsiębiorczości w naszym kraju.
- c) Niezbędne są badania podstawowe nad funkcjonowaniem rynków finansowych prowadzone przez psychologów i socjologów. Przedsiębiorczość jest fenomenem ponaddiscyplinarnym i wymaga holistycznego podejścia.

- d) Konieczne są badania operacyjne nad zarządzaniem ryzykiem systemowym. Bez ustalenia zasad funkcjonowania sztabu zarządzania kryzysowego trudno jest wzbudzić poczucie bezpieczeństwa obrotu gospodarczego.
- e) Niezbędne są badania wdrożeniowe nad wprowadzeniem bezgotówkowego obrotu gospodarczego, nad usprawnieniem obsługi sektora finansów publicznych oraz rozwojem systemu edukacji finansowej.
- f) Prawo do profesjonalnego zarządzania ryzykiem finansowym należy zaliczyć do praw obywatelskich każdego mieszkańca Europy. Bez tego prawa globalizacja rynków finansowych będzie prowadzić w warunkach liberalizacji przepływów kapitałowych do polaryzacji społeczeństwa na rosnącą grupę wykluczonych oraz większość zadowolonych klientów banków.

Bibliografia

- H. Feltesse, *Combating Financial Exclusion*, European Commission 2006.
J.K. Solarz, *Innowacje w organizacjach gospodarczych*, PWE, Warszawa 1981.
J.K. Solarz, *Modele przedsiębiorczości. Doświadczenia USA i Japonii*, Instytut Gospodarki Narodowej, Warszawa 1990.
W. Szpringer, *Upadłość konsumencka. Inspiracje z rozwiązań światowych oraz rekomendacje dla Polski*, CeDeWu, Warszawa 2006.
Why Financial Capability Matters, Ottawa 2005.
E. Więclaw, *Zadowoleni z banków*, „Rzeczpospolita” z 30 kwietnia – 1 maja 2007 r.

Abstract

Knowledge makes the money go round. Considering the fact that financial markets are becoming increasingly sophisticated and households take more responsibility for financial decisions, especially in the field of entrepreneurship, financially educated individuals are necessary to ensure sufficient levels of investor and consumer protection as well as the smooth functioning, not only of financial markets, but also the economy.

Nota o Autorze

Autor jest prorektorem Akademii Finansów. Jest autorem monografii poświęconych zarządzaniu ryzykiem systemowym i komparatystyce systemów finansowych.

Polityka edukacyjna wobec potrzeb rynku pracy

Zmiany, jakie następowały w ostatnich latach na rynku pracy absolwentów szkół wyższych, doprowadziły do dysproporcji między podażą i popytem w ujęciu ilościowym i strukturalnym. Główną przyczyną tego stanu jest niedostosowanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy. Trudności potęguje fakt nieskoordynowania systemu edukacyjnego z dynamicznie zmieniającymi się potrzebami pracodawców. Sytuacja ta wymaga podjęcia zdecydowanych działań dostosowawczych w ramach nowej polityki edukacyjnej, między innymi: zmiany modelu edukacyjnego, wyprzedzającego, a więc strategicznego podejścia do określania struktury kierunków, specjalności oraz programów kształcenia, większej skłonności szkół wyższych do elastycznego reagowania na progностyczne zapotrzebowanie rynku pracy oraz wzmocnienia edukacji ustawicznej dla dorosłych.

Zmiany na rynku pracy absolwentów szkół wyższych w Polsce

Na rynku pracy absolwentów szkół wyższych nastąpiły istotne zmiany. W minionym dziesięcioleciu ponadczterokrotnie wzrosła liczba absolwentów szkół wyższych, wchodzących na rynek pracy. Było to skutkiem przede wszystkim ponaddwukrotnego wzrostu współczynnika skolaryzacji dla szkolnictwa wyższego, a także wyżu demograficznego z przełomu lat 70. i 80. Zmieniła się również struktura absolwentów szkół wyższych, wśród których zdecydowanie dominują absolwenci nauk społecznych, biznesu i prawa. Stanowią oni ponad połowę osób opuszczających mury uczelni. Zmianom ilościowym towarzyszy powszechne przekonanie, że jakość, niejednokrotnie w pośpiechu zdobywanego wykształcenia, może budzić uzasadnione zastrzeżenia¹.

Równocześnie pojawiło się zjawisko niedopasowania struktury podaży i popytu na pracę pod względem ukończonych kierunków studiów, co wyraża się nasyceniem rynku specjalistami w wielu dziedzinach, przy niezaspokojonym zapotrzebowaniu na absolwentów kierunków technicznych. Sytuacji takiej nie można tłumaczyć wyłącznie wyborami dokonywanymi przez młodzież. Na ich decyzje w znacznym stopniu wpływa dostępność kierunków studiów, a ta zależy

¹ E. Gorczycka, Zarządzanie kapitałem intelektualnym słuchaczy zaocznych studiów magisterskich, „Edukacja ekonomistów i menedżerów” 2006, nr 4, SGH, s. 175.

od kosztów kształcenia. To z tego powodu w prywatnych szkołach wyższych 80% słuchaczy studiuje zarządzanie i marketing². Także niskie nakłady na edukację publiczną promują rozwój tanich kierunków kształcenia i tanich form, tj. studia niestacjonarne o skróconym wymiarze czasu pracy.

W rezultacie doszło do dysproporcji między podażą i popytem na pracę absolwentów, w ujęciu ilościowym i strukturalnym. Świadczy o tym dobitnie wysoki, najwyższy w UE, poziom bezrobocia, w tym szczególnie osób młodych w wieku 20–24 lata (także z wyższym wykształceniem). Wskaźniki bezrobocia dla tych grup przekraczały dwukrotnie średnią w UE. Bezrobotni w tej grupie wiekowej stanowili w 2005 r. 38,5%³. Poza zatrudnieniem pozostawało 626,1 tys. zarejestrowanych bezrobotnych do 24. roku życia, co stanowiło 11% ludności w tym wieku i oznaczało, że co dziesiąty młody człowiek w tej grupie wiekowej nie mógł znaleźć pracy. Nieco lepsza sytuacja dotyczy osób w wieku 25–29 lat, których stopa bezrobocia wynosiła w 2005 roku 21,2%.

Te niekorzystne zjawiska występują pomimo podejmowania wielu inicjatyw, służących aktywizacji absolwentów oraz ułatwianiu podejmowania pracy, na przykład program *Pierwsza praca, Absolwent, Inkubator przedsiębiorczości* itp. W ostatnich latach dokonano również szeregu zmian w prawie pracy, polityce społecznej, systemie ubezpieczeń itp., służących tym celom. Godnym odnotowania jest projekt ustawy, zakładający preferencje dla pracodawców, którzy zdecydują się na zatrudnienie absolwenta, polegające na zwolnieniu całkowitym w pierwszym roku zatrudnienia i częściowym w drugim roku, z opłat na ubezpieczenia emerytalne, rentowe i wypadkowe. Działania te nie są skuteczne, ponieważ zasadniczą przyczyną tego zjawiska jest niewątpliwie fakt, że kształci się nie tych, którzy są potrzebni na rynku pracy. Problem ten wyraża się dwoma odmiennymi tendencjami.

Potencjał osób z wyższym wykształceniem nie odpowiada popytowi w ujęciu strukturalnym. Szkolnictwo wyższe traktowane było i jest przez władze państwowe jako swoisty amortyzator rynku pracy. W rezultacie wymknęło się spod świadomego kształtowania i doszło do „nadprodukcji” absolwentów w niektórych zawodach i specjalnościach. Równocześnie przewidywany jest niedobór absolwentów średnich szkół zawodowych⁴. Jest to przede wszystkim konsekwencją przyjętego systemu kształcenia średniego. W Polsce przyjęto strukturę kształcenia średniego według formuły 80–20 (tzn. 80% stanowią uczniowie liceów ogólnokształcących, 20% szkół zawodowych). Tymczasem w większości państw gospodarczo rozwiniętych dominuje model 30–70 (30% szkoły ogólnokształcące, 70% szkoły zawodowe i techniczne). Przeciętnie w UE 60% uczniów uczy się w szkołach zawodowych, a 40% w ogólnokształcących. Poza tym w krajach zachodnich zmniejsza się zainteresowanie młodzieży zawodami technicznymi, a także tradycyjnymi zawodami rzemieślniczymi. Otwiera to przed naszymi specjalistami szerokie możliwości. Jak pokazują współczesne realia, niedobór nie sprowadza się tylko do często wymienianych dziedzin IT, lecz także całej sfery usług. Ministerstwo Nauki w USA szacuje, że 60% nowych rodzajów prac w XXI wieku wymagać będzie umiejętności posiadanych przez 20% potencjalnych pracowników⁵.

² G. Grotkowska, M. Socha, U. Sztanderska, *Elastyczność zatrudnienia a bezpieczeństwo socjalne na rynku pracy. Doświadczenia Polski*, MOP, Budapeszt 2005, s. 54.

³ *Rocznik Statystyczny 2006*, GUS, Warszawa 2006, s. 252.

⁴ M. Kabaj, *Prognoza podaży i popytu absolwentów według poziomów wykształcenia*, Warszawa 2004, maszynopis.

⁵ *Before It's Too Late*, National Commission on Mathematics and Science Teaching for the 21st Century, U.S. Department of Education, 2000.

Od kilku lat nie zmieniają się w sposób istotny preferencje polskiej młodzieży w kwestii wyboru zawodów. Podczas gdy struktura zapotrzebowania ulega dynamicznym zmianom. Według wyrażanych niekiedy poglądów, problem rozwiąże się sam wówczas, gdy nastąpi w sposób zauważalny dla społeczeństwa rozwój nowych dziedzin gospodarki, a tym samym odczuwalne zapotrzebowanie na nowe zawody i specjalności. Zmiany w popycie spowodują zmiany w wyborze preferencji zawodowych. Jest to przejaw dogmatycznej wiary, że wolny rynek, w tym przypadku rynek pracy, jest najlepszym regulatorem i samoczynnie nastąpi dostosowanie struktury zawodowo-kwalifikacyjnej do popytu na pracę. Przy takim założeniu struktura kierunków kształcenia jest wypadkową opóźnionych sygnałów rynkowych i indywidualnych, nie zawsze racjonalnych, preferencji, a nie obiektywnego zapotrzebowania gospodarki. Założenia tego nie można zaakceptować w żadnym przypadku, ze względów ekonomicznych, biorąc pod uwagę koszt kształcenia, na przykład lekarzy czy inżynierów, a także społecznych – kosztem w tym przypadku jest frustracja wielu tysięcy ludzi z „tak zwanym” wyższym wykształceniem, niemogących znaleźć pracy lub wykonujących prace proste, rutynowe.

W rezultacie pojawiło się zjawisko „eksportu” wykwalifikowanych pracowników, a także niedobór pracowników niektórych specjalności na polskim rynku pracy. Najnowsze badanie opinii studentów wykazuje, że dominująca większość (83%) jest zdecydowana na realizację kariery w Polsce po ukończeniu studiów⁶. Jedynie 17% respondentów planuje karierę zawodową za granicą po ukończeniu studiów. Wśród osób, które są zdecydowane na wyjazd z Polski po ukończeniu studiów, ponad 40% planuje wyjazd za granicę na okres krótszy niż 24 miesiące. 14% respondentów nie planuje powrotu do Polski, a blisko 20% nie podjęło jeszcze ostatecznej decyzji.

Optymizmem napawa zjawisko najszybszego ograniczenia poziomu bezrobocia w ostatnich latach w grupie wiekowej 15-24 lata. Tej korzystnej zmiany nie można przypisać jedynie wpływowi migracji, gdyż równocześnie poprawia się stopa aktywności w wieku 15–24 lata z 32,5% w roku 2004 do 35,1% w 2005, a także rosną wskaźniki zatrudnienia, analogicznie z 18,8% do 23,0%⁷. Oznacza to, że większa grupa młodych Polaków łączy naukę z pracą, ale być może część zrezygnowała z podjęcia studiów. W roku szkolnym 2005/2006 udział młodzieży uczącej się w grupie wiekowej 19–24 wynosił 54,8% i wzrósł w stosunku do roku poprzedniego o 0,4%, podczas gdy w latach ubiegłych wzrost był kilkuprocentowy (w roku szkolnym 200/2001 uczyło się 45,4% ludności tej grupy wiekowej)⁸.

Oczekiwania pracodawców determinantą polityki edukacyjnej

Peter Drucker w latach 90. XX wieku identyfikował przedsiębiorczość wyłącznie z przedsiębiorcą i przedsiębiorstwem. Rozumiejąc pod tym pojęciem cechę, która oznacza *gotowość i zdolność do podejmowania i rozwiązywania w sposób twórczy i nowatorski nowych problemów, umiejętność wykorzystywania pojawiających się szans i okazji do elastycznego przystosowania się do zmieniających się warunków*⁹. Tymczasem współczesność wskazuje, że przedsiębiorczość

⁶ T. Rostkowski, *Start w karierę.PL. Opinie studentów biorących udział w projekcie*, SGH, PSZK, Warszawa 2007, s. 3.

⁷ Tamże, s. 234.

⁸ Tamże, s. 343.

⁹ P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 34–35.

jest jedną z ze szczególnie pożądanых cech, stwarzającą szansę na sukces w życiu, niezależnie od charakteru wykonywanej pracy i zajmowanego stanowiska¹⁰.

W organizacjach XXI wieku, pracodawcy cenią u pracowników, przede wszystkim innowacyjność, pojmowaną jako aktywne poszukiwanie możliwości wprowadzenia korzystnych dla firmy i jej klientów zmian, oraz elastyczność. Ta ostatnia cecha powinna przejawiać się między innymi w większej niż dotychczas skłonności do wykonywania pracy w innych formach zatrudnienia, poza umową o pracę, a więc w formie umów zlecenia, czy pracy w oparciu o własną działalność gospodarczą, na zasadach samozatrudnienia. Eksponowane przez pracodawców cechy stanowią główne komponenty przedsiębiorczości, definiowanej przez Rachwał jako zespół cech osobowości człowieka, takich jak aktywność, zapał do pracy, inicjatywa, kreatywność, podzielność uwagi, zdolność do koncentracji, pewność siebie, samodyscyplina, skłonność do wyważonego ryzyka i brania odpowiedzialności za siebie i innych oraz posiadana intuicja i umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej, kierowania sobą i innymi, podejmowania decyzji¹¹. Badanie wymagań polskich pracodawców określanych w procesie doboru, potwierdza znaczenie wyżej wymienionych składowych przedsiębiorczości, które można pogrupować w pięć obszarów kompetencji uniwersalnych:

1. kreatywność,
2. współpraca z innymi: a) zdolności interpersonalne, b) umiejętność zarządzania konfliktem, c) umiejętności negocjacyjne, d) odporność na stres, e) kultura osobista;
3. komunikowanie się: a) znajomość języków obcych, b) komunikatywność, c) opracowanie raportów;
4. organizacja pracy: a) zdolności organizacyjne, b) umiejętność angażowania się w kilka projektów równocześnie, c) praca w zespole, d) dobra organizacja pracy, e) dyspozycyjność, f) silna motywacja i zaangażowanie, g) samodzielność w działaniu;
5. umiejętności analityczne: a) umiejętności analizy statystycznej, b) umiejętności analityczne;
6. wykorzystanie wyposażenia stanowiska pracy: a) obsługa sprzętu biurowego, b) obsługa PC (Office)¹².

Dodatkowym czynnikiem komplikującym jest rozbieżność oczekiwań pracodawców i absolwentów poszukujących pracy¹³. Analiza postaw studentów zaocznych wskazuje, że rzadko cechuje ich aktywność, chęć rzucenia wyzwania, podjęcia ryzyka, przebojowość¹⁴. Badania wykazują, że blisko 15% studentów studiów dziennych nie zna swoich planów rozwojowych – nie opracowało planu kariery, a jedynie 10% dysponuje planem opracowanym na najbliższe 5 lat¹⁵. Także tylko część studentów zaocznych, nawet tych z wieloletnim doświadczeniem zawodowym, wypracowało strategię własnej kariery zawodowej i konsekwentnie ją realizuje¹⁶.

¹⁰ T. Rachwał, *Cele i treści kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych*, [w:] J. Brdulak, M. Kulikowski (red.), *Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego*, Instytut Wiedzy, Warszawa 2004, s. 264.

¹¹ Tamże.

¹² Badania polegały na analizie 522 ogłoszeń rekrutacyjnych opublikowanych od stycznia do lipca 2003 roku. Zob.: T. Rostkowski, *Wymagania rekrutacyjne pracodawców 2003. Raport z badań*, SGH, HRK Partners, Warszawa 2003.

¹³ D. Kopycińska (red.), *Kapitał ludzki w gospodarce*, PTE, Szczecin 2003, s. 126.

¹⁴ E. Gorczycka, dz. cyt., s. 183.

¹⁵ T. Rostkowski, *Start w karierę...*, dz. cyt., s. 2.

¹⁶ E. Gorczycka, dz. cyt., s. 183.

Tymczasem, uzasadnionym jest oczekiwanie, aby większość populacji studentów dysponowała planem kariery. Dzięki temu możliwy byłby optymalny wybór drogi zawodowej i konsekwentny, świadomy rozwój kompetencji (wiedzy, umiejętności i doświadczenia) pożądanych dla realizacji ścieżki kariery. Kolejnym problemem jest niewielka elastyczność zatrudnienia absolwentów szkół wyższych w zawodzie innym niż wyuczony.

Wydaje się, że system edukacyjny w Polsce w niewystarczającym stopniu reaguje na dynamicznie zmieniające się potrzeby i oczekiwania pracodawców. Zmiany w strukturze kierunków i specjalności kształcenia, w programach szkolnych, następują zdecydowanie zbyt późno w stosunku zmian na rynku pracy. O profilu kształcenia decydują często zasoby kadrowe poszczególnych szkół, niekiedy partykularne interesy nauczycieli lub samorządów lokalnych. Programy nauczania, zdecydowanie przeładowane materiałem faktograficznym, nie uwzględniają na przykład faktu, że:

- pracę otrzymuje się w 70% dzięki wiedzy fachowej i w 30% dzięki kompetencjom społecznym, traci się zaś w 70% z braku kompetencji społecznych i w 30% z braku kwalifikacji merytorycznych;
- według szacunków, od 7% do 25% całej populacji dorosłych Polaków można uznać za niekompetentnych społecznie. Również badania porównawcze w UE wskazują, na braki umiejętności społecznych naszej młodzieży (na przykład umiejętności współpracy w zespole).

Nieodżowne jest więc zwrócenie w programach kształcenia szczególnej uwagi na kształtowanie cech i umiejętności kreujących w najwyższym stopniu przedsiębiorczość oraz odpowiadających na zapotrzebowanie rynku pracy. Dlatego celowe jest proaktywne, wyprzedzające, a więc strategiczne, podejście do określania struktury kierunków, specjalności oraz programów kształcenia.

Działania dostosowujące ofertę edukacyjną do potrzeb rynku pracy

Strategia Rozwoju Kraju na lata 2007–2015 zakłada konieczność dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy, poprzez:

- podniesienie jakości edukacji w szkołach na wszystkich szczeblach,
- przywrócenie rangi i jakości edukacji zawodowej,
- rozwój kształcenia ustawicznego,
- usprawnienie systemu prognozowania popytu na pracę¹⁷.

Realizacja powyższych założeń wymaga przede wszystkim nowej strategii edukacyjnej, opartej na modelu edukacyjnym dominującym w krajach dawnej Unii, to znaczy modelu 60–40, o którym była mowa wcześniej. Zmiana ta nie oznacza zagrożenia dla szkolnictwa wyższego, które powinno rozwijać się dalej dynamicznie, dążąc do przeciętnego poziomu w UE, z preferencjami dla nauk technicznych. Strategia edukacyjna niewątpliwie powinna uwzględniać prognozy zapotrzebowania na pracę według poziomów wykształcenia i zawodów. Rozwój szkolnictwa wyższego odpowiada wysokim aspiracjom edukacyjnym oraz skłonności do rozwoju, co przejawia się szczególnie zainteresowaniem Polaków studiami wyższymi.

¹⁷ *Strategia rozwoju kraju 2007–2015*, Warszawa 2007, s. 44.

Tabela 1. Założenia *Strategii Rozwoju Kraju 2007–2015* w zakresie szkolnictwa wyższego

Wskaźniki	UE-25 2005 rok	Polska 2005 rok	Polska 2015 rok
Odsetek osób z wykształceniem wyższym		13,9	18,0
Absolwenci na kierunkach matematycznych, przyrodniczych i technicznych (% absolwentów szkół wyższych ogółem)	12,6	9,4	25
Odsetek osób w wieku 25–64 lata uczących się i doksztalających	10,2	4,9	10

Źródło: *Strategia rozwoju kraju 2007–2015*, Warszawa 2007, s. 76

Niestety, wzrost współczynnika skolaryzacji i wysokie aspiracje Polaków nie przekładają się na odpowiednią jakość kapitału ludzkiego oraz jego właściwe wykorzystanie. Nie należą do rzadkości przypadki wykonywania pracy kierowcy, sprzedawcy itp. przez absolwentów szkół wyższych II stopnia. Nieodczuwane są więc zmiany w oferowanych przez szkoły wyższe kierunkach i programach kształcenia, uwzględniające pojawienie się nowych zawodów i specjalności, a także zmiany oczekiwań pracodawców w kwestii preferowanych cech i zachowań. W tym celu konieczne są, po pierwsze – usprawnienie systemu prognozowania popytu na pracę oraz monitorowania bieżącej sytuacji na rynku pracy, a po drugie – skłonność szkół wyższych do elastycznego reagowania na prognostyczne zapotrzebowanie rynku pracy, odpowiednio do dynamicznych zmian w treści pracy.

Jednym ze sposobów zmniejszenia negatywnych skutków niedostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy jest wzmocnienie edukacji ustawicznej dla dorosłych. W tym zakresie dzieli nas od krajów członkowskich UE wielki dystans. W UE, według danych z 2004 roku, doksztalała się około 10% osób dorosłych, w Szwecji ponad trzykrotnie więcej (36%), podczas gdy w Polsce 5,5%. Plan na rok 2010 przewiduje osiągnięcie w UE poziomu 12,5%. Założenia *Strategii Rozwoju Kraju 2007–2015* przewidują dwukrotne zwiększenie liczby osób dorosłych uczących się z 4,9% do 10 %. Dzięki kształceniu ustawicznemu ludzie zdobywają dwie – trzy specjalności, są więc bardziej elastyczni kwalifikacyjnie, wzrasta ich mobilność zawodowa, a więc łatwość przekwalifikowania się i w ten sposób, mają zdecydowanie większe szanse na utrzymanie się aktywne na rynku pracy i ciekawą karierę zawodową.

Bibliografia

- Before It's Too Late*, National Commission on Mathematics and Science Teaching for the 21st Century, U.S. Department of Education, 2000.
- P.F. Drucker, *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- E. Gorczycka, *Zarządzanie kapitałem intelektualnym słuchaczy zaocznych studiów magisterskich*, „Edukacja ekonomistów i menedżerów” 2006, nr 4.
- G. Grodkowska, M. Socha, U. Sztanderska, *Elastyczność zatrudnienia a bezpieczeństwo socjalne na rynku pracy. Doświadczenia Polski*, MOP, Budapeszt 2005.
- M. Kabaj, *Prognoza podaży i popytu absolwentów według poziomów wykształcenia*, Warszawa 2004.
- D. Kopycińska (red.), *Kapitał ludzki w gospodarce*, PTE, Szczecin 2003.
- T. Rachwał, *Cele i treści kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych*, [w:] J. Brdulak, M. Kulikowski (red.), *Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego*, Instytut Wiedzy, Warszawa 2004.

Rocznik Statystyczny 2006, GUS, Warszawa 2006.

T. Rostkowski, *Start w karierę. PL. Opinie studentów biorących udział w projekcie*, SGH, PSZK, Warszawa 2007.

T. Rostkowski, *Wymagania rekrutacyjne pracodawców 2003. Raport z badań*, SGH, HRK Partners, Warszawa 2003.

Strategia rozwoju kraju 2007–2015, Warszawa 2007.

Abstract

Changes that have been happening in recent years on the college graduates' market led to the disproportion between supply and demand in both quantitative and structural point of view. The main reason of this condition is inappropriate adjustment of the educational offer to the current labour market needs. The difficulties are intensified by the lack of educational system that would be coordinated with dynamically changing employers' requirements. This situation requires undertaking of determined adjustment actions within new educational policy, inter alia: change of the educational model, strategic approach to defining the structure of courses, specialties and development programmes, greater propensity of colleges to flexible responding to the labour market prognostic demand, and reinforcement of lifelong learning for adults.

Nota o Autorce

Autorka jest profesorem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, kierownikiem Katedry Rozwoju Kapitału Ludzkiego SGH. Zajmuje się problematyką zarządzania zasobami ludzkimi. Jej zainteresowania dotyczą głównie tematyki motywowania pracowników oraz systemów wynagrodzeń. Jest autorką kilkanaście książek i licznych artykułów, np.: *Jak oceniać pracę. Od wartościowania stanowisk do wartościowania kompetencji* (współautor Ł. Sienkiewicz), Difin, Warszawa 2006.



Finansowanie przedsiębiorczości akademickiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Celem opracowania jest omówienie narzędzi wsparcia przedsiębiorczości akademickiej ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach systemu wdrażania funduszy strukturalnych w latach 2004–2006 oraz planowanego systemu na lata 2007–2013. W opracowaniu autor przedstawia także wyniki badań własnych realizowanych we współpracy z Urzędem Marszałkowskim województwa mazowieckiego.

Wsparcie przedsiębiorczości akademickiej wymaga szczególnego amalgamatu czynności, których docelowym efektem powinno być założenie przez studenta bądź absolwenta przedsiębiorstwa. W niniejszym opracowaniu przyjęto taki właśnie cel nadrzędny systemu wsparcia przedsiębiorczości akademickiej.

Decyzja o założeniu własnego przedsiębiorstwa jest decyzją trudną i wymagającą dużej odwagi. W ramach niniejszego opracowania przedstawiony zostanie najważniejszy, zdaniem autora, kompleksowy mechanizm wsparcia postaw przedsiębiorczych, finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Europejski Fundusz Społeczny jako instrument wsparcia przedsiębiorczości

Europejski Fundusz Społeczny (EFS) został utworzony w 1957 roku jako pierwszy fundusz strukturalny Wspólnot Europejskich na podstawie artykułu 123 Traktatu ustanawiającego Europejską Wspólnotę Gospodarczą. Finansowanie pierwszych działań ze środków tego funduszu strukturalnego nastąpiło od roku 1960. Praktycznie od początku istnienia ten potężny instrument finansowy wspierający rozwój społeczeństwa, zmierzał w kierunku zwiększenia szans pracowników na uzyskanie zatrudnienia, koncentrował się na zapobieganiu skutkom najważniejszych zmian społecznych.

W ciągu prawie półwiecznego istnienia instrument ten przeszedł liczne ewolucje dostosowujące go do zmian w sytuacji na rynku pracy w krajach Unii Europejskiej. Stał się także najważniejszym narzędziem wspierającym aktywną politykę zatrudnienia, a jego działania muszą być zgodne z celami Europejskiej Strategii Zatrudnienia. Przyjęcie założeń strategii (w tym czterech

filarów¹⁾ było swoistą cezurą i początkiem aktywnego kształtowania rynku pracy adekwatnego do wymagań współczesnej gospodarki.

Zmieniające się otoczenie makroekonomiczne wymusiło dostosowanie gospodarek państw Unii Europejskiej do wymogów nowoczesnej gospodarki, co znalazło swoje odzwierciedlenie w przygotowaniu *Strategii Lizbońskiej* i przedstawieniu ambitnych długookresowych celów ekonomicznych. Przyjęcie *Strategii* spowodowało zmiany w założeniach *Europejskiej Strategii Zatrudnienia*, odpowiadające założeniom i kierunkom ewolucji gospodarek Państw Unii Europejskiej²⁾.

Nie ulega wątpliwości, że jednym z ważniejszych zadań, przed jakimi stoi Europejski Fundusz Społeczny, jest wsparcie aktywnych zawodowo studentów bądź absolwentów zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą w formie mikroprzedsiębiorstwa. W ramach funkcjonującej architektury wsparcia postaw przedsiębiorczych Europejski Fundusz Społeczny wspiera finansowo poprzez umożliwienie dostępu osób zainteresowanych założeniem własnej działalności gospodarczej poprzez następujące mechanizmy:

- wsparcie szkoleniowe,
- wsparcie doradcze,
- wsparcie w postaci dotacji inwestycyjnych.

W ramach stworzonego w Polsce systemu wdrażania funduszy strukturalnych w latach 2004–2007 funkcjonuje liczna grupa Działań³⁾ umożliwiających dostęp do wymienionych powyżej form wsparcia przedsiębiorczości akademickiej. W grupie tej szczególną uwagę zwraca Działanie 2.5 *Promocja Przedsiębiorczości Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego* 2004–2006.

Celem Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006 jest tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności regionów oraz przeciwdziałanie marginalizacji niektórych obszarów w taki sposób, aby sprzyjać długofalowemu rozwojowi gospodarczemu kraju, jego spójności ekonomicznej, społecznej i terytorialnej oraz integracji z Unią Europejską.

Realizacja zamierzonego celu opiera się na trzech priorytetach o charakterze merytorycznym⁴⁾:

1. Priorytet 1 – *Rozbudowa i Modernizacja Infrastruktury Służącej Wzmacnianiu Konkurencyjności Regionów,*

¹⁾ Do czterech filarów Europejskiej Strategii Zatrudnienia należały: zwiększenie zdolności do zdobycia zatrudnienia, wsparcie przedsiębiorczości, zwiększenie zdolności adaptacyjnej pracowników i pracodawców oraz przeciwdziałanie nierówności społecznej na rynku pracy. Więcej patrz: <http://www.mpips.gov.pl/> Portal Internetowy Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, [20.05.2007].

²⁾ Cele koncentrują się na: osiągnięciu pełnego zatrudnienia, poprawie jakości i produktywności pracy oraz wzmocnieniu integracji i spójności społecznej. W ramach uszczegółowienia celów Rada Europejska przyjęła 10 wytycznych polityki zatrudnienia, zakładających: aktywne i prewencyjne działania na rzecz bezrobotnych i biernych zawodowo, tworzenie miejsc pracy i przedsiębiorczość, promocję adaptacyjności i mobilności na rynku pracy, promocję rozwoju kapitału ludzkiego i kształcenia ustawicznego, wzrost podaży pracy i promowanie aktywnego starzenia się, politykę równości szans dla kobiet i mężczyzn, wspieranie integracji i zwalczanie dyskryminacji osób znajdujących się w niekorzystnej sytuacji na rynku pracy, rozwijanie finansowych zachęt do podejmowania zatrudnienia, ograniczenie szarej strefy zatrudnienia oraz zmniejszanie regionalnych różnicowań w zatrudnieniu. Więcej patrz: Portal Internetowy Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, <http://www.mpips.gov.pl/>, [20.05.2007].

³⁾ Działanie obejmuje podstawowy obszar wsparcia, jest podstawową jednostką wsparcia ze strony funduszy strukturalnych i opisuje: konkretny i najczęściej enumeratywnie przedstawiony zakres czynności podlegających wsparciu – zakres projektu; grupę podmiotów, które mogą wystąpić z propozycją projektu – beneficjentów oraz grupę osób (podmiotów), do których adresowane jest wsparcie – beneficjentów ostatecznych.

⁴⁾ Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego 2004–2006, Dz.U. nr 166 z 2004r. poz. 1745, s. 446.

2. Priorytet 2 – Wzmocnienie Rozwoju Zasobów Ludzkich w Regionach,
3. Priorytet 3 – Rozwój Lokalny.

Uzupełnieniem działań merytorycznych jest priorytet czwarty – pomoc techniczna służący wsparciu promocji i wdrażania programu na terenie regionu.

Priorytet drugi Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego jest najważniejszym elementem oddziaływania Europejskiego Funduszu Społecznego na poziomie województw. Kierunek wsparcia rozwoju regionalnego zbieżny jest z celami warunkującymi funkcjonowanie i wdrażanie EFS w regionach Unii Europejskiej. Zgodnie z zapisami dokumentów programowych za podstawowe warunki dla wzmocnienia potencjału zasobów ludzkich przyjmuje się⁵, wzrost poziomu wykształcenia, podniesienie umiejętności zawodowych, nabywanie nowych kwalifikacji zawodowych dostosowanych do specyficznych potrzeb regionalnego rynku pracy, jak również promocja innowacji, transfer wiedzy poprzez współpracę sektora badawczo-rozwojowego ze światem biznesu oraz promocję przedsiębiorczości.

Zasadniczym celem realizacji Priorytetu 2 jest stworzenie warunków dla rozwoju zasobów ludzkich na poziomie lokalnym i regionalnym, a także poprawa zdolności do programowania i realizacji projektów w zakresie rozwoju zasobów ludzkich na tych szczeblach. Za szczególnie istotnie przyjęto realizację działań zmierzających do reorientacji zawodowej pracowników oraz przekwalifikowanie osób odchodzących z rolnictwa, co powinno przyczynić się do poprawy zatrudnialności w regionach. Zadaniem wsparcia publicznego jest m.in.:

- uelastycznienie i zwiększenie mobilności zawodowej zasobów ludzkich, w tym zwiększenie poziomu wiedzy i kwalifikacji zawodowych mieszkańców, w szczególności dotyczy to mieszkańców obszarów zagrożonych marginalizacją, w tym zwłaszcza obszarów wiejskich i obszarów restrukturyzacji przemysłów;
- zwiększenie możliwości zmiany zatrudnienia dla pracujących w rolnictwie oraz przedsiębiorstwach i sektorach restrukturyzowanych poprzez zmianę kwalifikacji zawodowych tych osób;
- wzrost udziału młodzieży z obszarów wiejskich znajdującej się w trudnej sytuacji materialnej w ogólnej liczbie uczniów szkół ponadgimnazjalnych;
- wzrost udziału studentów pochodzących z obszarów zagrożonych marginalizacją, w tym w szczególności obszarów wiejskich i obszarów restrukturyzacji przemysłów w ogólnej liczbie studentów;
- wspomaganie procesu tworzenia regionalnych systemów innowacyjnych opartych na współpracy regionalnego sektora badawczo-rozwojowego z lokalnymi firmami, promowanie przedsiębiorczości poprzez kompleksowe wsparcie dla podejmujących działalność gospodarczą.

Priorytet drugi Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego dzieli się na sześć Działań.

Celem bezpośrednim działania 2.5. *Promocja przedsiębiorczości* jest aktywne wspieranie zatrudnienia, poprzez stymulowanie powstawania nowych mikroprzedsiębiorstw oraz zapewnienie nowo zarejestrowanym mikroprzedsiębiorcom pomocy w wykorzystaniu dostępnych instrumentów wsparcia finansowego pochodzącego ze środków publicznych. Instytucją od-

⁵ Za: Uzupełnienie Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2005, s. 83.

powiedzianą za wdrażanie Działania 2.5. ZPORR jest samorząd województwa, który może powierzyć realizację działania innej instytucji⁶.

Beneficjentami – organizacjami, które mogą przygotowywać i składać projekty w ramach Działania 2.5 ZPORR są m.in. szkoły wyższe⁷.

Osobami, do których kierowane jest wsparcie w ramach Działania 2.5 są osoby fizyczne, niezarejestrowane jako bezrobotne, zamierzające rozpocząć działalność gospodarczą, z wyłączeniem osób, które były właścicielami przedsiębiorstwa i prowadziły działalność gospodarczą po 1 stycznia 2004 r.

Udzielanie wsparcia jest kontynuowane po założeniu przez beneficjentów ostatecznych, w trakcie korzystania ze wsparcia doradczo-szkoleniowego w ramach działania 2.5, działalności gospodarczej, jeżeli spełniają oni kryteria określone dla mikroprzedsiębiorcy⁸. Priorytetowo traktowane są osoby odchodzące z rolnictwa, osoby zagrożone utratą zatrudnienia, młodzież do 25 roku życia niezarejestrowana jako bezrobotna.

W ramach działania realizowany jest jeden typ projektu, obejmujący trzy kierunki wsparcia postaw przedsiębiorczych ze środków publicznych⁹:

1. Świadczenie usług doradczych i szkoleniowych wspierających zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej;
2. Rozpowszechnianie dobrych praktyk i metod rozwoju;
3. Przekazywanie pomocy finansowej przysługującej po zarejestrowaniu się mikroprzedsiębiorcy w formie: wsparcia pomostowego¹⁰, jednorazowej dotacji inwestycyjnej¹¹ na rozwój działalności.

Realizacja Działania 2.5 ZPORR w ramach całego kraju ma przyczynić się do zrealizowania następujących wskaźników.



⁶ Może to nastąpić w trybie przewidzianym w *Ustawie o Narodowym Planie Rozwoju* oraz *Ustawie Prawo Zamówień Publicznych*. Lista województw, które zdecydowały się na taką delegację uprawnień znajduje się w: R. Kasprzak, *Finansowanie postaw przedsiębiorczych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego – wdrażanie Działania 2.5 ZPORR „Promocja przedsiębiorczości” w województwie mazowieckim*, maszynopis powielony, Warszawa 2006.

⁷ Kompletna liczba beneficjentów Działania 2.5 znajduje się w *Uzupełnieniu Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2005, s. 127.

⁸ Mikroprzedsiębiorca – osoba fizyczną, która: zatrudnia średnio rocznie mniej niż 10 pracowników (włączając przedsiębiorstwo jednoosobowe) i osiągnęła roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 2 milionów euro, lub suma aktywów jej bilansu sporządzonego na koniec ostatniego roku obrotowego nie przekracza równowartości w złotych 2 milionów euro.

⁹ *Uzupełnienie Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2005, s. 128–129.

¹⁰ Wsparcie pomostowe – kwota w wysokości 700 zł, przekazywana przedsiębiorcy przez okres sześciu miesięcy, po zakończeniu sześciomiesięcznego okresu przedsiębiorca może wystąpić o przyznanie przedłużonego wsparcia pomostowego w takiej samej wysokości na okres kolejnych sześciu miesięcy.

¹¹ Jednorazowa dotacja inwestycyjna do wysokości 20 000 zł.

Tabela 1. Wskaźniki realizacji Działania 2.5 ZPORR na terenie całego kraju

Faza cyklu interwencji	Wskaźniki	Szacowana docelowa wartość wskaźnika
Produkty	Liczba finansowanych projektów doradczych i szkoleniowych (szt.) Liczba osób korzystających z doradztwa (osoby) – w tym: mężczyźni / kobiety (%) – w tym: młodzież do 25 lat (%)	200 25 000 65% / 35% 20%
	Liczba osób korzystających ze szkoleń (osoby) – w tym: mężczyźni / kobiety (%) – w tym: młodzież do 25 lat (%) Liczba osób korzystających ze wsparcia pomostowego lub jednorazowych dotacji (osoby) – w tym mężczyźni/kobiety (%) – w tym: młodzież do 25 lat (%)	15 000 65% / 35% 20% 4 000 65% / 35% 15%
Rezultaty	Liczba nowych mikroprzedsiębiorstw utworzonych w wyniku realizacji projektów (szt.) – w tym: utworzonych przez osoby odchodzące z rolnictwa (%) – w tym: utworzonych przez osoby odchodzące z przemysłów restrukturyzowanych (zagrożone utratą zatrudnienia) (%) – w tym: prowadzonych przez kobiety (%) – w tym: prowadzonych przez młodzież do 25 lat (%)	4000 50% 40% 20% 15%
Oddziaływanie	1. Udział nowo utworzonych mikroprzedsiębiorstw, które działają na rynku 18 miesięcy po ich utworzeniu w liczbie mikroprzedsiębiorstw nowo utworzonych w projektach ogółem (%) 2. Ilość miejsc pracy we wspartych przedsiębiorstwach stworzonych lub utrzymanych 18 miesięcy po ich utworzeniu (szt.)	75% 60 00

Źródło: Uzupelnienie Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2005, s. 134

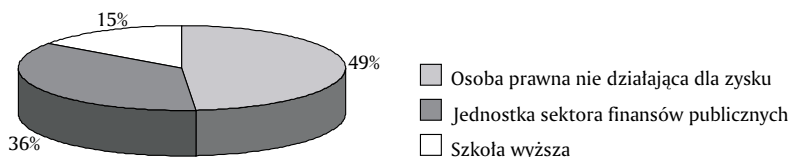
Realizacja działania spowoduje zatem stworzenie 4000 nowych podmiotów w gospodarce narodowej, w ramach których 2000 powinno zostać założonych przez osoby odchodzące z rolnictwa, 1600 przez osoby zagrożone utratą zatrudnienia, 800 powinno być prowadzone przez kobiety oraz 600 przez młodzież do 25 roku życia.

Działanie 2.5 charakteryzuje się kompleksowym charakterem wsparcia ukierunkowanego na przezwyciężanie przez osoby przedsiębiorcze barier związanych z rozpoczęciem działalności gospodarczej. Realizowane projekty koncentrują się na zapewnieniu pomocy w zakresie szkoleń i doradztwa, promocji dobrych praktyk oraz kluczowym elemencie – silnym wsparciu finansowym dla mikroprzedsiębiorstwa, umożliwiającym zarówno pokrycie kosztów związanych z inwestycją (dotacja inwestycyjna), jak i zapewnienie płynności umożliwiającej spłatę bieżących zobowiązań wynikających z faktu rejestracji w systemie ubezpieczeń społecznych. Należy zwrócić uwagę, że konstrukcja Działania jest szczególnie ukierunkowana na wsparcie studentów bądź absolwentów w zakładaniu własnej działalności gospodarczej.

Analiza wdrażania Działania 2.5 ZPORR w województwie mazowieckim – prezentacja wybranych wyników badań własnych

W ogłaszanych przez Urząd Marszałkowski województwa mazowieckiego konkursach złożone i zaakceptowane do realizacji zostały 34 projekty¹². Grupami podmiotów – beneficjentów są: osoby prawne nie działające dla zysku (49% beneficjentów), jednostki sektora finansów publicznych (36%), szkoły wyższe (15%).

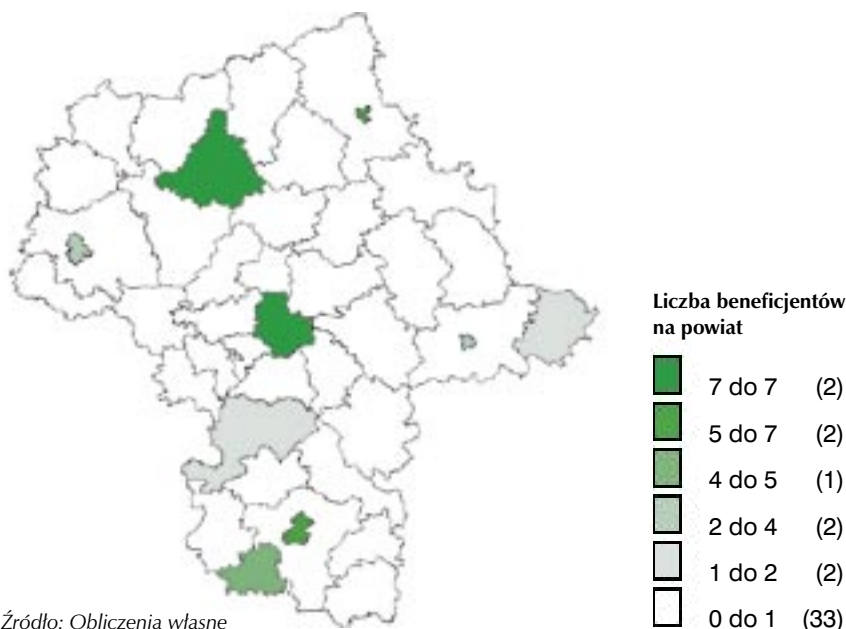
Rysunek 1. Struktura beneficjentów Działania 2.5 ZPORR województwo mazowieckie (w %)



Źródło: Obliczenia własne

Pochodzenie beneficjentów (według powiatów) zaprezentowano na rysunku 2.

Rysunek 2. Rozkład beneficjentów według powiatów woj. mazowieckiego



Źródło: Obliczenia własne

¹² Dane obejmują konkursy nr 1/2004, 1/2005, 2/2005 i 1/2006. W województwie mazowieckim został ogłoszony jeszcze konkurs 2/2006, jednakże na dzień przygotowania opracowania nie zostały podpisane jeszcze umowy na dofinansowanie projektów.

Powiatami województwa mazowieckiego o najsilniejszym potencjale beneficjentów są powiaty: m.st. Warszawa, ciechanowski (po siedem projektów), powiaty grodzkie Ostrołęka i Radom (5 projektów), powiat szydłowiecki (4), Płock i Siedlce (2), grójecki i łosicki (1). Wskazuje to na silne zróżnicowanie potencjału beneficjentów i ich możliwości w zakresie przygotowania i realizacji projektu w ramach Działania 2.5 ZPORR. Wskazuje to także na silną rolę ośrodków miejskich we wdrażaniu Działania 2.5.

Przyjęte do realizacji projekty charakteryzują następujące wskaźniki.

Tabela 2. Deklarowane wskaźniki dotyczące liczby beneficjentów ostatecznych oraz produktów. Działanie 2.5 ZPORR województwo mazowieckie

Liczba beneficjentów ostatecznych	
ogółem	1187
w tym kobiety	486
w tym mężczyźni	691
przeciętnie na projekt	35
w tym kobiety	14
w tym mężczyźni	21
Planowana liczba mikroprzedsiębiorstw założonych w ramach realizowanych projektów	
ogółem	779
przeciętnie na projekt	23

Źródło: Obliczenia własne

Projektami deklarującymi największą liczbę założonych mikroprzedsiębiorstw były projekty zgłaszane przez jednostki sektora finansów publicznych, deklarowana liczba mikroprzedsiębiorstw wynosi 30 podmiotów na projekt. Wnioskodawcy przewidzieli założenie 779 przedsiębiorstw przez łączną liczbę 1187 osób uczestniczących w szkoleniach, co oznacza 65% skuteczność na poziomie województwa mazowieckiego. Warto zauważyć, że zdecydowanie przekracza ona poziom określony dla Działania 2.5 ZPORR (4000 przedsiębiorstw utworzonych przez 25000 osób uczestniczących w szkoleniach = 16% skuteczność). W deklarowanej liczbie uczestników 40,94% stanowią kobiety, co na poziomie województwa mazowieckiego oznacza przekroczenie wskaźników Działania o 5,94%.

Przeciętne wartości wskaźników dotyczące liczby i struktury beneficjentów ostatecznych oraz liczby zarejestrowanych mikroprzedsiębiorstw przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 3. Wskaźniki projektów według typów beneficjentów

Typ beneficjenta: jednostka sektora finansów publicznych	
Liczba beneficjentów ostatecznych	
przeciętnie na projekt	30
w tym kobiety	11
w tym mężczyźni	19

Planowana liczba mikroprzedsiębiorstw założonych w ramach realizowanych projektów	
przeciętnie na projekt	30
Typ beneficjenta: osoba prawna niedziałająca dla zysku	
Liczba beneficjentów ostatecznych	
przeciętnie na projekt	35
w tym kobiety	15
w tym mężczyźni	21
Planowana liczba mikroprzedsiębiorstw założonych w ramach realizowanych projektów	
przeciętnie na projekt	20
Typ beneficjenta: szkoła wyższa	
Liczba beneficjentów ostatecznych	
przeciętnie na projekt	47
w tym kobiety	22
w tym mężczyźni	26
Planowana liczba mikroprzedsiębiorstw założonych w ramach realizowanych projektów	
przeciętnie na projekt	17

Źródło: Obliczenia własne

Struktura wartości przeciętnych wskazuje na interesujące zależności w przełożeniu celów projektu na cele działania 2.5 ze względu na rodzaj działalności beneficjenta. Mianowicie jednostki sektora finansów publicznych skoncentrowane są na celu, jakim jest założenie mikroprzedsiębiorstwa. Skutkuje to niskim naborem uczestników do szkoleń w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i potencjalnie może ograniczyć różnorodność zakładanych przedsiębiorstw. Każdy z beneficjentów, który został zakwalifikowany do projektu ma gwarancję założenia własnej działalności gospodarczej i uzyskania pomocy finansowej. W przypadku osób prawnych niedziałających dla zysku zauważalne jest zwiększenie się liczby osób przyjętych na szkolenia oraz zmniejszenie rezultatu projektu. Najsilniej różnica ta zauważalna jest w przypadku szkół wyższych, które wykorzystują środki Europejskiego Funduszu Społecznego na szkolenia z zakresu przedsiębiorczości. Okoliczność ta z jednej strony może przyczynić się do zwiększenia zróżnicowania zakładanych w ramach projektu przedsiębiorstw – uczestnicy szkoleń będą konkurować ze sobą o otrzymanie dotacji na najlepszy (najciekawszy?) pomysł na własną działalność gospodarczą, jednakże z drugiej strony może poskutkować trudnościami w naborze uczestników do szkoleń.

Kolejną interesującą zależnością jest wzrost deklarowanego przeciętnego parytetu kobiet w stosunku do łącznej liczby uczestników szkoleń. W przypadku jednostek sektora finansów publicznych deklaruje się przeciętny udział kobiet w projekcie na poziomie 36%, osób prawnych niedziałających dla zysku – 42%, szkół wyższych – 46%.

Zestawiając deklarowane przez wnioskodawców wartości ze wskaźnikami przyjętymi dla Działania 2.5 można zauważyć, że każda z grup beneficjentów przekroczyła wskaźniki skuteczności projektu oraz parytetu kobiet w ogólnej liczbie beneficjentów ostatecznych. Najsilniejsze

przekroczenie wskaźnika skuteczności nastąpiło w przypadku projektów zgłaszanych przez jednostki sektora finansów publicznych – 100% wobec 16% wymaganych, z kolei najsilniejsze przekroczenie parytetu kobiet nastąpiło w przypadku projektów zgłaszanych przez szkoły wyższe – 46%, wobec 35% wymaganych.

Analizę wartości projektu oraz wartości dofinansowania ze środków publicznych przedstawiono w tabeli 4.

Tabela 4. Wartość projektu i wartość dofinansowania ze względu na rodzaj beneficjenta

Wszystkie projekty			
Wartość projektu		Wartość dofinansowania	
średnia	686 667,20	średnia	560 906,15
mediana	700 449,81	mediana	540 147,90
ogółem	23 346 684,64	ogółem	19 070 808,98
skośność	-0,28	skośność	0,00
Typ beneficjenta: jednostka sektora finansów publicznych			
Wartość projektu		Wartość dofinansowania	
średnia	832 546,85	średnia	754 476,43
mediana	859 163,50	mediana	776 840,00
ogółem	9 990 562,18	ogółem	9 053 717,14
skośność	-0,55	skośność	-0,85
Typ beneficjenta: osoba prawna nie działająca dla zysku			
Wartość projektu		Wartość dofinansowania	
średnia	620 281,66	średnia	465 211,24
mediana	659 691,80	mediana	494 768,85
ogółem	9 924 506,51	ogółem	7 443 379,88
skośność	0,17	skośność	0,17
Typ beneficjenta: szkoła wyższa			
Wartość projektu		Wartość dofinansowania	
średnia	622 481,19	średnia	466 860,89
mediana	591 353,00	mediana	443 514,75
ogółem	3 112 405,95	ogółem	2 334 304,46
skośność	0,74	skośność	0,74

Źródło: Obliczenia własne

Łączna wartość projektów przyjętych do realizacji wynosi 23 346 684,81 zł, projekty te otrzymały łączne dofinansowanie w wysokości 19 070 808,98 zł. Średnia wielkość dofinansowania projektu wynosi 560 906,15 zł. Na szczególną uwagę zwraca fakt niskiego poziomu

współczynnika skośności zmiennej wielkość dofinansowania, co oznacza niewielkie zróżnicowanie wewnętrzne zbioru projektów.

W ujęciu rodzajów beneficjentów największą wartość projektów odnotowano w przypadku wniosków składanych przez jednostki sektora finansów publicznych, należy jednakże podkreślić, że wartość projektu jest ściśle związana z zakładanymi rezultatami. Wspomniana wyżej wysokiej efektywności projektów składanych przez jednostki sektora finansów publicznych poskutkowało wysoką wartością dofinansowania.

Quo vadis – czyli o wsparciu przedsiębiorczości w latach 2007–2013

Rozpoczynająca się perspektywa finansowa 2007–2013 stanowi drugą w historii Polski szansę na zwiększenie konkurencyjności gospodarki dzięki wsparciu pochodzącemu z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej. Efektywność wykorzystania środków z pierwszej szansy, tzn. perspektywy finansowej 2004–2006¹³ jest bieżąco monitorowana, a szczegółowe i aktualne informacje udostępniane są regularnie pod adresami właściwych instytucji zaangażowanych w proces wdrażania funduszy strukturalnych.

W perspektywie finansowej 2004–2006 EFS wdrażany był poprzez:

1. Sektorowy Program Operacyjny Rozwój Zasobów Ludzkich 2004–2006 (SPO RZL).
2. Priorytet II Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006 (ZPORR).

Podobna struktura wdrażania została zachowana w opracowanym Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki (PO KL), w którym wydzielone zostały Priorytety, których wdrażanie koordynowane będzie na poziomie ogólnokrajowym oraz priorytety realizowane na poziomie regionalnym. W ramach PO KL wyodrębniono następujące priorytety, przedstawione w tabeli 5.

Tabela 5. Struktura priorytetów PO KL

Priorytety wdrażane centralnie	Wkład wspólnotowy (EUR)	Priorytety wdrażane regionalnie	Wkład wspólnotowy (EUR)
I. Zatrudnienie i integracja społeczna	430 260 954	VII. Rynek pracy otwarty dla wszystkich oraz promocja integracji społecznej	3 144 749 351
II. Rozwój zasobów ludzkich i potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw	571 453 918	VIII. Regionalne kadry gospodarki	1 350 207 670

¹³ Wydatkowanie środków pochodzących z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej odbywa się na podstawie siedmioletnich perspektyw finansowych. Integracja Polski ze strukturami UE nastąpiła w drugiej połowie perspektywy finansowej 2000–2006, stąd wszystkie Programy Operacyjne dotyczą okresu 2004–2006.

Priorytety wdrażane centralnie	Wkład wspólnotowy (EUR)	Priorytety wdrażane regionalnie	Wkład wspólnotowy (EUR)
III. Wysoka jakość systemu oświaty	1 237 800 828	IX. Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach	937 911 629
IV. Szkolnictwo wyższe i nauka	816 311 813	X. Partnerstwo na rzecz rozwoju obszarów wiejskich	221 110 615
V. Dobre rządzenie	519 225 980		
VI. Profilaktyka, promocja i poprawa stanu zdrowia ludności w wieku produkcyjnym	89 856 202		
XI. Pomoc techniczna	388 287 040		
OGÓŁEM PO KL:			

Źródło: Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007 – 2013. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006

W ramach przedstawionej powyżej struktury Priorytetów swoistym następcą Działania 2.5 ZPORR będzie Działanie 7.2. *Wsparcie oraz promocja przedsiębiorczości i samozatrudnienia* wdrażane regionalnie i zakładające podobny zakres wsparcia do przedstawionego w opracowaniu Działania 2.5 ZPORR.

Podsumowanie

Aktywne wsparcie przedsiębiorczości akademickiej wymaga stworzenia mechanizmu, który umożliwi osobie przedsiębiorczej, a więc zdecydowanej na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej, uzyskanie wiedzy, przełamanie bariery mentalnej oraz otrzymanie wsparcia finansowego.

Europejski Fundusz Społeczny, wdrażany w ramach Narodowego Planu Rozwoju stworzył taki mechanizm w postaci Działania 2.5 Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006. Przedstawione powyżej analizy jasno wskazują, jak szczególnie ważne jest to działanie dla instytucji, którym zależy na tworzeniu klimatu popierającego przedsiębiorczość akademicką. Kontynuacja takiego kierunku wsparcia w perspektywie finansowej 2007–2013 spowoduje z pewnością utworzenie szeregu instytucji zachęcających przedsiębiorczą młodzież akademicką do realizacji swoich marzeń odnośnie własnej działalności gospodarczej.

Bibliografia

- R. Kasprzak, *Finansowanie postaw przedsiębiorczych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego – wdrażanie Działania 2.5 ZPORR „Promocja przedsiębiorczości” w województwie mazowieckim*, maszynopis powielony, Warszawa 2006.

R. Kasprzak, *Europejski Fundusz Społeczny – wybrane teoretyczne i praktyczne aspekty wdrażania w Polsce*, [w:] J. Ostaszewski, M. Zalewski (red.), *W stronę teorii i praktyki zarządzania*, t. II, SGH, Warszawa 2006.

Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2006. Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego 2004–2006, Dz.U. nr 166 z 2004 r. poz. 1745.

Uzupełnienie Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004–2006. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2005.

Abstract

The paper aims at discussing co-financing tools which support academic entrepreneurship within the European Social Fund in years 2004–2006 and planned actions for years 2007–2013. The author presents results of research carried out in cooperation with the Marshal's Office of the Mazowieckie Voivodeship.

Nota o Autorze

Autor jest pracownikiem naukowym Szkoły Głównej Handlowej, zatrudnionym w Katedrze Poziomu Życia i Konsumpcji. Autor wielu publikacji z zakresu wdrażania funduszy strukturalnych w Polsce. Zakres zainteresowań badawczych obejmuje problematykę wdrażania funduszy strukturalnych oraz ekonomicznych aspektów rozwoju kultury i przemysłów kultury. Doradca i certyfikowany trener z zakresu pozyskiwania środków pochodzących z funduszy strukturalnych UE oraz autor licznych wniosków o dofinansowanie projektów. Specjalizacja zawodowa to doradztwo i zarządzanie projektami finansowanymi ze środków publicznych. Absolwent studiów Master of Business Administration w Ecole Supérieure de Commerce de Rennes (Francja).



Wpływ edukacji na motywy i ograniczenia przedsiębiorczości kobiet na przykładzie Wielkopolski

Opracowanie odpowiada na pytanie o to, w jaki sposób stopień wykształcenia kobiet oraz udział w szkoleniach wpływają na motywy zewnętrzne i wewnętrzne zakładania własnych firm przez kobiety oraz na ograniczenia ekonomiczne i edukacyjne utrudniające podejmowanie decyzji o ich założeniu, a także występujące w trakcie prowadzenia firm. Przy wyborze czynników motywujących i ograniczających kierowano się wynikami badań nad przedsiębiorczością kobiet w Polsce, przeprowadzonych przez Demoskop w latach 2000–2001 i opublikowanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w 2002 roku¹. W opracowaniu wykorzystano materiał empiryczny zebrany metodą ankietową w 136 przedsiębiorstwach kierowanych przez kobiety. Badanie zostało przeprowadzone metodą losową w 2005 roku w Wielkopolsce.

Charakterystyka badanych przedsiębiorstw kierowanych przez kobiety

Spośród 136 firm kierowanych przez kobiety 49,3% stanowiły firmy usługowe, 31,6% handlowe, 15,4% o profilu mieszanym tj. produkcyjno-usługowo-handlowe i tylko 3,7% produkcyjne. Znaczna część badanych przedsiębiorstw powstała przed 10 laty (62%). Zdecydowana większość respondentek (82,3%) kierowała firmami mikro, czyli zatrudniającymi do 10 osób, 13,9% – firmami małymi (zatrudniającymi od 10–49 osób) i tylko 3,8% firmami średnimi zatrudniającymi od 50–249 osób. Kobiety, które zdecydowały się na prowadzenie własnej działalności w Wielkopolsce są dosyć dobrze wykształcone. Połowa spośród nich (52,2%) posiada wykształcenie średnie, a 35,3% – wyższe. Kobietom-przedsiębiorcom z badanych firm brakuje doświadczenia menedżerskiego. Tylko 15% z nich posiadało doświadczenie w kierowaniu firmą przed założeniem własnego biznesu. Połowa spośród respondentek (51,4%) wykonywała zawód niezwiązany z obecną działalnością firmy, natomiast tylko 26,4% kobiet deklarowało, że w ostatnich czterech latach korzystało ze szkoleń branżowych, a 27,9% z zakresu rachunkowości i zarządzania.

¹ Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000–2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002.

Aż 45,7% kobiet-przedsiębiorców nie korzystało ze szkoleń. Ze szkoleń nie korzystały kobiety-przedsiębiorcy kierujące firmami mikro (średnia wielkość – trzy osoby), prowadzące działalność usługowo-handlową (97% firm). Większość z nich przed podjęciem działalności w swojej firmie pracowała (82,5%), ale tylko 6% na kierowniczym stanowisku. W grupie tych firm przeważają kobiety-przedsiębiorcy z wykształceniem średnim, natomiast wśród właścielek, które częściej uczestniczyły w szkoleniach z rachunkowości i zarządzania niż w szkoleniach branżowych, przeważały kobiety z wykształceniem wyższym. Firmy kierowane przez nie były większe – średnio zatrudniały 18 osób i prowadziły działalność usługową lub o profilu mieszanym tj. produkcyjno-usługowo-handlowe. Większość z tych kobiet przed podjęciem decyzji o założeniu swojej firmy pracowała i aż 31,6% na stanowisku kierowniczym. Z kolei kobiety, które częściej uczestniczyły w szkoleniach branżowych reprezentują firmy relatywnie największe – 22 osobowe, większość z nich to firmy usługowe (64%) działające najdłużej na rynku. Pod względem rodzaju wykształcenia dominują w nich kobiety-właścicielki z wykształceniem średnim, natomiast relatywnie największy spośród badanych grup przedsiębiorstw jest w nich udział kobiet-właścielek z wykształceniem zawodowym.

Motywy zakładania własnych firm przez kobiety

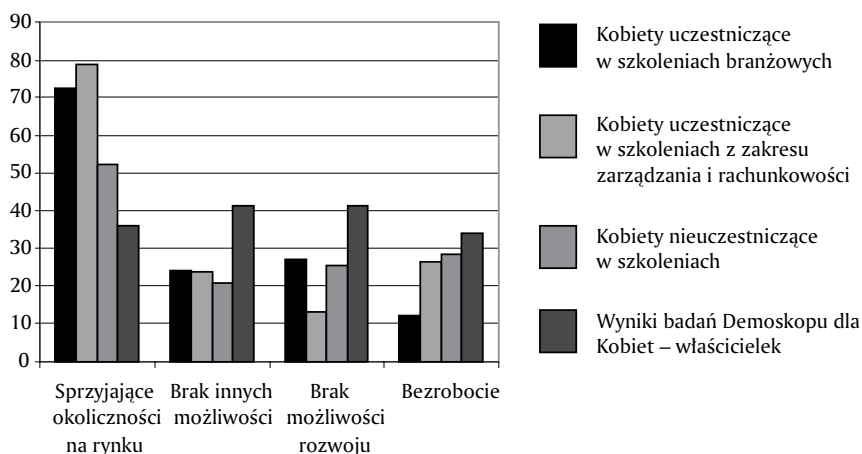
Przy wyborze motywów zewnętrznych i wewnętrznych firm oraz barier kierowano się wynikami badań przeprowadzonymi przez Demoskop w latach 2000–2001 i opublikowanymi przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w 2002 roku². Ze względu na możliwość porównania wyników badań oraz na specyfikę uwarunkowań w krajach przechodzących transformację zdecydowano się na wybór podobnych czynników, które zdaniem ekspertów są ważne dla polskich warunków. Podział na czynniki związane z motywacją zewnętrzną i wewnętrzną jest znany w literaturze przedmiotu³. Czynniki zewnętrzne kojarzą się z koniecznością, a nie z własnym wyborem.

Do badanych czynników zewnętrznych należały: sprzyjające okoliczności na rynku, brak innych możliwości, brak satysfakcji z dotychczasowej pracy, brak możliwości rozwoju, bezrobocie, przykład rodziców, układy rodzinne, efekt „szklanego sufitu”. Dla wszystkich kobiet najważniejszym motywem założenia własnej firmy były sprzyjające okoliczności na rynku. Jest to pozytywny sygnał świadczący o odczuwanej poprawie uwarunkowań sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości. Przykładowo jeszcze w badaniach przeprowadzonych w Polsce przez Demoskop w 2001 roku tylko 36% kobiet wskazywało na tę motywację, a 34% na bezrobocie. Porównując uzyskane wyniki do badań Demoskopu należy podkreślić, że wzrosła ranga „układów rodzinnych” jako istotnej motywacji do zakładania własnych firm. W badaniach Demoskopu tylko 9% kobiet wskazywało na ten czynnik motywujący do otwierania własnego biznesu. W badaniach przeprowadzonych w Wielkopolsce „układy rodzinne” były częściej podawane jako motywacja do założenia własnej firmy we wszystkich grupach badanych przedsiębiorstw, a szczególnie przez kobiety uczestniczące w szkoleniach z zakresu rachunkowości i zarządzania (26,3% kobiet). Bezrobocie było istotnym czynnikiem motywującym do podjęcia

² Tamże.

³ A. Shapero, L. Sokol, *The social dimensions of entrepreneurship*, [w:] C.A. Kent, D.L. Sexton, K.H. Vesper (red.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982; A.C. Cooper, W.C. Dunkelberg, *Entrepreneurship and path to business ownership*, „Strategic Management Journal” 1986, nr 7; H.R. Feeser, K.W. Dugan, *Entrepreneurial motivation: A comparison of new venture creation*, „Academy of Management Review” 1989, nr 10 (4).

Rysunek 1. Czynniki zewnętrzne wpływające na założenie firmy (w %) według stopnia i rodzaju uczestniczenia w szkoleniach



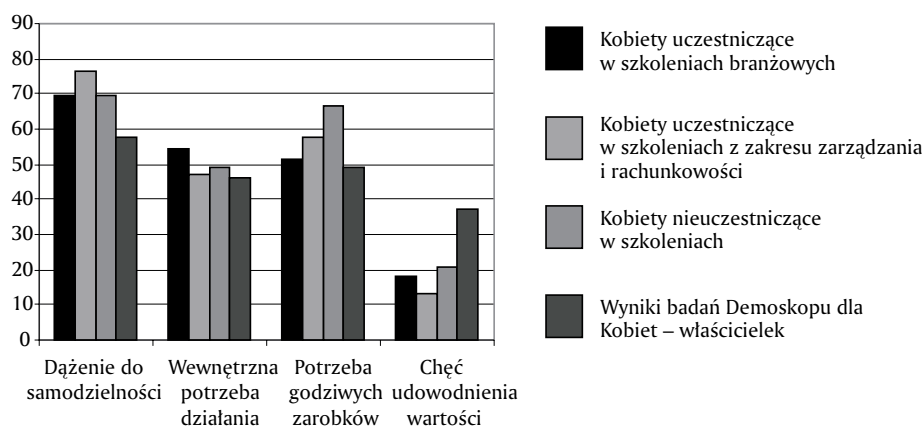
Źródło: Badania własne, Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2000–2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 290

własnej działalności dla kobiet, które uczestniczyły w szkoleniach z zakresu rachunkowości i zarządzania (26,3% ankietowanych kobiet) oraz dla kobiet-właścielek, które nie brały udziału w szkoleniach (28,6%). Brak pracy jest nadal istotną motywacją do otwierania własnego biznesu dla części respondentek, natomiast bezrobocie nie było istotnym motywem do rozpoczęcia działalności dla kobiet, które uczestniczyły w szkoleniu branżowym. Tylko 12% kobiet wskazało na „bezrobocie” jako istotny czynnik motywujący do zakładania własnej firmy. W grupie kobiet-przedsiębiorców uczestniczących w szkoleniach branżowych istotną motywacją był brak satysfakcji z dotychczasowej pracy (27,3%) oraz brak innych możliwości rozwoju (27,3%). Na uwagę zasługuje również relatywnie duża ranga przykładu rodziców (15,2%) jako bodźca do założenia własnych firm przez kobiety, które uczestniczyły w szkoleniach branżowych. Część z tych firm to zakłady rzemieślnicze odziedziczone po rodzicach lub własne przedsiębiorstwa, gdzie inspiracją byli rodzice prowadzący własne firmy. Ostatnim analizowanym czynnikiem jest „efekt szklanego sufitu”, który w przypadku polskich kobiet jest najrzadziej wskazywaną motywacją do otwierania własnej firmy.

Do czynników, które zaklasyfikowano jako wewnętrzne należą: dążenie do samodzielności, wewnętrzna potrzeba działania, potrzeba godziwych zarobków, potrzeba bycia „swoim szefem”, potrzeba zrealizowania osobistej ambicji, potrzeba dominacji, chęć udowodnienia wartości, skłonność do ryzyka. Dążenie do samodzielności, potrzeba godziwych zarobków oraz wewnętrzna potrzeba działania stanowiły najważniejsze motywacje do założenia własnej firmy przez wszystkie badane grupy kobiet w Wielkopolsce. Wyniki te są zgodne z badaniami Lisowskiej⁴, jakie przeprowadziła wśród polskich kobiet-przedsiębiorców oraz z badaniami

⁴ E. Lisowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy środkowej i Wschodniej*, SGH, Warszawa, s. 117.

Rysunek 2. Czynniki wewnętrzne wpływające na decyzje o założeniu własnej firmy według stopnia i rodzaju uczestniczenia w szkoleniach



Źródło: Opracowanie własne, Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2000–2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 290

przeprowadzonymi przez Demoskop w Polsce w 2001 roku⁵. Różnice dotyczą pozostałych czynników, jak chęć udowodnienia własnej wartości i skłonność do ryzyka. Czynniki te okazały się mniej istotne dla wielkopolskich kobiet-przedsiębiorców.

Hierarchia ważności czynników wewnętrznych, według przeprowadzonych badań, zależy od wykształcenia, wielkości i kierunku działalności firm. Potrzeba samodzielności była najważniejszą motywacją w firmach kierowanych przez kobiety ze średnim (74,6%) i wyższym wykształceniem (70,8%), kierujących firmami mikro oraz prowadzących firmy o profilu mieszanym. Z kolei potrzeba godziwych zarobków była najważniejszą motywacją do założenia własnej firmy w grupie firm kierowanych przez kobiety z wykształceniem zawodowym (81,3%), kierujących firmami od 10–49 osób (73,7% odpowiedzi) o profilu handlowym (60,5%). Wyniki uzyskanych badań porównano z podobnymi badaniami przeprowadzonymi w USA, w których również najważniejszą motywacją była potrzeba samodzielności⁶, natomiast chęć osiągnięcia godziwych zarobków zajmuje w cytowanych badaniach piątą pozycję za satysfakcją z pracy i wewnętrzną potrzebą działania. Potrzeba osiągnięcia godziwych zarobków związana jest z poziomem gospodarczym kraju i stopą życiową jej mieszkańców. Stąd też oczekiwania polskich kobiet, szczególnie w badanych grupach przedsiębiorców, skupiają się na czynniku materialnym.

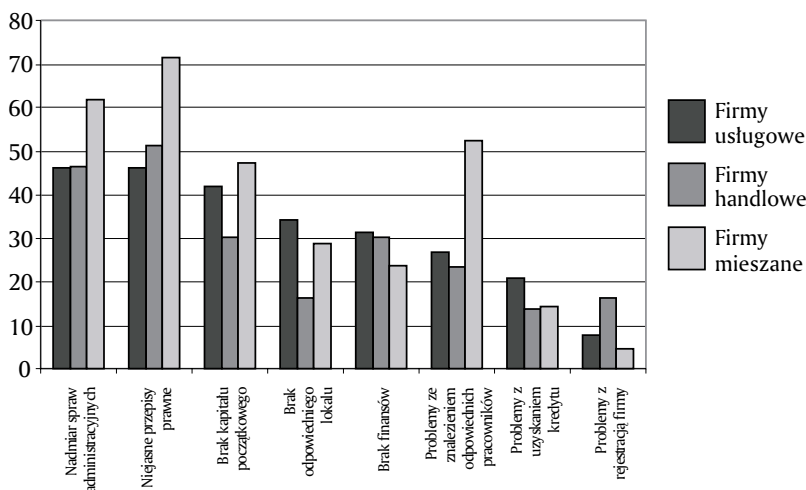
⁵ Raport o stanie..., 2002, dz. cyt.

⁶ R.D. Hisrich, C.G. Brush, *The women Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business*, Lexington, MA: Lexington Books/ D.C. Heath, 1986.

Ograniczenia w trakcie zakładania i prowadzenia firm

Przy wyborze barier do badań kierowano się wynikami badań Demoskopu⁷ z 2001 roku przeprowadzonych wśród kobiet-przedsiębiorców w Polsce. W okresie pięciu lat – jaki upłynął między dwoma badaniami – zmieniła się hierarchia ważności badanych czynników. W badaniach, jakie przeprowadzono w 2001 roku przez Demoskop najważniejszymi barierami były: nadmiar spraw organizacyjnych (61% odpowiedzi), niejasne przepisy prawne (53%), brak reguł rozwoju MŚP (49%), brak finansów (43%) i brak kapitału początkowego (41%). W badaniach przeprowadzonych w Wielkopolsce wszystkie kobiety uznały za nieistotną barierę *brak reguł rozwoju MŚP*, być może dlatego, że jest to określenie mało precyzyjne. W badaniach z 2005 roku najważniejszymi barierami nadal pozostały niejasne przepisy prawne i nadmiar spraw organizacyjnych. Pomimo deklaracji kolejnych rządów „zielonego światła” dla przedsiębiorczości, nadal za najbardziej dokuczliwe uważa się ograniczenia organizacyjne i związane z brakiem stabilnych, jasnych przepisów prawnych wobec sektora MŚP.

Rysunek 3. Najczęściej deklarowane ograniczenia spotykane przy zakładaniu firm w zależności od kierunku działalności



Źródło: opracowanie własne

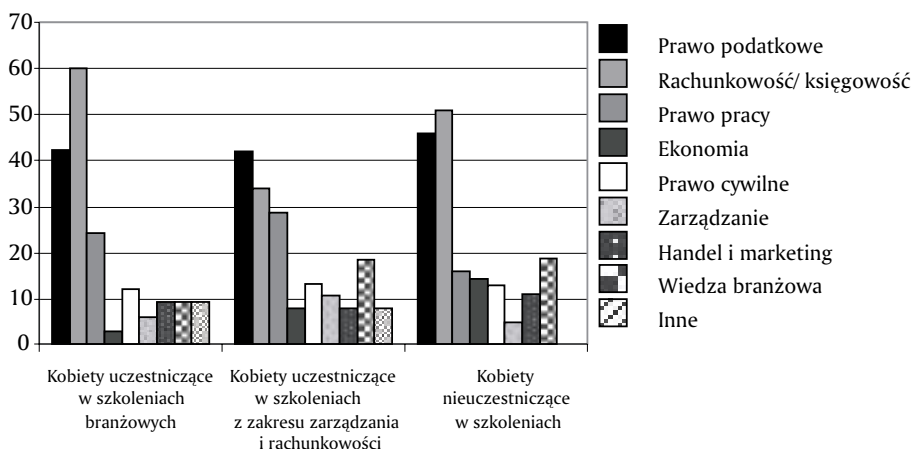
Z kolei ważność pozostałych czynników zależy od kierunku działalności otwieranej firmy. Dla firm usługowych barierą były problemy ze znalezieniem odpowiedniego lokalu oraz brak kapitału początkowego i finansów. Kobiety-przedsiębiorcy wskazywały na wysokie stawki za wynajem lokalu. Brak kapitału początkowego wiąże się z brakiem funduszy załazkowych *seed capital*, które angażowałyby środki od samego początku, na etapie tworzenia, gdy jeszcze nie

⁷ Raport o stanie..., 2002, dz. cyt.

można zagwarantować zysków przedsięwzięcia. Z kolei firmy handlowe wskazywały na problemy finansowe. Dla firm mieszanych, tj. handlowo-produkcyjno-usługowych bardzo istotnym ograniczeniem, ważniejszym od finansów, był brak odpowiednich pracowników. Pomimo wysokiego bezrobocia w Polsce (19%), również w Wielkopolsce (14,5%), firmy mają problemy ze znalezieniem odpowiednich pracowników. Brak wykwalifikowanej siły roboczej wiąże się z przystąpieniem Polski do UE i możliwością znalezienia legalnej, dobrze płatnej pracy np. w Irlandii i Wielkiej Brytanii.

Z kolei pracownik w Polsce na skutek dużego obciążenia kosztu siły roboczej pozapłacowymi podatkami jest dla firm drogi i często pracodawcy nie stać na podwyższenie wynagrodzenia. W efekcie pracownicy nie szukają pracy, ale potwierdzenia u pracodawcy, że nie ma pracy – po to, by uzyskać prawo do zasiłku dla bezrobotnych. Część z nich pobiera zasiłki dla bezrobotnych i pracuje „na czarno”, inni – najlepiej wykwalifikowani – szukają pracy poza granicami kraju. W efekcie w kraju o wysokim bezrobociu część firm jest zmuszona zamknąć lub ograniczyć produkcję ze względu na niedostatek siły roboczej. Brakuje krawcowych, fryzjerek, pracowników budowlanych. Wydaje się, że sytuacja dojrzała do zmiany polityki zatrudnienia. Zmiany powinny iść w kierunku zmniejszenia obciążenia pracodawców kosztami siły roboczej albo otwarciem granic dla tańszej siły roboczej z Ukrainy lub Białorusi.

Rysunek 4. Najczęściej deklarowane ograniczenia edukacyjne w zależności od stopnia i rodzaju uczestniczenia w szkoleniach



Źródło: opracowanie własne

Kobiety-przedsiębiorcy w Wielkopolsce na pytanie o bariery edukacyjne, uświadamiane podczas prowadzenia firmy, stwierdziły, że w prowadzeniu firmy przeszkadza im brak wiedzy z zakresu rachunkowości, prawa podatkowego, prawa pracy i brak wiedzy branżowej. Wyniki badań wskazują, że najbardziej braki w wiedzy przeszkadzają w prowadzeniu firm kobietom, które nie uczestniczyły w szkoleniach. W firmach tych 50,8% kobiet deklarowało, że odczuwa brak wiedzy z zakresu rachunkowości, 46% z zakresu prawa podatkowego i 19% odczuwa brak wiedzy branżowej. Z kolei kobiety-przedsiębiorcy, które uczestniczyły w szkoleniach z zakresu rachunkowości i zarządzania odczuwały brak wiedzy z zakresu prawa podatkowego (42,1%), w mniejszym stopniu z rachunkowości – 34%, prawa pracy 28,9% oraz brak wiedzy branżowej

(18,4%). Dla kobiet-przedsiębiorców uczestniczących w szkoleniach branżowych niedostateczna była wiedza z zakresu rachunkowości (60%), prawa podatkowego (42,4%) i prawa pracy (24,2%). Brak wiedzy z zakresu prawa podatkowego jest odczuwalny przez wszystkie badane grupy kobiet-przedsiębiorców. Zmieniająca się interpretacja prawa, skomplikowanie przepisów prawnych (w tym podatkowych) powoduje, że kobiety przedsiębiorcy potrzebują szkoleń i doradztwa z tego zakresu i wysoko oceniają swoje potrzeby w zakresie zagadnień prawnych.

Kobiety podkreślały, że nie same przepisy prawa i dostęp do nich stanowią problem, ale przede wszystkim ich interpretacja, wynikająca nieraz z ich niejednoznaczności i sprzeczności. Obok kwestii prawnych najbardziej odczuwalne są braki z zakresu zagadnień finansowych, tj. księgowości i rachunkowości. Brak wiedzy z zakresu rachunkowości był najważniejszą barierą edukacyjną dla przedsiębiorstw kierowanych przez kobiety z wykształceniem zawodowym (56,3%) i wyższym (47,9%). Kobiety z wyższym wykształceniem wymieniły jako główne bariery edukacyjne, brak znajomości prawa podatkowego (33,3%) oraz brak wiedzy branżowej (33,3%). Brak wiedzy branżowej wynika z braku doświadczeń zawodowych kobiet, ponieważ aż połowa kobiet przed podjęciem działalności pracowała w innym zawodzie. Z prezentowanych badań wynika, że respondentki relatywnie mniej odczuwają wpływ braku wiedzy z zakresu zarządzania i marketingu na prowadzenie przedsiębiorstwa. Wyniki badań potwierdzają badania zapotrzebowania na usługi szkoleniowe publikowane przez PARP w 2004 roku, według⁸ których największą popularnością cieszą się szkolenia z zakresu prawa podatkowego i finansów. Zdecydowanie mniejsze jest zapotrzebowanie na doradztwo i szkolenia z zakresu zarządzania i marketingu wspierające kwalifikacje przedsiębiorców.

Na podstawie przeprowadzonych badań można sformułować następujące wnioski:

- Najważniejszym czynnikiem zewnętrznym, motywującym założenie własnej firmy przez kobiety, były sprzyjające okoliczności na rynku;
- Wzrosła ranga „układów rodzinnych” jako istotnej motywacji do podjęcia własnej działalności;
- Brak pracy jest nadal istotną motywacją do podjęcia własnej działalności dla części kobiet;
- Efekt „szklanego sufitu” jest nieistotną motywacją dla warunków polskich;
- Do najważniejszych czynników wewnętrznych motywujących podjęcie własnej działalności należy dążenie do samodzielności, potrzeba godziwych zarobków, wewnętrzna potrzeba działania;
- Hierarchia ważności czynników wewnętrznych w przeprowadzonych badaniach zależy od wykształcenia, wieku kobiet-przedsiębiorców, wielkości i kierunku działalności firm;
- Do najważniejszych barier przy zakładaniu firm należały: niejasne przepisy prawne i nadmiar spraw administracyjnych;
- Ważność pozostałych barier, takich jak brak kapitału początkowego, brak odpowiedniego lokalu, brak finansów, zależy od kierunku działalności otwieranej firmy,
- Do najważniejszych barier edukacyjnych należą: brak wiedzy z rachunkowości, prawa podatkowego i prawa pracy oraz brak wiedzy branżowej;
- Hierarchia ważności barier edukacyjnych występujących w trakcie prowadzenia firmy zależy od udziału i rodzaju odbytych szkoleń.

⁸ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2002–2003, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Polska Agencja Rozwoju przedsiębiorczości, 2004 r., s. 331.

Bibliografia

- A.C. Cooper, W.C. Dunkelberg, *Entrepreneurship and path to business ownership*, „Strategic Management Journal” 1986, nr 7.
- H.R. Feeser, K.W. Dugan, *Entrepreneurial motivation: A comparison of new venture creation*, „Academy of Management Review” 1989, nr 10 (4).
- R.D. Hisrich, C.G. Brush, *The woman Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a Successful New Business*, M:Lexington Books/D.C., Lexington 1986.
- E. Lisowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, SGH, Warszawa 2001.
- H. Mizgajska, *Szanse i ograniczenia rozwoju przedsiębiorczości kobiet w Polsce*, „Gospodarka Narodowa” 2004, nr 7–8.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000–2001*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2002–2003*, Ministerstwo Gospodarki i Pracy (Ministry Of Economy And Labour), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, (Polish Agency For Enterprise Development), Warszawa 2004.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2004–2005*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2006.
- A. Shapero, L. Sokol, *The social dimensions of entrepreneurship*, [w:] C.A. Kent, D.L. Sexton, K.H. Vesper (red.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1982.
- A. Zapalska, *A profile of women entrepreneurs and enterprises in Poland*, „Journal of Small Business Management” 1997.

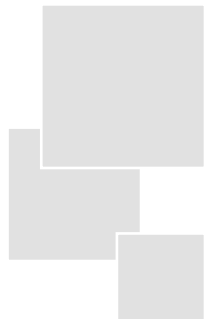
Abstract

The paper answers the question of how the level of education of women and their participation in trainings affect the push and pull factors of setting up their own businesses and the economic and educational barriers which make it more difficult for them to make a decision of setting up a business and also those barriers which were encountered while managing businesses. The paper uses empirical material gathered by sending out questionnaires to random 136 enterprises managed by women in Wielkopolska region in 2005.

Nota o Autorce

Autorka jest pracownikiem Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Zajmuje się problematyką innowacyjności, przedsiębiorczości kobiet i wspieraniem małych i średnich przedsiębiorstw. Opublikowała szereg prac z tej dziedziny w czasopismach polskich oraz na europejskich i światowych konferencjach small businessu.

Część II



Edukacja i postawy przedsiębiorcze w kształceniu akademickim

Wprowadzenie

W ostatnich latach z pojęciem przedsiębiorczości można spotkać się w środowisku akademickim przede wszystkim przy okazji debat na temat współpracy uczelni z gospodarką, analiz dotyczących transferu innowacji i technologii czy też relacji z pierwszych przedsięwzięć biznesowych społeczności szkół wyższych, tj. komercjalizacji wyników badań naukowych z rozwijaniem spółek typu *spin off*.

Nie są to jednak jedyne, a nawet podstawowe, płaszczyzny kontaktu społeczności akademickiej z zagadnieniem przedsiębiorczości. Nadrzędną rolą uczelni w tym zakresie jest edukacja i kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród studentów. Sylwetka absolwenta studiów wyższych (nie tylko kierunków ekonomicznych i nauk o zarządzaniu) powinna charakteryzować się otwartą i innowacyjną postawą przedsiębiorczą. Niezależnie od kierunku, stopnia, formy czy profilu studiów, tj. akademickich i zawodowych, proces kształcenia powinien zapewnić studentowi możliwość odpowiedniego startu w roli przedsiębiorcy lub też w jego pierwszej pracy.

Problematyka edukacji poprzsiębiorczej, kształtowania postaw oraz umiejętności odbiorców oferty dydaktycznej uczelni wyższych stała się przedmiotem niniejszego rozdziału publikacji.

Fundamentalną kwestią dla edukacji wyższej w zakresie przedsiębiorczości wydaje się pytanie postawione przez Jerzego Cieślaka w pierwszym ze zbioru opracowań poświęconych szkolnictwu wyższemu, a mianowicie czy pojęcie przedsiębiorcy odnosi się do przedstawicieli tradycyjnie rozumianego *small businessu* (gdzie działalność nastawiona jest przeważnie na niewielką skalę), czy też należy je rezerwować dla inicjatorów złożonych i prowadzonych na szeroką skalę przedsięwzięć. Podział ten można dodatkowo wyostrzyć poprzez umiejscowienie tych ostatnich w środowisku przedsięwzięć bazujących na wiedzy, nowoczesnych technologiach, skomplikowanych rozwiązaniach organizacyjnych czy też działających na rynkach ponadnarodowych, globalnych. Odpowiedź na to pytanie może wspomóc określenie kształtu programu oraz metod nauczania w zakresie przedsiębiorczości.

W tym względzie nie należy jednak zapominać o obecnych uwarunkowaniach edukacji ekonomicznej oraz zmianach w otoczeniu studiów wyższych i w gospodarce po 1989 roku. Okres transformacji i szybko rozwijająca się gospodarka determinują kształtowanie nowych umiejętności menedżera. Znamienną kwestią, wskazaną w opracowaniu Przemysława Deszczyńskiego, jest niewystarczający poziom przygotowania absolwentów do samodzielnego myślenia i rozwiązywania problemów w pracy zawodowej. Postulat zmian w tym zakresie wiąże się z szerszym ruchem reform w szkolnictwie wyższym, wywołanym m.in. procesem bolońskim.

Można zatem mieć nadzieję, iż finalny kształt programów studiów, zarówno I, jak i II stopnia, w pełni uwzględni potrzeby rynku pracy i gospodarki. O wadze przedsiębiorczości w przemianach studiów wyższych może też świadczyć stanowisko Komisji Europejskiej zaprezentowane w opracowaniu Krzysztofa Wacha. Komisja za jeden z priorytetów swojej działalności i państw członkowskich uznaje promocję edukacji ekonomicznej, stwierdzając, iż programy kształcenia powinny bezpośrednio ujmować przedsiębiorczość jako cel kształcenia, a co więcej – zagadnienia przedsiębiorczości powinny być włączone w treści poszczególnych przedmiotów, szczególnie – co warto podkreślić – na studiach z zakresu nauk ścisłych i technicznych. Jednakże równie istotne wydaje się znaczenie kształcenia ekonomistów w dobie rozwijającego się społeczeństwa wiedzy, opartego na nowoczesnych technologiach. Rozwój technologii informacyjnych skłania do nowego spojrzenia na programy kształcenia studentów z dziedziny informatyki ekonomicznej. Tę problematykę przybliży opracowanie Adama Nowickiego i Gracji Wydmuch. Autorzy starają się przedstawić nowy model kształcenia informatyka-ekonomisty, co wydaje się zadaniem niebiałym, zważywszy na interdyscyplinarność dziedziny.

Odrębnym zagadnieniem, równie znacząco wpływającym na sylwetkę absolwenta co sam proces kształcenia, są postawy studentów, szczególnie ich stan z początkiem studiów oraz absorpcja treści przekazywanych przez nauczycieli akademickich. Niniejsze zagadnienia są przedmiotem dwu opracowań analizujących u źródła postawy przedsiębiorcze oraz etyczne w biznesie. Za Grzegorzem Polokiem, autorem jednego z nich, warto podkreślić, iż etyka biznesu stanowi jeden z fundamentów postaw przedsiębiorczych. Świadomość w tym zakresie, a co ważniejsze i same postawy etyczne ewoluują u studentów wraz z postępem ich edukacji. Analiza całokształtu postaw przedsiębiorczych studentów, badana ankietowo przez zespół Jana Targalskiego, Małgorzaty Kosały, Agnieszki Pichur, może doprowadzić natomiast do ciekawych spostrzeżeń. Jednym z nich jest wysoka skłonność przyszłych absolwentów do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej, przy czym odsetek wskazań twierdzących o posiadaniu pomysłu na własną firmę jest już stosunkowo niski. Jedną z przyczyn takiego stanu może być niski stopień kreatywności i umiejętności adaptowania pomysłów do realiów rynkowych. Na to zaś zasadniczy wpływ może mieć poziom aktywności studentów w różne zajęcia poza programem kształcenia. Analizy stanu pozadydaktycznych form aktywności studentów podjął się w jednym z opracowań Janusz Olechnik. Autor opracowania wskazuje również na wyraźną potrzebę wsparcia uczelni w edukacji przyszłych przedsiębiorców ze strony podmiotów realnego życia gospodarczego.

Zbiór opracowań w szerokim zakresie prezentuje problematykę nauczania oraz kształtowania postaw i umiejętności przedsiębiorczych wśród studentów. Wysokim walorem zbioru są różnorodne spojrzenia na edukację ekonomiczną w Polsce, z perspektywy zarówno studenta oraz absolwenta, jak i przedsiębiorcy czy też szkoły wyższej i jej kadry.

Kształcenie w zakresie przedřsiębiorczořci na poziomie akademickim

W okresie ostatnich 30 lat obserwujemy na całym świecie dynamiczny rozwój różnorodnych form kształcenia studentów szkół wyższych w zakresie przedřsiębiorczořci. Niekwestionowanymi liderami w tej dziedzinie sę uczelnie amerykańskie, gdzie przedmioty dotyczce przedřsiębiorczořci stonowią trwały element oferty programowej nie tylko szkół biznesu, ale także uniwersytetów, uczelni technicznych, rolniczych itp¹. Na tym tle dorobek zachodnioeuropejskich środowisk akademickich prezentuje się znacznie skromniej, choć warto odnotować energiczne działania podejmowane w wielu krajach, by zmniejszyć dystans wobec Stanów Zjednoczonych, przy wydatnym wsparciu różnorodnych inicjatyw ze środków publicznych². Wspomniane dořwiadczenia międzynarodowe wykazały ponad wszelką wątpliwořć, że postawy przedřbiorcze mogą i powinny być kształtowane poprzez różnorodne programy edukacyjne, także na poziomie akademickim.

Transformacja ustrojowa, jaka dokonała się w krajach postkomunistycznych po 1989 r., w sposób naturalny rozbudziła zainteresowanie problematyką przedřsiębiorczořci także w środowiskach akademickich. Wśród prywatnych szkół biznesu, jakie powstały w Polsce w ciągu ostatnich kilkunastu lat, wiele ma w nazwie słowo przedřsiębiorczořć. Do tego trzeba dodać powstałe zarówno w szkołach publicznych, jak i niepublicznych instytuty i katedry przedřsiębiorczořci, prowadzące zajęcia dydaktyczne i badania w tej dziedzinie.

Nagromadzony dorobek międzynarodowy, jak i własne dořwiadczenia autora, zebrane w trakcie prowadzenia różnorodnych form kształcenia z wykorzystaniem podręcznika adresowanego do społeczności akademickiej oraz dedykowanego wortalu edukacyjno-doradczego³, pozwalają na zidentyfikowanie kluczowych kwestii, jakie pojawiają się w trakcie przygotowania i realizacji programów dydaktycznych, a także zaprezentowanie całościowej koncepcji kształcenia w dziedzinie przedřsiębiorczořci w polskim szkolnictwie wyższym.

¹ Przegląd dorobku w zakresie kształcenia w dziedzinie przedřsiębiorczořci na poziomie akademickim w USA zawierają m.in. artykuły J.A. Katza (J.A. Katz, *The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876–1999*, „Journal of Business Venturing” 2003, t. 18, s. 283–300) i D.F. Kuratko (D.F. Kuratko, *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*, „Entrepreneurship Theory & Practice” 2005, wrzesień, s. 577–597).

² Por. A. Lundstrom, L.A. Stevenson, *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*, Springer, Nowy Jork 2005, s. 77–82.

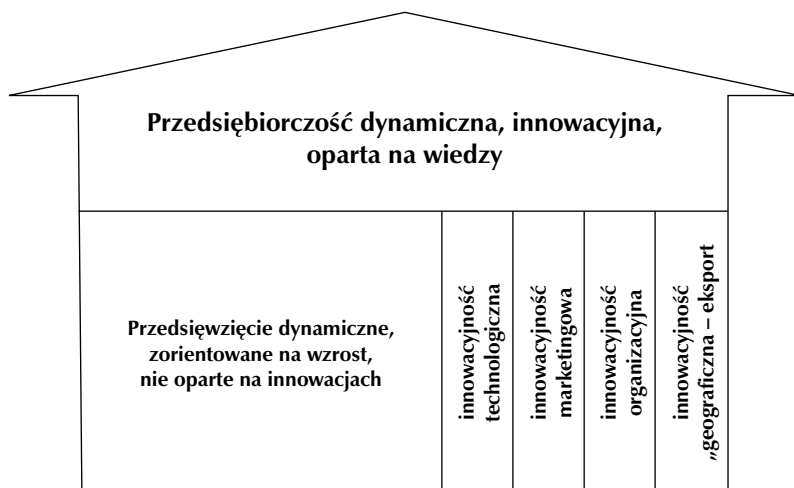
³ Por. J. Cieřlik, *Przedřsiębiorczořć dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006. Dedykowany wortal *Przedřsiębiorczořć dla ambitnych*, dostępný na www.cieslik.edu.pl.

Tradycyjny small business czy ambitne formy przedsiębiorczości?

Podejmując działania edukacyjne na rzecz kształtowania postaw przedsiębiorczych wśród studentów w sposób nieunikniony dotykamy jednej z bardziej kontrowersyjnych kwestii dyskutowanych w gronie teoretyków przedsiębiorczości: czy pojęcie przedsiębiorcy odnosi się do przedstawicieli tradycyjnego sektora small businessu, gdzie działalność jest z góry nastawiona na bardzo niewielką skalę, czy też powinno być zarezerwowane dla inicjatorów przedsięwzięć dynamicznych, bazujących na wiedzy, zaawansowanych technologiach, nowoczesnych rozwiązaniach organizacyjnych, itp. Spór ten pozostaje jak dotąd nierozstrzygnięty. Warto jednak odnotować podjęte w ostatnich latach obiecujące próby wyodrębnienia ambitnego segmentu przedsiębiorczości (*high-potential, high-expectation entrepreneurship*) w ramach międzynarodowego programu badawczego dotyczącego aktywności przedsiębiorczej Global Entrepreneurship Monitor⁴. Zakres pojęcia ambitnej przedsiębiorczości ilustruje rysunek 1.

Warto zwrócić uwagę, że kategoria ambitnej przedsiębiorczości jest stosunkowo szeroka i nie ogranicza się wyłącznie do przedsięwzięć *high-tech*. Innowacyjność jest tu bowiem rozumiana bardzo szeroko i uwzględnia także innowacyjne metody w dziedzinie zarządzania, marketingu, a także ekspansywność międzynarodową. Poza tym w ramach pojęcia ambitnej przedsiębiorczości uwzględniamy biznesy, które jakkolwiek nie mogą się wykazać szczególną innowacyjnością, to jednak rozwijają się bardzo dynamicznie.

Rysunek 1. Ambitny segment przedsiębiorczości



Źródło: Opracowanie własne

⁴ E. Autio, *High-Potential Entrepreneurship*, United Nations, Nowy Jork 2003, s. 3.

Z punktu widzenia kształtowania oferty dydaktycznej, zdaniem autora opracowania, uwagę studentów należy koncentrować na ambitnych formach przedsiębiorczości. Tylko bowiem w tego rodzaju przedsięwzięciach studenci będą mogli w pełni wykorzystać wiedzę i umiejętności zdobyte w trakcie studiów. Ważny jest też aspekt finansowy. W wielu sektorach tradycyjnego small businessu pułap możliwych do osiągnięcia dochodów jest stosunkowo skromny. Nie są to zatem dziedziny finansowo atrakcyjne dla osób z wyższym wykształceniem, które mają możliwość uzyskania dobrze płatnej pracy w dużych korporacjach. Dla takich kandydatów na przedsiębiorców zmiana poziomu osiąganych dochodów może nastąpić jedynie w wyniku skutecznego uruchomienia ambitnego przedsięwzięcia biznesowego.

Powyższe uwagi nie negują potrzeby uwzględnienia w ofercie dydaktycznej specyficznych kwestii small businessu, a w tym zwłaszcza problematyki biznesu rodzinnego. Chodzi tylko o to, by stosowne zajęcia dydaktyczne były prowadzone w ramach odrębnych przedmiotów uwzględniających specyfikę obydwu segmentów⁵.

Zawartość merytoryczna i struktura programów dydaktycznych w dziedzinie przedsiębiorczości

Wychodząc z założenia, że celem programów dydaktycznych adresowanych do studentów jest stymulowanie zachowań przedsiębiorczych studentów (działań proaktywnych, innowacyjnych, akceptujących ryzyko), trzeba mieć na uwadze fakt, że podstawowym przejawem zachowań przedsiębiorczych jest uruchomienie nowego biznesu⁶. Z tego względu przedmiot obejmujący problematykę uruchomienia nowego biznesu powinien być traktowany jako podstawowy w ofercie dydaktycznej w zakresie przedsiębiorczości dla studentów szkół wyższych. Wskazują na to wyraźnie doświadczenia amerykańskie, gdzie wiodący podręcznik J. Timmonsa nosi tytuł *New Venture Creation*⁷. W innych podręcznikach, mających zazwyczaj w tytule słowo przedsiębiorczość, podstawowa część materiału dydaktycznego również odnosi się do procesu uruchomienia nowego biznesu.

Kiedy się zaczyna, a kiedy kończy etap uruchomienia nowego biznesu?

Pytanie to jest bardzo ważne ze względu na ugruntowany sposób myślenia, który sprowadza problematykę uruchomienia biznesu do kwestii formalnych, związanych z założeniem firmy. Tymczasem bardzo ważne jest, by w ramach zajęć dydaktycznych wystarczająco dużo uwagi poświęcić działaniom przygotowawczym, a zwłaszcza zidentyfikowaniu i opracowaniu atrak-

⁵ Na uczelniach amerykańskich o rozbudowanej ofercie programowej w dziedzinie przedsiębiorczości przedmioty adresowane do sektora small businessu mają w nazwie określenia *small business* lub *family business*, natomiast użycie w nazwie przedmiotu określenia *entrepreneurship* lub *entrepreneurial* wskazuje na ambitne formy przedsiębiorczości. W ofercie edukacyjnej uczelni zachodnioeuropejskich brak jest na ogół takiego wyraźnego rozdzielenia i jest to postrzegane jako istotny mankament.

⁶ Inne formy aktywności przedsiębiorczej obejmują projekty przedsiębiorcze realizowane w ramach dużych korporacji (intraprzedsiębiorczość), a także przedsięwzięcia non-profit, zmierzające do osiągnięcia określonych celów społecznych (przedsiębiorczość społeczna).

⁷ J.A. Timmons, S. Spinelli, *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill, Nowy Jork 2004.

cyjnego pomysłu na biznes⁸. Z kolei realia gospodarcze pokazują, że proces uruchomienia nie kończy się wraz z formalnym założeniem firmy, lecz obejmuje także rozruch nowego biznesu. Interesującą koncepcją zaadaptowaną przez autora w procesie realizacji własnych programów dydaktycznych jest *platforma stabilnego biznesu*, definiująca zestaw podstawowych parametrów *dojrzałości biznesowej*, których osiągnięcie oznacza, że firma chwyciła przysłowiowy „pierwszy oddech” po starcie i może przystąpić do planowania dalszego rozwoju⁹.

Uruchomienie a zarządzanie małą firmą

Faza uruchomienia charakteryzuje się bardzo wyraźną specyfiką i zarządzanie na tym etapie ma jakościowo inny wymiar niż bieżące prowadzenie firmy. Stąd wydaje się zasadne, by w realizacji procesu dydaktycznego etap uruchamiania był traktowany odrębnie od etapu bieżącego funkcjonowania firmy, która zakończyła fazę rozruchu. Można to osiągnąć poprzez wprowadzenie do oferty programowej oddzielnego przedmiotu (zarządzanie małą firmą), w sekwencji z podstawowym przedmiotem obejmującym etap uruchomienia¹⁰.

Adresaci programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym

Doświadczenia międzynarodowe, zwłaszcza amerykańskie, wskazują na interesujące nowe zjawiska, jakie ujawniły się w ostatnich latach, a które wydają się mieć bezpośrednie odniesienie do sytuacji w naszym kraju. Tak jak wcześniej kształcenie w zakresie przedsiębiorczości było ograniczone do szkół biznesu, tak obecnie tego typu programy szerokim frontem wchodzi do oferty dydaktycznej politechnik, kierunków ścisłych na uniwersytetach, szkół rolniczych, artystycznych itp. Co więcej, okazuje się, że zwłaszcza studenci kierunków technicznych, wzbogaceni o wiedzę z zakresu uruchomienia nowego biznesu mają większe szanse na sukces niż absolwenci kierunków ekonomicznych. Liderami w omawianej dziedzinie są takie uczelnie, jak MIT i Uniwersytet Stanforda. Ta ostatnia uczelnia rozwinęła wyspecjalizowane programy dydaktyczne w zakresie przedsiębiorczości technologicznej, szeroko stosowane w ośrodkach akademickich na całym świecie.

Zdaniem autora, w chwili obecnej istnieje pilna potrzeba wprowadzenia przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości w polskich uczelniach nieekonomicznych. Warto odnotować w tym miejscu inicjatywę Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, by przyspieszyć pozytywne przemiany w tej dziedzinie. Aktualnie w ramach przedsięwzięcia Ministra *Wsparcie Innowacyjnej Przedsiębiorczości Akademickiej* realizowany jest przez autora program szkoleniowo-doradczy dla 20 wykładowców z politechnik i uniwersytetów, przygotowujący uczestników do uruchomienia nowych programów dydaktycznych z zakresu innowacyjnej przedsiębiorczości na macierzystych uczelniach.

⁸ Taka percepcja społeczna jest pochodną poniekąd służącej krytyki biurokratycznych procedur towarzyszących założeniu firmy. Jednak musi niepokoić przekonanie wielu studentów, że bez specjalnego wysiłku mogą mieć znakomity pomysł na biznes, a podstawowa bariera wiąże się z brakiem wiedzy jak dokonać niezbędnych czynności rejestracyjnych.

⁹ Por. J. Cieślík, dz. cyt., s. 369–371.

¹⁰ Tu jednak pojawia się wcześniej sygnalizowany dylemat, w odniesieniu do jakiego segmentu małych firm prowadzimy analizę: czy do tradycyjnego *small businessu*, czy też ambitnych firm, które na początku są małe, ale realizują program przyspieszonego rozwoju, by w stosunkowo niedługim czasie osiągnąć znaczące rozmiary.

Inna interesująca tendencja dotyczy wdrażania programów edukacyjnych i edukacyjno-doradczych z zakresu przedsiębiorczości dla słuchaczy różnego rodzaju studiów podyplomowych i doktoranckich, a także dla pracowników naukowych wyższych uczelni (głównie kierunków technicznych). Przydatność takich programów także w naszym kraju potwierdzają wstępne wyniki pilotażowego projektu szkoleniowo-doradczego, obejmującego 30 doktorantów nauk technicznych w dziedzinie przedsiębiorczości technologicznej¹¹. Zdobyte w trakcie realizacji doświadczenia posłużą do opracowania koncepcji przedmiotu przedsiębiorczość technologiczna na poziomie zaawansowanym dla doktorantów i słuchaczy studiów podyplomowych na kierunkach technicznych.

Stosowane metody i narzędzia dydaktyczne

Metody i narzędzia dydaktyczne, stosowane w nauczaniu przedsiębiorczości przez wykładowców z różnych ośrodków akademickich na całym świecie, są bardzo zróżnicowane, a ich szczegółowa prezentacja wykracza poza ramy niniejszego opracowania. Warto natomiast wskazać na główne tendencje.

Metoda dwuścieżkowa

Metoda ta jest bardzo rozpowszechniona i w zasadzie dominująca w przypadku uczelni amerykańskich. Polega na tym, że różnorodne aspekty uruchomienia i prowadzenia nowego biznesu dyskutowane są przez studentów na warsztatach pod kierunkiem wykładowcy, a równolegle studenci (najczęściej w niewielkich grupach) przygotowują własne projekty biznesowe, kontaktując się między sobą w przerwach między warsztatami. Obydwie ścieżki przeplatają się ze sobą w ten sposób, że pewne kwestie teoretyczne poruszane na warsztatach odnoszone są do konkretnych pomysłów biznesowych przygotowywanych przez studentów. Warto zaznaczyć, że zwłaszcza w przypadku podstawowej wersji przedmiotu, narzucenie studentom obowiązku przygotowania koncepcji biznesu jest traktowane jako pewien zabieg dydaktyczny i nie ma na celu faktycznego uruchomienia, choć nierzadko tak się właśnie zdarza.

Podejście holistyczne

Podejście holistyczne oznacza, że alternatywne rozwiązania poszczególnych kwestii dotyczących funkcjonowania nowej firmy dyskutowane są w kontekście ich znaczenia dla powodzenia całego przedsięwzięcia oraz wpływu, jaki mogą wywierać na inne pozornie odległe dziedziny. Tym samym, w praktyce dydaktycznej niejako odwzorowujemy charakterystyczny dla dynamicznych przedsiębiorców sposób analizy sytuacji i podejmowania decyzji, określany jako przedsiębiorczy styl zarządzania.

Zintegrowany pakiet narzędzi i metod

Dominującą tendencją w nauczaniu przedsiębiorczości na uczelniach zachodnich, a zwłaszcza amerykańskich jest równoległe i współzależne wykorzystywanie przez wykładowców zróżnicowanych narzędzi dydaktycznych. Tradycyjny podręcznik w wersji papierowej nie wyszedł z mody, ale wiodący autorzy oferują równoległe dodatkowe materiały dydaktyczne dla

¹¹ Program ten, realizowany pod kierunkiem autora w pierwszej połowie 2007 r., stanowi element szerszego projektu *Innowator*, zainicjowanego i sfinansowanego przez Fundację na rzecz Nauki Polskiej (FNP).

studentów na rozbudowanej, dedykowanej witrynie internetowej, a także wskazówki metodyczne i dodatkowe narzędzia dla wykładowców. Do tego należy dodać materiały dodatkowe, dostarczane w formie elektronicznej przez wykładowcę.

Zastosowanie metody dwuścieżkowej powoduje zróżnicowanie formy pracy studentów: praca w dużej grupie podstawowej (20–50 osób), w małych grupach nad indywidualnymi projektami (3–5 osób) oraz praca indywidualna. Dodatkowo studenci w ramach programu dydaktycznego odwiedzają funkcjonujących przedsiębiorców, którzy są także zapraszani jako tzw. gościnni wykładowcy (*guest speakers*).

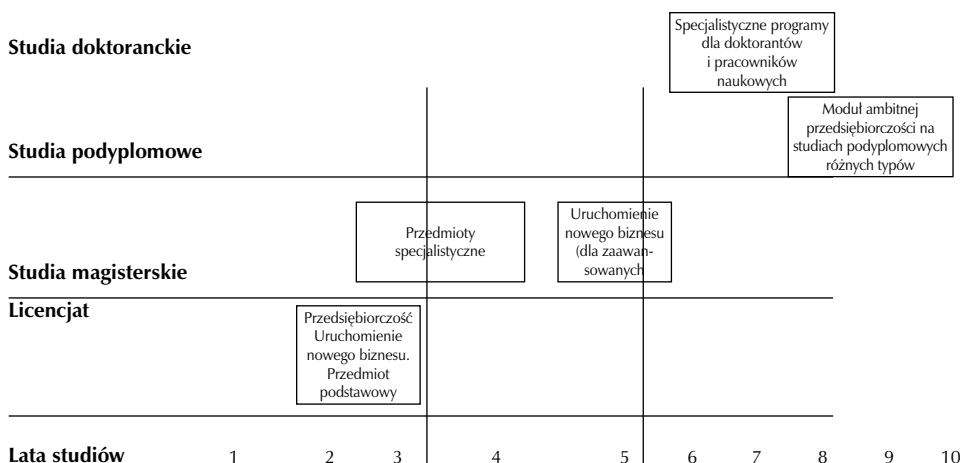
Dominacja blended learningu

Jak wynika z dotychczasowych uwag, w zachodnich programach dydaktycznych z zakresu przedsiębiorczości w szerokim zakresie stosowane są nowoczesne technologie informacyjne z wykorzystaniem internetu, w tym także klasyczne narzędzia e-learningowe. W pierwszej kolejności chodzi tu o dostępne w internecie pakiety narzędziowe umożliwiające przygotowanie w wersji elektronicznej biznesplanu. Jednak generalnie dominują formy mieszane (*blended learning*), gdzie narzędzia i materiały udostępniane w formie elektronicznej uzupełniają bezpośredni kontakt studenta z wykładowcą.

Propozycja całościowego modelu kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na poziomie akademickim

W oparciu o przedstawiony wyżej kluczowe kwestie i aktualne tendencje światowe, a także własne doświadczenia autora można się pokusić o przedstawienie całościowego modelu kształcenia w dziedzinie przedsiębiorczości na poziomie akademickim (Rysunek 2). Uwzględnia on

Rysunek 1. Struktura oferty programowej w zakresie przedsiębiorczości w szkołach wyższych



Źródło: Opracowanie własne

docelowe rozwiązania systemu bolońskiego, zakładającego upowszechnienie trójstopniowego modelu studiów (studia licencjackie, magisterskie i doktoranckie).

W ramach proponowanej koncepcji podstawowy przedmiot z zakresu przedsiębiorczości byłby oferowany studentom w końcowej fazie studiów licencjackich. W kolejnych latach oferta dydaktyczna mogłaby zostać rozszerzona o, zazwyczaj fakultatywne, przedmioty dodatkowe. Na przykładzie wiodących zachodnich ośrodków akademickich dysponujących szeroką ofertę programową w dziedzinie przedsiębiorczości mogą to być przedmioty funkcjonalne (marketing przedsiębiorczy, finansowanie nowych przedsięwzięć, przedsiębiorczość międzynarodowa, franchising), przedmioty narzędziowe (technika pisania biznesplanu), uwzględniające specyfikę branżową (nowe przedsięwzięcia biotechnologiczne, nowy biznes ICT), a także przedmioty adresowane do tradycyjnego sektora small businessu (zarządzanie małą firmą, prowadzenie biznesu rodzinnego). Ważnym rozwinięciem oferty programowej jest uwzględnienie tzw. przedsiębiorczości korporacyjnej (intraprzedsiębiorczości) ze względu na rosnące zainteresowanie tą formą realizacji ważnych projektów innowacyjnych przez duże korporacje.

Bardzo interesujące doświadczenia wiążą się z programami adresowanymi do wyselekcjonowanych grup studentów z końcowych lat studiów, których efektem ma być faktyczne uruchomienie biznesu przez uczestników. W tym przypadku nacisk położony jest w mniejszym stopniu na szkolenie, a w większym na doradztwo oraz *coaching*. Studenci są zazwyczaj kwalifikowani do takich programów w drodze konkursu. Własne doświadczenia w tej dziedzinie zostały zebrane przez autora w trakcie realizacji zakończonego w kwietniu 2007 r. programu dla 120 studentów z 32 szkół wyższych województwa mazowieckiego, finansowanego ze środków UE. W rezultacie udzielonego wsparcia szkoleniowego, doradczego i inwestycyjnego uczestnicy uruchomili ponad 20 nowych przedsięwzięć biznesowych¹². Trzeba jednak wziąć pod uwagę fakt, że ze względu na potrzebę zatrudnienia konsultanta, udzielenia wsparcia finansowego przynajmniej najlepszym projektom, realizacja tego typu programów przez uczelnie będzie możliwa pod warunkiem uzyskania finansowania zewnętrznego. Wydaje się, że takie możliwości pojawią się niebawem w strukturze regionalnych programów operacyjnych, realizowanych przez poszczególne województwa w ramach nowego budżetu EFS 2007–2013.

Jeśli chodzi o kształcenie w dziedzinie przedsiębiorczości na studiach doktoranckich i podyplomowych, obiecujące możliwości rozwoju występują nie tylko w dziedzinie nauk ekonomicznych, ale może nawet w większym stopniu na kierunkach technicznych i nauk ścisłych na uniwersytetach i uczelniach rolniczych. Na podstawie wspomnianych wcześniej pozytywnych doświadczeń w realizacji projektu *Innowator* wydaje się, że wszechmiarowe włączenie przedmiotu przedsiębiorczość technologiczna do programu studiów doktoranckich na wspomnianych kierunkach. W przypadku studiów podyplomowych rosnące zainteresowanie problematyką ambitnych form przedsiębiorczości wynika ze wspomnianej wcześniej popularności projektów intraprzedsiebiorczych w dużych korporacjach. Równolegle w krajach wysoko rozwiniętych obserwujemy interesujące zjawisko, gdzie menedżerowie w średnim wieku porzucają dobrze płatne stanowiska w dużych firmach, by uruchomić własny biznes, wykorzystując zdobyte wcześniej doświadczenia i kontakty. Nie ma wątpliwości, że taka tendencja pojawi się

¹² Projekt *Jak uruchomić własny biznes – program szkoleniowo-doradczy dla studentów*, zrealizowany w ramach Działania 2.5 ZPORR w okresie styczeń 2006 – kwiecień 2007.

wkrótce w naszym kraju, a co za tym idzie – także popyt na szkolenia w zakresie ambitnych form przedsiębiorczości w ramach studiów podyplomowych.

Warto również zwrócić uwagę na współzależność między kształceniem w zakresie przedsiębiorczości w szkołach wyższych a programami dydaktycznymi w zakresie podstaw przedsiębiorczości, realizowanymi w szkołach średnich. W szczególności niepokój budzi zakres tematów określonych w obowiązującej podstawie programowej tego przedmiotu, który w zasadzie obejmuje podstawowe kompendium wiedzy o gospodarce, ale w niewielkim stopniu zachęca i przygotowuje uczniów do podjęcia własnej przygody z biznesem. Jeśli do tego dojdzie mało atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć, to w efekcie przyszłym studentom przedsiębiorczość będzie się kojarzyć z czymś mało konkretnym i w sumie mało przydatnym. Stąd też podejmując długofalowe inicjatywy na rzecz rozszerzenia oferty programowej oraz opracowania narzędzi i metod zwiększających atrakcyjność kształcenia studentów szkół wyższych, trzeba podjąć równoległe działania w szkołach średnich (modernizacja programów, szkolenie nauczycieli).

Jak dogonić wiodące uczelnie amerykańskie?

W świetle omawianych wyżej doświadczeń międzynarodowych, potrzeba rozszerzenia i zwiększenia atrakcyjności oferty programowej w dziedzinie przedsiębiorczości w polskich szkołach wyższych jest oczywista. Z kolei potraktowanie uczelni amerykańskich jako punktu odniesienia wydaje się najbardziej sensowne, ponieważ, poza nielicznymi wyjątkami, uczelnie zachodnioeuropejskie są także opóźnione. Posługując się przykładami z najbliższego sąsiedztwa można wskazać, że pierwszy program w dziedzinie ambitnych form przedsiębiorczości został uruchomiony w Austrii, ojczyźnie J. Schumpetera, na Wiedeńskim Uniwersytecie Ekonomicznym dopiero w 2002 roku. Z kolei pierwszy nowoczesny podręcznik akademicki nawiązujący do standardów amerykańskich w strefie niemieckojęzycznej (Niemcy, Austria, Szwajcaria) został opublikowany w 2004 r.¹³

Poszukując sposobów skutecznego zmniejszenia dystansu dzielącego nas od światowej czołówki, warto przeanalizować podejmowane ostatnio w wielu krajach europejskich inicjatywy, mające właśnie na celu zainicjowanie procesu „doganiania Ameryki”. By go przyspieszyć, uruchamiane są różnorodne inicjatywy o charakterze ponaduczelnianym, a niekiedy także ponadnarodowym. Wspomniany wcześniej nowoczesny podręcznik akademicki w języku niemieckim jest efektem współpracy naukowców niemieckich i szwajcarskich. W Norwegii powstała Norweska Szkoła Przedsiębiorczości, jako wspólna inicjatywa pięciu szkół wyższych z tego kraju. Z kolei w Danii została uruchomiona Akademia Przedsiębiorczości Oeresund, z udziałem dwunastu instytucji akademickich zarówno duńskich, jak i szwedzkich¹⁴. Motywy podejmowania tego typu wspólnych inicjatyw są oczywiste. Przygotowanie nowoczesnych programów dydaktycznych w dziedzinie przedsiębiorczości, materiałów dydaktycznych, podręczników i niezbędnego oprzyrządowania wymaga znacznych nakładów pracy, środków finansowych, a jednocześnie jest bardzo czasochłonne. Celowe jest zatem połączenie wysiłków i zasobów, a następnie wspólne wykorzystywanie opracowanych materiałów i narzędzi w realizacji procesu dydaktycznego.

¹³ U. Fuglistaller, C. Mueller, T. Volery, *Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Oesterreich und der Schweiz*, Gabler, Wiesbaden 2004.

¹⁴ Patrz: A. Lundstrom, L. A. Stevenson, dz. cyt., s. 78 oraz www.oecademy.org.



Podsumowanie

Podsumowując, można stwierdzić, że istnieją obiektywne szanse dla istotnego zmniejszenia dystansu dzielącego polskie szkoły wyższe od liderów kształcenia w dziedzinie przedsiębiorczości, jakim są niewątpliwie uczelnie amerykańskie. Skala i tempo pozytywnych zmian w tej dziedzinie będą zależały w pierwszej kolejności od tego, czy i w jakim zakresie uda się połączyć wysiłki kadry naukowej z różnych uczelni w ramach realizowanych wspólnych inicjatyw o charakterze ponaduczelnianym, a w przyszłości także i międzynarodowym. Ważne jest przy tym, by równoległe następowało niwelowanie tradycyjnie ukształtowanych podziałów na uczelnie publiczne i niepubliczne, a także nawiązana została współpraca między uczelniami reprezentującymi różne kierunki i dyscypliny. Jest to niewątpliwie wyzwanie o charakterze organizacyjnym, ale chyba w większym stopniu kulturowym.

W realizacji różnorodnych inicjatyw dydaktycznych o charakterze ponaduczelnianym bardzo pomocne może okazać się umiejętne wykorzystanie nowoczesnych technologii. To prawda, że w omawianej dziedzinie dzieli nas sporo od ścisłej czołówki światowej. Jednocześnie jednak mamy dzięki internetowi prawie nieskrępowany dostęp do najlepszych światowych praktyk, doświadczeń, narzędzi i metod dydaktycznych. Także w procesie tworzenia i wykorzystywania własnych zasobów dydaktycznych nowoczesne technologie informacyjne mogą spełnić nieoczekiwano rolę.

Warto na koniec podkreślić znaczenie pomocy ze strony państwa. Omawiane wyżej działania, mające na celu rozszerzenie oferty i podniesienie poziomu kształcenia w dziedzinie przedsiębiorczości w uczelniach zachodnioeuropejskich, uzyskują znaczące wsparcie ze środków publicznych, z wyraźną preferencją dla inicjatyw ponaduczelnianych. Wydaje się, że tego rodzaju wsparcie powinno być uruchomione na szeroką skalę także w naszym kraju, zwłaszcza że można przeznaczyć na ten cel środki dostępne w ramach nowych programów operacyjnych EFS 2007–2013.

Realizowany od 2006 r. przez autora program *Przedsiębiorczość dla ambitnych* od samego początku pomyślany był jako inicjatywa ponaduczelniana, w której kluczową rolę odgrywają sieciowe powiązania między wykładowcami przedsiębiorczości z uczelni różnych typów z całego kraju, a w przyszłości także z zagranicy. W programie tym w szerokim zakresie wykorzystywane są nowoczesne technologie informacyjne. Zostały też przetarte ścieżki, jeśli chodzi o finansowanie wybranych projektów ze środków publicznych. Te doświadczenia implementacyjne pozwalają z umiarkowanym optymizmem spojrzeć na możliwości osiągnięcia znaczącego postępu w kształceniu polskich studentów w dziedzinie przedsiębiorczości, w stosunkowo nieodległej perspektywie czasowej.

Bibliografia

- E. Autio, *High-Potential Entrepreneurship*, United Nations, Nowy Jork 2003.
- J. Cieřlik, *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- U. Fueglistaller, C. Mueller, T. Volery, *Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Oesterreich und der Schweiz*, Gabler, Wiesbaden 2004.
- J.A. Katz, *The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurship Education 1876–1999*, „Journal of Business Venturing” 2003, t. 18.
- D.F. Kuratko, *The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges*. „Entrepreneurship Theory & Practice” 2005, wrzesień.

A. Lundstrom, L.A. Stevenson, *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*, Springer, Nowy Jork 2005.
J.A. Timmons, S. Spinelli, *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill, Nowy Jork 2004.

Netografia

Oeresund Entrepreneurship Academy – <http://www.oecademy.org>, [14.05.2007].

Przedsiębiorczość dla ambitnych: Wortal edukacyjno doradczy – <http://www.cieslik.edu.pl>, [14.05.2007].

Abstract

The paper presents major trends in entrepreneurship education at the academic level in developed market economies over the last 30 years. Basing on that presentation as well as on the author's teaching experience, some key critical issues have been identified and an integrated program for enhancing entrepreneurship education in Polish higher level institutions has been formulated.

Nota o Autorze

Autor jest profesorem Wyřszej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego. W latach 1971–1990 pracownik naukowo-dydaktyczny SGPiS (SGH). W okresie 1990–2003 Członek Zarządu, a w latach 1996–2000 Prezes Zarządu Ernst & Young w Polsce. Aktualne zainteresowania dydaktyczne i badawcze dotyczą ambitnych form przedsiębiorczości oraz wdrażania elektronicznych platform edukacyjnych.



Rola uczelni wyższych w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych z perspektywy absolwenta, menedżera i profesora

W opracowaniu dokonano oceny zachodzących po 1989 r. zmian w otoczeniu edukacji wyższej, programach studiów ekonomicznych i relacji zachodzących w tych płaszczyznach między praktyką życia gospodarczego. Uznano, że o ile studia ekonomiczne wyposażają absolwentów w minimum wiedzy i umiejętności niezbędnej do zaistnienia na rynku pracy (występuje tutaj potrzeba dalszego doskonalenia i wzbogacania tego, co już osiągnięto), to ma miejsce niepokojąca nierównowaga w przygotowaniu ich do samodzielnego myślenia, kształtowania postaw przedsiębiorczych, co stanowi wstępną warunek kwalifikacji na stanowiska menedżerskie.

Proces transformacji ustrojowej w Polsce dla sfery edukacji oznaczał głębokie zmiany w systemie kształcenia. Szczególnie było to widoczne w programach studiów uczelni ekonomicznych. Pojawiło się bowiem ogromne zapotrzebowanie na wiedzę ekonomiczną, na absolwentów wyróżniających się kreatywnością i przedsiębiorczością. Władze i kadra dydaktyczna uczelni ekonomicznych sprostały tym wyzwaniom. Przygotowano nowe programy studiów, podjęto liczne przedsięwzięcia – studia zaoczne na uczelniach państwowych, tworzenie ośrodków zamiejscowych, a także powoływanie do życia prywatnych uczelni ekonomicznych. Wszystko to razem umożliwiło zaspokojenie potrzeb zgłaszanych przez gospodarkę rynkową oraz polskie społeczeństwo.

Równolegle zaczęły ujawniać się jednak w coraz większym zakresie negatywne zjawiska wynikające z umasowienia szkolnictwa wyższego, powodujące obniżanie jakości kształcenia. Praktycznie w prawnej próżni, biorąc pod uwagę gwarancje jakości, pozostawała większość uczelni niepaństwowych utworzonych między 1990 a 1997 rokiem. Pozytywne zmiany nastąpiły natomiast w otoczeniu międzynarodowym naszego kraju, przede wszystkim w następstwie przystąpienia do Unii Europejskiej, a w przypadku edukacji, podpisania przez Polskę w 1999 r. Deklaracji bolońskiej. Założono w niej utworzenie do 2010 r. Europejskiego Obszaru Szkolnictwa Wyższego (*European Higher Education Area*) oraz Europejskiego Obszaru Badań Naukowych (*European Research Area*). W rezultacie trzeba się zastanowić nad drogą, jaką przeszła polska edukacja w minionych (przede wszystkim ostatnich dwóch) dekadach.

W opracowaniu dokonano przeglądu sytuacji w uczelniach ekonomicznych w retrospektywie historycznej pod kątem ich roli w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych na podstawie własnych osobistych wyborów i doświadczeń – absolwenta, menedżera i profesora.

Perspektywa absolwenta

Absolwenci szkół średnich podejmujący ponad trzydzieści lat temu decyzję o przystąpieniu do egzaminów wstępnych w Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, nie byli w tak komfortowej sytuacji, jak tegoroczni maturzyści. W Polsce dominowała ideologia, która negowała zasady ekonomii i obniżała społeczny status zawodu ekonomisty (wyjątkiem była tutaj grupa pracowników central handlu zagranicznego). Mimo ideologicznych i politycznych uwarunkowań, profesorowie i pozostali nauczyciele akademicki potrafili jednak przekazać im na tyle rzetelną wiedzę ekonomiczną, że to właśnie głównie absolwenci uczelni ekonomicznych wykazali się przedsiębiorczością i z sukcesami włączyli się w transformację naszego kraju z gospodarki centralnie planowanej do gospodarki rynkowej, w charakterze twórców i animatorów reformy gospodarczej na szczeblu makroekonomicznym oraz jako założyciele tysięcy małych i średnich przedsiębiorstw, menedżerowie w koncernach zachodnich na szczeblu mikro- i mezoekonomicznym.

Niezależnie od wiedzy ekonomicznej, w jaką wyposażano ówczesnych absolwentów, czynnikiem sprzyjającym kształtowaniu ich zdolności organizacyjnych, postaw przedsiębiorczych (do 13 grudnia 1981 r. także postaw obywatelskich) było aktywne funkcjonowanie w uczelniach organizacji studenckich, kół naukowych, a w środowisku studenckim – BPiT „Almatur”, prężnych klubów oraz inicjowanie innych przedsięwzięć o charakterze kulturalnym. Wprawdzie PRL kojarzy się słusznie z siermiężnością, to jednak uczelnie, organizacje studenckie i BPiT „Almatur” dysponowały wtedy łącznie relatywnie większymi środkami finansowymi pochodzącymi z budżetu państwa, niż jest to obecnie. Pozwoliły one te zdolności organizacyjne studentów ujawniać, a następnie doskonalić.

Chroniczne niedobory na rynku wewnętrznym w PRL wymuszały wręcz, i to nie tylko na studentach uczelni ekonomicznych, wykazywanie się przedsiębiorczością. To właśnie wówczas studenckie międzynarodowe obozy pracy, turystyka „handlowa”, praktyki AIESEC umożliwiały dokonywanie swoistej „akumulacji pierwotnej” przyszłym założycielom i właścicielom firm z polskim kapitałem. Nie bez znaczenia pozostaje również fakt, że scholaryzacja w PRL-u stała na niższym niż dzisiaj poziomie. Indeks uczelni ekonomicznej był dobrem rzadkim, nie tak łatwym do uzyskania jak obecnie. Można zatem przyjąć założenie, że ówcześni absolwenci uczelni ekonomicznych charakteryzowali się cechami osobowościowymi (w tym także przedsiębiorczością), większymi niż ma to miejsce obecnie. Masowości kształcenia zawsze będzie bowiem towarzyszyć obniżenie standardów jakościowych.

Perspektywa menedżera¹

Doświadczenia menedżerskie autora opracowania związane były z pracą w latach 1992–1996 w firmie Henkel Cosmetic Sp. z o. o., a następnie Henkel Polska SA oraz w okresie 1996–1999 Kulczyk Tradex Sp. z o. o.

Grupa pierwszych dwudziestu osób zatrudnionych w Henkel Cosmetic Sp. z o. o., wyselekcjonowana spośród setek aplikantów, wyróżniała się bardzo wysokimi kwalifikacjami.



¹ Tekst przedstawiony w punkcie *Perspektywa menedżera*, został oparty głównie o opracowanie mojego autorstwa: P. Deszczyński, *Ocena wiedzy, umiejętności i postaw absolwentów studiów ekonomicznych z perspektywy menedżera i profesora*, [w:] J. Dietl i Z. Sapijaska (red.), *Oczekiwanie biznesu wobec wyższych studiów menedżerskich*, Łódź 2003, s. 50–53.

W zdecydowanej większości byli to absolwenci elitarnego w warunkach PRL-u kierunku – ekonomiki i organizacji handlu zagranicznego, legitymujący się pobytami na praktykach AIESEC w koncernach Europy Zachodniej, będący stypendystami różnych zagranicznych fundacji; kilku kończyło część lub całość studiów za granicą. Charakteryzowali się oni zespołem pozytywnych cech, takich jak kreatywność, otwartość na zmiany, gotowość podejmowania trudnych wyzwań, dynamiczność działania, samodzielność i odpowiedzialność, głód odnoszenia sukcesu – dla których wspólnym mianownikiem była przedsiębiorczość. Bardzo szybko awansowali w ramach tworzonych struktur koncernu bądź też zajmowali eksponowane stanowiska w innych przedsiębiorstwach.

Druga faza zatrudniania w tej firmie wiązała się już z działalnością menedżerów. Przeprowadzali oni rozmowy z kandydatami i dokonywali pierwszej selekcji. Wyłonioną grupę (zazwyczaj trzech osób) kierowano do firmy konsultingowej Istnet, która sporządzała, przy zastosowaniu profesjonalnych procedur, opinie o kandydatach. Po zapoznaniu się z ich treścią menedżer podejmował ostateczną decyzję. Przy zastosowaniu tych procedur pojawiła się bardzo szybko dość zaskakująca tendencja, utrwalająca się zresztą wraz z upływem czasu, że na stanowiskach wymagających samodzielności, kreatywności, samokontroli, odporności na stres, sprostanie dużemu wysiłkowi fizycznemu związanemu z koniecznością częstych wyjazdów, umiejętności nawiązywania kontaktów, przekonywania do swoich racji, lepiej sprawdzali się absolwenci innych kierunków studiów niż ekonomiczne. Wprawdzie brakowało im wiedzy ekonomicznej, ale mając tego świadomość, podejmowali lub byli już absolwentami podyplomowych studiów ekonomicznych, a czasami nawet MBA. Zwiększali tym samym swoje umiejętności oraz atrakcyjność na rynku pracy. Absolwenci studiów ekonomicznych przeważali w sposób zdecydowany w działach związanych z finansami i księgowością, funkcjonujących utartym rytmem, niewymagających ujawniania postaw przedsiębiorczych.

Podobne spostrzeżenia zanotowano w Kulczyk Tradex Sp. z o.o. , co uprawnia do konstatacji, że była to jednak prawidłowość wynikająca z wadliwie funkcjonującego wówczas systemu nauczania, który zmierzał w kierunku szkolnictwa zawodowego, oddalając się coraz bardziej od wykształcenia typu uniwersyteckiego.

Absolwenci uczelni ekonomicznych ciągle mają jeszcze mylne wyobrażenie, że ukończenie określonego kierunku studiów i specjalności jest równoznaczne z przygotowaniem ich jako specjalistów do pracy w konkretnym przedsiębiorstwie. Szukają więc najpierw pracy zgodnej z ich wykształceniem. Obecnie zazwyczaj jej nie znajdują lub jeśli nawet znajdują, to po zatrudnieniu okazuje się, że zakres ich obowiązków daleko odbiega od wyobrażeń, a uzyskana w trakcie studiów wiedza tylko w niewielkim stopniu związana jest z tym, co robią w firmie, a czasami nie jest nawet w ogóle. Absolwenci innych uczelni niż ekonomiczne, aspirujący do podjęcia pracy w szeroko rozumianym życiu gospodarczym, od początku mają świadomość, że ukończone studia przyczyniły się jedynie do ukształtowania ich osobowości, pozwoliły nabrać pewności siebie i tak właściwie muszą uzupełnić swoje wykształcenie przez podjęcie różnych form studiów podyplomowych. Wiedząc też, że ich sytuacja, przynajmniej teoretycznie, przedstawia się gorzej od absolwentów studiów ekonomicznych, gotowi są do podjęcia pracy także na stanowiskach podstawowych.

W okresie „henkelowskim”, kiedy jeszcze przyrost liczby absolwentów studiów ekonomicznych nie nadążał za podażą nowo tworzonych miejsc pracy, nie zdarzało się, aby decydowali się oni podejmować zatrudnienie w charakterze *merchandisera*, nawet wówczas, gdy od początku było wiadomo, że będzie miało ono charakter przejściowy i ma pełnić jedynie funkcję zdobywania doświadczenia w kolejnych szczeblach kariery. Mówili wówczas, że nie po to zdobywali

wyższe wykształcenie, aby teraz biegać po sklepach – to najlepszy komentarz uzasadniający właśnie takie podejście.

Absolwenci studiów ekonomicznych mieli też niewiele większą wiedzę niż absolwenci innych kierunków. Była to przeważnie wiedza bardzo powierzchowna, zdobyta raczej po to, aby zaliczyć przedmiot, zdać egzamin, niż spożytkować ją w przyszłej pracy. Taka postawa wynikała pewnie w dużym zakresie z faktu, że zwłaszcza na wyższych latach studiów studenci nie mieli już złudzeń, że ich oczekiwania a uczelniana rzeczywistość, to w zasadzie dwa zupełnie inne światy. Jeszcze gorzej było (za wyjątkiem obsługi komputera i znajomości języków obcych, gdzie osiągnięto w pełni zadowalający poziom z tendencją do dalszego wzrostu) z umiejętnościami, które wynikały z braku przygotowania absolwentów do samodzielnego rozwiązywania problemów i wysuwania własnych autorskich propozycji. Na uwagę zasługiwała natomiast znaczna determinacja absolwentek studiów ekonomicznych w dążeniu do celu. Chcąc zaistnieć, zrobić karierę, były w stanie poświęcić swoje życie osobiste bądź tak je zorganizować, aby być w pełni dyspozycyjnymi. Przejawiały też większą skłonność do podnoszenia swoich kwalifikacji przez uczestnictwo w kursach czy też innych formach kształcenia, jak studia podyplomowe.

Programy nauczania w uczelniach ekonomicznych i dotychczasowa organizacja studiów powodowały, że czołówka biznesmenów i menedżerów nie została zdominowana przez absolwentów uczelni ekonomicznych. Aby taką rolę pełnić, trzeba być człowiekiem o szerokich horyzontach, dużej kreatywności i samodzielności myślenia, zdolności do kojarzenia faktów i wyciągania prawidłowych wniosków, umożliwiających podejmowanie niekonwencjonalnych decyzji zaskakujących konkurencję, pozwalających uzyskać nad nią przewagę, znaleźć wyjście z sytuacji bez wyjścia. Taka osoba, niezależnie od danych przez naturę zdolności, może się w pełni rozwinąć jedynie na studiach o charakterze uniwersyteckim, a nie zawodowym. Autor opracowania nie widzi nic złego w tym, że absolwenci politologii, prawa, socjologii i innych dyscyplin będą stać na czele kluczowych koncernów, ma jednak równocześnie świadomość, że gdzieś po drodze marnotrawi się potencjał absolwentów studiów ekonomicznych, nie potrafiąc z różnych względów go wyzwolić (dotyczy to także pożądanых postaw przedsiębiorczych).

Perspektywa profesora

Doświadczenia profesorskie autora związane są z pracą w Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, gdzie zatrudniony jest od maja 1980 r. na stanowisku pracownika naukowo-dydaktycznego, a obecnie profesora nadzwyczajnego. W poprzedniej kadencji władz uczelnianych autor pełnił funkcję prodziekana Wydziału Ekonomii i był odpowiedzialny za liczne akredytacje, które wówczas po raz pierwszy przeprowadzone zostały w uczelni przez Państwową Komisję Akredytacyjną – PKA oraz Fundację Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych EPOQS (FPAKE)².

Zmiany w systemie kształcenia okresu transformacji w Polsce autor opracowania postrzega w sposób ambiwalentny. Z pozytywów, sprawą niepodlegającą dyskusji pozostaje fakt, że studenci nie muszą uczyć się już „księżycowej ekonomii”; wprowadzono wiele nowych przedmiotów, które dały im solidne podstawy wiedzy o funkcjonowaniu mechanizmów gospodarki



² Wnioski, jakie zostały wyciągnięte podczas przygotowywania kolejnych raportów akredytacyjnych na potrzeby PKA i FPAKE na poszczególnych kierunkach studiów Wydziału Ekonomii, opisano m.in. w: P. Deszczyński, *Institutional Accreditation as an Instrument of Public Relations*, [w:] *Public Relations: An Instrument for the Transformation and Development of Higher Education, Higher Education in Europe*, UNESCO – CEPES, nr 4/2003, s. 461–470.

rynkowej i dokonujących się procesach w gospodarce światowej. Zmiany te należy traktować jako coś absolutnie oczywistego, choć niewątpliwie kadra naukowo-dydaktyczna, w większości przypadków bardzo szybko potrafiła przystosować się do nowych wymogów. Z drugiej jednak strony „wycięto” przedmioty (całkowicie lub ograniczono drastycznie liczbę ich godzin) z zakresu nauk humanistycznych, takich jak filozofia, politologia i w mniejszym stopniu socjologia, które rozwijają horyzonty człowieka, uczą go samodzielności myślenia. Z tych też powodów mają one trwałe miejsce w programach studiów uczelni ekonomicznych Zachodu. A przecież trudno sobie wyobrazić człowieka przedsiębiorczego, lecz mającego problemy z samodzielnym myśleniem. To są dwie cechy immanentnie ze sobą związane.

Równolegle wzrosło znaczenie przedmiotów z obszaru ekonomii ilościowej. Autor docenia w pełni ich wagę, ale doświadczenia wyniesione z praktyki życia gospodarczego podpowiadają, że większość decyzji, jakie podejmuje menedżer, dotyczy kwestii niedających się w zasadzie skwantyfikować. Co więcej, w warunkach globalizacji liczba zmiennych, które należy uwzględnić przy prowadzeniu działalności gospodarczej wzrasta. Równocześnie dynamika zmian jest tak niewyobrażalnie wielka, że dane statystyczne w momencie ich uzyskania już stają się przestarzałe i zamiast pomagać optymalizować decyzje, w skrajnej postaci mogą doprowadzić do katastrofalnych w skutkach błędów. Potwierdza to m.in. biografia niekwestionowanego autorytetu w sprawach finansowych, Alana Greenspana. Swoje spektakularne sukcesy w latach 1987–2005 zawdzięczał właśnie bardziej intuicji niż ekonometrii³.

Wiedza z ekonomii ilościowej jest niezwykle ważna, ale może być tylko instrumentem pomocniczym przy podejmowaniu decyzji. Jeżeli w wykształceniu ekonomisty przeważa jednak ekonomia ilościowa nad ekonomią jakościową, to ma to dalszy wpływ na jego funkcjonowanie w biznesie. Osoba taka ma niewątpliwie zalety umysłu ścisłego w postaci uporządkowania, umiejętności planowania itd. Problem w tym, że dzisiaj raczej potrzebni są menedżerowie – „wyluzowani”, którzy dadzą sobie radę w warunkach skrajnej niepewności i będą potrafili podejmować decyzje i to szybko w sytuacji niedoinformowania i przeinformowania, czyli będą mistrzami improwizacji⁴.

Ogromne szkody przyniosła masowość kształcenia. Przy niedostatecznej liczbie pracowników naukowo-dydaktycznych kierunków ekonomicznych musiało to nieuchronnie obniżyć poziom kształcenia. Masowość kształcenia zatracą z pola widzenia studenta, staje się on coraz bardziej bezimienny. Masowość kształcenia negatywnie wpływa także na rozwój osobowości i na kształtowanie postaw przedsiębiorczych późniejszych absolwentów.

Trzeba także koniecznie wskazać na równie wielkie niebezpieczeństwo związane z autarkią dydaktyczną, występującą w formach: wydziałowej, kierunkowej, specjalnościowej i katedralnej. Pod pojęciem autarkii dydaktycznej rozumie się tutaj ograniczanie czy wręcz zamykanie oferty dydaktycznej (walki o godziny) do wydziału, kierunku, specjalności i katedry jedynie z partykularnych względów⁵.

Proceder ten bardzo zubaża wykształcenie absolwenta studiów ekonomicznych i obniża jakość kształcenia. W rezultacie mnożone są przedmioty, które w niewielkim tylko stopniu róż-

³ Początki kariery w biznesie A. Greenspana należały do niełatwych. Firma przez niego kierowana zbankrutowała. Jak wspomina, był wówczas w nadmiernym stopniu zafascynowany modelami ekonometrycznymi.

⁴ A.K. Koźmiński, *Szkoły biznesu, czyli park jurajski*, [w:] J. Dietl, Z. Sapijaska (red.), *Oczekiwanie biznesu wobec wyższych studiów menedżerskich*, Łódź 2003, s. 25.

⁵ P. Deszczyński, *Institutional Accreditation as an Instrument of Public Relations...*, dz. cyt., s. 468.

nią się od siebie programem. Studenci mają wykłady i ćwiczenia po kilka razy z tymi samymi pracownikami naukowo-dydaktycznymi, co nie sprzyja kształtowaniu ich szerokich intelektualnych horyzontów, a także postaw przedsiębiorczych. Co więcej, uczelnia zamiast promować pozytywne proobywatelskie wzorce i być dobrze zarządzaną organizacją, tak aby w najbardziej efektywny i skuteczny sposób wykorzystywać swoje zasoby, które posiada, daje studentom sygnał, że liczą się przede wszystkim partykularne interesy, a nie interes studenta i uczelni jako całości. Zagrożenie autarkią dydaktyczną w warunkach kończenia się boomu edukacyjnego, konieczności wycofywania się uczelni publicznych z tzw. zamiejscowych ośrodków studiów w rezultacie zapisów w ustawie o szkolnictwie wyższym z 27 lipca 2005 roku i równocześnie wprowadzania dwustopniowości studiów może się jeszcze bardziej zaostrzyć.

Należałoby zatem w większym stopniu, niż jest to czynione dotychczas, poszerzyć zakres godzinowy przedmiotów fakultatywnych i wprowadzić procedury umożliwiające studentom rzeczywiście swobodny ich wybór. W ten sposób część odpowiedzialności za własne wykształcenie, jego jakość ponosiliby również sami absolwenci. Równocześnie musieliby podejmować decyzje, uczyć się samodzielnego planowania ścieżki studiów i organizowania planu zajęć.

Z doświadczeń menedżerskich autora wynika, że nie sposób przygotować w czasie trwania studiów specjalistów do konkretnego stanowiska pracy. Jest to po prostu niemożliwe, ponieważ tak mocno zróżnicowane są oczekiwania pracodawców. Zależą one przecież od bardzo wielu czynników, m.in. takich jak wielkość firmy (trudno spodziewać się, że małe firmy będą chciały zatrudniać wąsko wyspecjalizowanych fachowców), branża (każda ma swoją odrębność i nie sposób w programach uwzględnić wszystkich, z kolei specjalizacja może zmniejszyć szanse absolwenta na znalezienie pracy) itp. Z tych właśnie względów wielkie korporacje, ale nie tylko, przywiązują ogromną wagę do przeprowadzania różnorodnych szkoleń i podnoszenia kwalifikacji zatrudnionych osób. Spełniają one rolę skutecznego instrumentu, uzupełniającego wiedzę pracownika, a zwłaszcza pozwalającego zintegrować się z grupą i wkomponować w strategię i filozofię funkcjonowania koncernu.

W tej sytuacji im mniejsza jest elastyczność programu studiów, tym większe niebezpieczeństwo, graniczące z pewnością, że oferta edukacyjna uczelni wyższych będzie coraz bardziej odbiegała od zapotrzebowania zgłaszanego przez rynek pracy. Dynamicznie dokonujący się proces globalizacji problem ten zaostrza i jeszcze bardziej zaostrzy. Uczelnia taka stanie się wówczas, jak to obrazowo określił profesor A.K. Koźmiński – *parkiem jurajskim*⁶.

Autor opracowania opowiada się zatem za programem studiów preferującym ogólne wykształcenie, które będzie równoznaczne ze zdobyciem solidnych podstaw wiedzy ekonomicznej, uzupełnionej o przedmioty rozwijające intelekt człowieka. Specjalności na studiach powinny być natomiast realizowane przede wszystkim (po uprzednim teoretycznym wprowadzeniu w analizowaną tematykę) w formie całego cyklu opisów przypadku (case`ów), esejów, sprawozdań z badań, raportów, tak aby student nauczył się rozwiązywać konkretne problemy. Jest to tym bardziej istotne teraz, kiedy na uczelni przychodzi „pokolenie sms-owe”, któremu nie tylko przeszkadza już ortografia języka polskiego, ale ma ono ogromne trudności z pisemnym wyrażaniem myśli i komunikowaniem się. W tej sytuacji wiedza teoretyczna pełniłaby służebną rolę w stosunku do stawianych przed nią konkretnych zadań, mogących wystąpić w praktyce. Wybór specjalności byłby zatem dokonywany bardziej po to, aby móc weryfikować teorię w praktyce, niż pretendować do miana specjalisty z zakresu studiowanej specjalności.

⁶ A.K. Koźmiński, *Szkoły biznesu, czyli park jurajski...*, dz. cyt., s. 25–29.

Istnieje też pilna potrzeba, aby przedstawiciele biznesu włączyli się w proces dydaktyczny ekonomicznych uczelni. Nie chodzi tutaj o cały cykl wykładów, ponieważ taka sytuacja chociażby z powodu występującego deficytu czasu menedżerów jest trudna do przeprowadzenia. Niełatwo znaleźć też przedstawiciela biznesu, niezależnie od ograniczeń czasowych, który merytorycznie podołałby wykładom w ciągu całego semestru. Sensownym rozwiązaniem byłyby zatem wykłady okazjonalne. W wielu uczelniach ekonomicznych w Polsce taka współpraca została podjęta, w tym również w Akademii Ekonomicznej w Poznaniu⁷.

Idealna sytuacja ma miejsce wówczas, gdy następuje przemienność w rozwoju karier menedżerskich i edukacyjnych. Autor nie wyobraża sobie, że mógłby uczyć funkcjonowania mechanizmów rynkowych, gdyby nigdy nie zetknął się z nimi w praktyce. Jak wiadomo, liczba osób występujących w takiej roli na polskich uczelniach ekonomicznych jest nadal zaskakująco duża. Z profesorskich obserwacji autora wynika, że poziom zainteresowania i koncentracji studentów mocno wzrasta, gdy przy okazji rozważań teoretycznych podaje przykłady z własnych menedżerskich doświadczeń.

Rozwijaniem współpracy między biznesem a uczelniami nie są specjalnie zainteresowani menedżerowie. Pewnie źródła takiej postawy są konsekwencją braku przekonania, że może ona przynieść korzyści obu stronom, że to, co się robi na wyższych uczelniach, nijak przystaje do gospodarczej rzeczywistości. Zdaniem autora, pożądanym wzorcem do naśladowania współpracy między biznesem a uczelniami są niemieckie doświadczenia. Koncerny w Niemczech podpisują wieloletnie umowy z uczelniami, w ramach których studenci odbywają w nich praktyki. Sprawiają one studentom wielką satysfakcję, ponieważ zleca się im konkretne zadania do wykonania oraz przygotowanie raportów, częstokroć nawet o innowacyjnym charakterze. Niemieckim menedżerom chodzi tutaj o świeże, krytyczne spojrzenie młodego człowieka, niewykłanęego w jakieś układy pracownicze. Parafrazując A. Einsteina: w firmie o utrwalconych już procedurach funkcjonowania, zazwyczaj wszyscy wiedzą, że czegoś nie da się zrobić. I wtedy pojawia się ten jeden z zewnątrz, który nie wie, że się nie da i on to właśnie robi. Oczywiście do takich przypadków rzadko kiedy dochodzi, ale student wierzy w swoją misję, jego praca ma sens i co najważniejsze, tak jak to jeszcze często ma miejsce w Polsce, nie sprowadza się ona wyłącznie do parzenia kawy i herbaty.

Niezależnie od stymulowania studentów do odbywania praktyk w firmach, zdobywanie przez nich umiejętności organizacyjnych powinno dokonywać się w zdecydowanie większym zakresie, niż ma to miejsce obecnie, przez podejmowanie działalności w parlamencie studentkim, kołach naukowych, a także organizacjach studenckich i różnych innych inicjatywach mających na celu integrację środowiska studenckiego na różnych szczeblach – uczelni, wydziału, kierunku, specjalności, poszczególnych roczników. Wprawdzie będą się oni borykać z barierą w postaci niewystarczających środków finansowych, ale przecież mogą ją przełamać, starając się o finansowanie ze źródeł zewnętrznych. To też jest sposób na kształtowanie postaw przedsiębiorczych oraz inicjowanie kontaktów i współdziałania ze światem biznesu. Po zakończeniu studiów owa aktywność i koneksje bardzo przydają się w znalezieniu interesującej i satysfakcjonującej finansowo pracy.

⁷ Nie jest to jedyny postulat, który wprowadzono w życie i został zidentyfikowany w rezultacie przeprowadzanych akredytacji. Por. P. Deszczyński, *Z akredytacji kierunków Wydziału Ekonomii Akademii Ekonomicznej w Poznaniu przeprowadzonych przez FPAKE – ujęcie krytyczne*, s. 31–37, [w:] *Wybrane problemy dydaktyki w Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.

Aby studia ekonomiczne nie oznaczały tylko przyswajania wiedzy i to nie zawsze tej najbardziej potrzebnej w przyszłym miejscu zatrudnienia, ale służyły zdobywaniu umiejętności, rozwijaniu własnej osobowości oraz kształtowaniu postaw przedsiębiorczych, potrzebny jest nowy impuls, który zmusi do weryfikacji mało elastycznych programów nauczania. Zdaniem autora, tą okolicznością sprzyjającą są tutaj zmiany w funkcjonowaniu uczelni w Polsce, jakie spowodowało wdrażanie *Deklaracji bolońskiej* i będące jej konsekwencją zapisy w *Ustawie o szkolnictwie wyższym* z 27 lipca 2005 r. o obowiązku wprowadzenia dwustopniowości studiów ekonomicznych, a także przeprowadzane procedury akredytacyjne. Wszystko to razem zmusza do rozerwania dotychczasowego „gorsetu programowego” i pozwoli studentom studiów ekonomicznych skorzystać z dobrodziejstw interdyscyplinarnej wiedzy, umożliwiając tym samym rozwój ich osobowości. Kreatywność, otwartość na zmiany, gotowość podejmowania trudnych wyzwań, dynamiczność działania, samodzielność i odpowiedzialność i wreszcie przedsiębiorczość przestaną być rzadkimi cechami absolwenta uczelni ekonomicznych.

Przy dwustopniowej strukturze studiów trzeba bowiem wyodrębnić dwie autonomiczne fazy studiów. W rezultacie dyplom studiów licencjackich z różnych uczelni, także tych niemających nic wspólnego z naukami ekonomicznymi będzie uprawniał do podjęcia studiów magisterskich na uczelni *stricto* ekonomicznej. To z kolei wymaga uelastycznienia oferty programowej studiów ekonomicznych, jej zróżnicowania w taki sposób, aby uwzględnić predyspozycje i oczekiwania kandydatów spoza macierzystej uczelni. Autor referatu zakłada, że liczba studiujących na uczelniach ekonomicznych II stopnia zwiększy się. Studia ekonomiczne staną się bowiem łatwiej osiągalne dla tych osób, dla których 10 semestrów z przedmiotami ekonomii, zwłaszcza ilościowej, były barierą nie do pokonania. Sytuacja ta pozytywnie wpłynie na mobilność i jakość absolwentów na rynku pracy. Często bowiem zdarzało się tak, że wybitny fachowiec (np. informatyk – absolwent politechniki) w ogóle nie rozumiał problemu ekonomicznego, jaki przyszło mu rozwiązać w firmie. Przy dwustopniowym trybie istnieje możliwość skończenia licencjatu na politechnice, a zdobycie tytułu magistra na uczelni ekonomicznej lub odwrotnie. W zasadzie część studentów wyprzedziła już te rozwiązania w praktyce – studiując na dwóch różnych uczelniach jednocześnie.

Dwustopniowość studiów pozwoli też na szybsze reagowanie na sygnały płynące z rynku pracy. Dotychczas programy modyfikowano w cyklu pięcioletnim, teraz wystarczą trzy a w przypadku studiów magisterskich nawet dwa lata. Jeżeli będzie zachowana elastyczność studiów, to taką decyzję będzie mógł w szerokim zakresie podjąć bezpośrednio student. Lepiej dostosowana do wymogów gospodarki rynkowej oferta programowa zwiększy też atrakcyjność studiowania. W dodatku w ramach studiów na polskich uczelniach ekonomicznych już oferowane są liczne wyjazdy na studia zagraniczne w celu zdobycia dodatkowych cennych doświadczeń. Wszystko to razem powinno sprzyjać zwiększaniu samodzielności i odpowiedzialności studentów, a w dalszej konsekwencji także utrwalaniu ich przedsiębiorczych postaw. Jednym słowem młodzi ludzie urodzili się we właściwym miejscu i czasie.

Podsumowanie

W opracowaniu dokonano oceny dokonujących się zmian w otoczeniu edukacji wyższej, programach studiów ekonomicznych i praktyce życia gospodarczego. Uznano, że o ile studia ekonomiczne wyposażają absolwentów w minimum wiedzy i umiejętności niezbędnej do zaistnienia na rynku pracy (występuje tutaj potrzeba dalszego doskonalenia i wzbogacania tego, co już osiągnięto), to ma miejsce niepokojąca nierównowaga, jeśli chodzi o przygotowanie ich do

samodzielnego myślenia, kształtowania postaw przedsiębiorczych, co stanowi wstępny warunek kwalifikacji na stanowiska menedżerskie.

Wyrażono przekonanie, że beneficjentami urzeczywistniania *Deklaracji bolońskiej* w uczelniach o profilu ekonomicznym będą przede wszystkim jej absolwenci. Wskazano również na konieczność zwiększania aktywnego uczestnictwa studentów w różnych formach życia uczelni, takich jak: parlament studencki, organizacje studenckie, koła naukowe, organizacja konferencji itp., które są znakomitą sprawdzianem dla ujawnienia talentów organizacyjnych oraz zbierania przydatnych w późniejszej pracy doświadczeń.

Bibliografia

- P. Deszczyński, *Institutional Accreditation as an Instrument of Public Relations*, [w:] *Public Relations: An Instrument for the Transformation and Development of Higher Education, Higher Education in Europe*, UNESCO – CEPES, nr 4/2003.
- P. Deszczyński, *Ocena wiedzy, umiejętności i postaw absolwentów studiów ekonomicznych z perspektywy menedżera i profesora*, [w:] J. Dietl, Z. Sapijaszka (red.), *Oczekiwania biznesu wobec wyższych studiów menedżerskich*, Łódź 2003.
- P. Deszczyński, *Z akredytacji kierunków Wydziału Ekonomii Akademii Ekonomicznej w Poznaniu przeprowadzonych przez FPAKE – ujęcie krytyczne*, [w:] *Wybrane problemy dydaktyki w Akademii Ekonomicznej w Poznaniu*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.
- A.K. Koźmiński, *Szkoły biznesu, czyli park jurajski*, [w:] J. Dietl, i Z. Sapijaszka, *Oczekiwania biznesu wobec wyższych studiów menedżerskich*, Łódź 2003.

Abstract

The article evaluates the changes within higher education, programmes of the economic studies and relations between those two elements and business practice. The author concludes that the economic studies may give their graduates the minimal knowledge and know-how required by employers (there is a need for improvement of what was achieved so far), but they prepare them to think independently only to a very limited extent and do not develop the entrepreneurial spirit, even if those are most fundamental managerial competences.

Nota o Autorze

Autor jest absolwentem Akademii Ekonomicznej w Poznaniu (kierunek ekonomika i organizacja handlu zagranicznego), doktorem nauk humanistycznych w zakresie nauki o polityce (obrona na Uniwersytecie im A. Mickiewicza w Poznaniu), doktorem habilitowanym nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii (specjalność – stosunki międzynarodowe). Profesor nadzwyczajny Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, w latach 2002–2005 prodziekan Wydziału Ekonomii AE, dwukrotny stypendysta Fundacji im. Friedricha Eberta, wykładowca Ost – West Kolleg w Kolonii, w latach 1992–1997 pracujący na stanowiskach menedżerskich w koncernach zachodnich, autor lub współautor 18 książek oraz kilkudziesięciu innych publikacji dotyczących międzynarodowych stosunków gospodarczych i politycznych, systemów politycznych, public relations.

Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie.

Analiza wyników badań

Kształtowanie społeczeństwa przedsiębiorczego, czyli takiego, w którym przedsiębiorczość staje się udziałem znacznej jego części, jest podstawą budowania konkurencyjnej gospodarki. W takim rozumieniu kształtowanie przedsiębiorczości odnosi się do pobudzania prywatnej inicjatywy, zachęcania do tworzenia planów przedsięwzięć gospodarczych, w których zawarte są pomysły i innowacje.

Intencją wprowadzenia do programu przedmiotu podstawy przedsiębiorczości i innowacji, który od 1991 roku jest wykładany na trzecim roku studiów kierunku ekonomia w Akademii Ekonomicznej w Krakowie, jest zachęcanie do przyjęcia postawy bycia przedsiębiorczym – postawy życiowej wyrażającej się aktywnym i kreatywnym podejściem do rzeczywistości gospodarczej. Celem zajęć jest uświadomienie studentom, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa jest ścieżką rozwoju kariery zawodowej. Studentom przedmiotu przybliżana jest nie tylko teoria przedsiębiorczości, ale i doświadczenia przedsiębiorców i menedżerów w zakładaniu i prowadzeniu przedsiębiorstw.

Badania ankietowe zrealizowane w grudniu 2006 roku na AE w Krakowie wśród słuchaczy tego przedmiotu ukazują, jaka jest motywacja studentów do podejmowania działalności gospodarczej, jakie posiadają doświadczenia i plany związane z karierą zawodową. Wyniki badań określają postawy przedsiębiorcze studentów, ale stanowią także podstawę do dyskusji nad planem zajęć przedmiotu przedsiębiorczość.

Dobre pomysły to zwyczajność, niezwykajni są ludzie, którzy je wdrażają (dostrzegają).

Jon Goodman

Przedsiębiorczość wiązana jest z cechami i zachowaniami osób – przedsiębiorców, ich skłonnością do podejmowania ryzyka, nieustającym poszukiwaniem wyzwań, chęcią osiągania sukcesów, zdolnością do innowacji. Peter Drucker wskazuje, że przedsiębiorczość w organizacji jest sprawą praktyki, motywacji bardziej niż osobowości. Jest pracą¹. Przedsiębiorczość bazuje na ciągłym i niekończącym się procesie uczenia – uczenia się poprzez działanie (*learning by doing*).

¹ P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992.

Przedsiębiorca czerpie swoją wiedzę tak samo z sukcesów, jak i porażek rynkowych². Można wnioskować, że przede wszystkim bogate doświadczenie może owocować podejmowaniem inicjatyw gospodarczych. W swojej książce Peter Drucker podaje praktyczne przykłady osób, które stały się innowatorami dopiero na emeryturze, wykorzystując swoje bogate zawodowe doświadczenie. Z drugiej jednak strony, zachowanie przedsiębiorcy jest rezultatem przypadkowo wywołanych impulsów (instynkt, szczęście) oraz umiejętności przetwarzania rynkowych informacji³. Można uznać, że przedsiębiorczość jest cechą działania, osób z różnych grup wiekowych, z różnym doświadczeniem i motywacją.

Doświadczenie wymaga pokory i czasu, brak doświadczenia powoduje lęk przed działaniem i mnoży wątpliwości. Pojawia się nurtujące pytanie: jak kształtować postawy przedsiębiorcze i umiejętność wykorzystywania szans rynkowych? Znaczącą rolę w tym procesie odgrywa edukacja, zaczynając od szkoły podstawowej, a kończąc na szkołach wyższych, w których kształtowanie postaw przedsiębiorczych polega na przygotowaniu do działalności gospodarczej, nakłanianiu do baczного obserwowania i naśladowania działań przedsiębiorczych, podejmowania praktyk, prac sezonowych, a wreszcie do zakładania własnych firm. Istotą działalności gospodarczej jest *angażowanie zasobów dnia dzisiejszego w przyszłe oczekiwania*⁴, co zawsze oznacza niepewność i ryzyko, którego nie odsunie nawet bogata praktyka. Natomiast zawsze można je ograniczyć, a nawet skalkulować, dzięki wiedzy i umiejętności jej wykorzystania. Promowanie postaw przedsiębiorczych wymaga także wyrozumiałości dla niepowodzeń, którą można wzmocnić przedstawiając studentom uwarunkowania i prawidłowości rozwoju przedsiębiorstw.

Postawy przedsiębiorcze – wyniki badań

Prezentowane badania postaw przedsiębiorczych studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie były realizowane od grudnia 2006 roku do stycznia 2007 r. Ankieta badawcza została skierowana do studentów trzeciego roku kierunku ekonomia. Ankietowani studenci w semestrze zimowym roku akademickiego 2006/2007 byli słuchaczami wykładu *Podstawy przedsiębiorczości* oraz uczestniczyli w ćwiczeniach do tego przedmiotu. Intencją tego przedmiotu jest zachęcanie do bycia przedsiębiorczym, wykształcenie postawy życiowej wyrażającej się aktywnym i kreatywnym podejściem do rzeczywistości gospodarczej. Celem zajęć jest uświadomienie studentom, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa może być alternatywną ścieżką kariery zawodowej⁵. Celem realizowanych badań było nie tylko ukazanie motywacji studentów do podejmowania działalności gospodarczej oraz ustalenie, jakie posiadają doświadczenia i plany związane z karierą zawodową, ale również uzyskanie odpowiedzi na pytanie, jak duża jest grupa osób, które założenie działalności gospodarczej traktują jako ścieżkę kariery zawodowej. Badania te nawiązują do wcześniejszych badań ankietowych, w których respondentami byli absolwenci specjalności *Przedsiębiorczość i innowacje* z lat 1995–2001. Miały one na celu zweryfikowanie założeń programowych prowadzonej specjalności akade-

² M. Minniti, W. Bygrave, *A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning, Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University, 2001.

³ Tamże, s. 5.

⁴ P. Drucker, dz. cyt., s. 34.

⁵ W badaniach ekonomicznych determinantów przedsiębiorczości Aleksandra Gawel wyróżniła i porównała trzy alternatywne profile zawodowe; przedsiębiorcy, quasi-przedsiębiorcy (samozatrudnionego) i bezrobotnego. Zob.: A. Gawel, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2007.

mickiej, a także uzyskanie informacji zwrotnych o rzeczywistych doświadczeniach i karierach zawodowych absolwentów⁶.

Grupa objęta badaniem to blisko 300 osób, które według list z dziekanatu zapisane były na kierunek ekonomia i miały uczestniczyć w zajęciach. Na ankietę odpowiedziały 222 osoby. Po sprawdzeniu poprawności wypełnienia ankiet do analizy zakwalifikowanych zostało 216 arkuszy z odpowiedziami.

Tabela 1. Ankietowani – wiek, miejsce zamieszkania

Wiek	Liczba osób
21	145
22	53
23	12
24	1
20	5
Wielkość miejsca pochodzenia	Liczba osób
Miasto ponad 500 tys.	31
Miasto 200–500 tys.	38
Miasto 100–200 tys.	12
Miasto 20–100 tys.	71
Miasto poniżej 20 tys.	21
Wieś	42
Brak odpowiedzi	1

Źródło: opracowanie własne

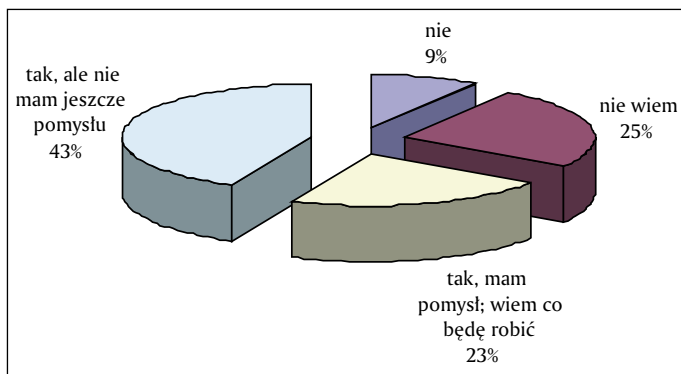
Większość osób z tej grupy to studenci w wieku 21 lat – 145 osób (tabela 1). Studenci w większości byli absolwentami liceum ogólnokształcącego – 213 osób, jedynie 3 osoby ukończyły technikum (handlowe i ekonomiczne). Z 216 studentów kierunku ekonomia, 23 osoby wskazały, że studiują równolegle na innych kierunkach studiów: 9 osób realizowało inne kierunki na Akademii Ekonomicznej, pozostałych 14 osób studiowało na innych uczelniach. Ankietowani studenci przeważnie pochodzili ze średniej wielkości miast liczących między 20 tysięcy a 100 tysięcy mieszkańców (tabela 1).

Studenci w opracowanej ankiecie zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie, czy rozważają możliwość założenia działalności gospodarczej. Aż 66% ankietowanych odpowiedziało na to pytanie pozytywnie, jednakże 43% całej badanej grupy jeszcze nie ma pomysłu, jaka to

⁶ Por. J. Targalski, *Graduates of the Entrepreneurship Programme in Polish business*, „Northern Economic Review” 2002, nr 32, red. Ian Stone, Northumbria University 2002.

będzie działalność, a 23% studentów ma skonkretyzowaną wizję. Jedynie 9% deklaruje, iż nie zamierza zakładać własnej działalności. Pozostała grupa – 25% – nie określiła swych zamierzeń w tej kwestii (rysunek 1). Powyższe wyniki sugerują, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa jest poważnie rozważane jako ścieżka kariery zawodowej.

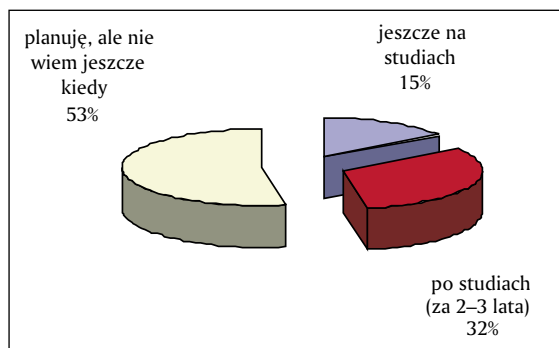
Rysunek 1. Czy rozważasz prowadzenie własnej działalności gospodarczej?



Źródło: opracowanie własne

Odpowiedzi na pytanie: *Kiedy planujesz założenie firmy?* potwierdzają pozytywne nastawienie do działalności gospodarczej. Spośród osób, które rozważają założenie własnej firmy (142 osoby – 66% ankietowanych), 15% chce swoje plany realizować jeszcze na studiach, natomiast 32% respondentów – zaraz po ich zakończeniu (rysunek 2).

Rysunek 2. Kiedy planujesz założenie firmy?



Źródło: opracowanie własne

Osoby, które rozważają założenie własnej firmy zostały poproszone (pytanie zamknięte – wielokrotnego wyboru), aby wskazały, co je motywuje do założenia przedsiębiorstwa. Ankietowani podkreślali chęć bycia niezależnym, oczekiwanie na większe korzyści finansowe. Nie-wiele osób wskazywało na negatywną motywację – obawę przed niezalezieniem atrakcyjnej pracy (tabela 2).

Tabela 2. Co motywuje planujących działalność gospodarczą?

Motywacje	Liczba wskazań	%
chęć bycia niezależnym	118	83,1%
liczę na większe korzyści finansowe	86	60,6%
realizacja własnych zainteresowań	52	36,6%
liczę na elastyczne godziny pracy	43	30,3%
tradycje i biznes rodzinny	23	16,2%
chcę wykorzystać swoje doświadczenie i wiedzę	21	14,8%
mam pomysł	19	13,4%
lubię ryzyko	16	11,3%
samozatrudnienie	16	11,3%
boję się że nie znajdę atrakcyjnej pracy	13	9,2%
mam kapitał	6	4,2%
inne	2	1,4%
Liczba osób odpowiadających	142	

Źródło: opracowanie własne

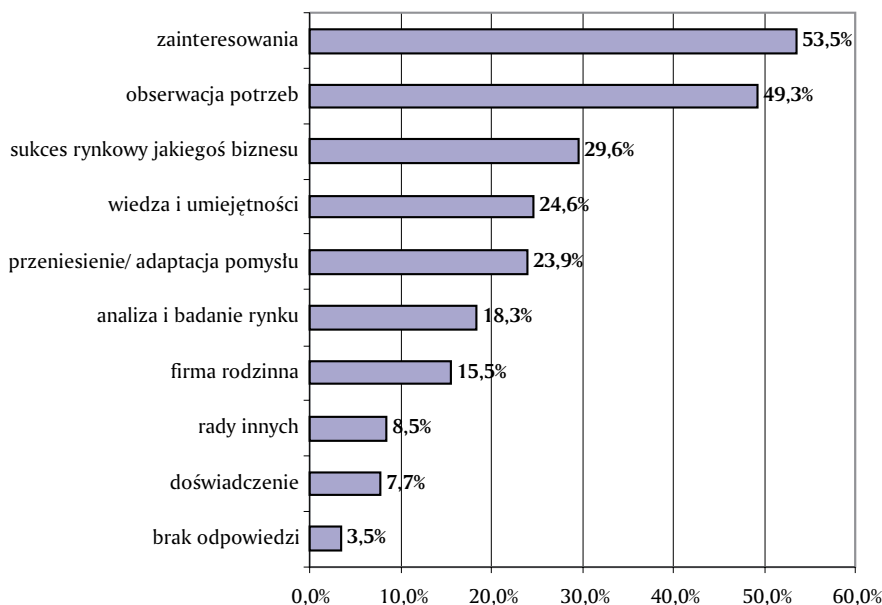
Do rozpoczęcia działalności gospodarczej prowadzi właściwa każdemu motywacja, jednak przyczynkiem do sukcesu jest „dobry” pomysł. Osoby, które rozważają założenie działalności (142) wskazały, skąd będą czerpać (czerpią) pomysły na własny biznes. Większość respondentów wskazuje na własne zainteresowania, równocześnie duża grupa osób koncentruje się na analizie rynkowych potrzeb. Według wskazań, ważny dla pomysłu na biznes będzie sukces innego, obserwowanego przedsiębiorstwa oraz posiadana wiedza i umiejętności. Niezbyt wiele osób wskazuje, że w tej kwestii słucha rad innych. Zadziwia niski wskaźnik odpowiedzi, że źródłem pomysłu staną się doświadczenia zawodowe (rysunek 3).

Niewiele wskazań na doświadczenie jako źródło pomysłu można by tłumaczyć faktem, że studenci nie mają jeszcze dużego doświadczenia zawodowego. Temu jednak przeczą odpowiedzi na kolejne pytanie. Wszyscy ankietowani (216 osób) wskazywali na posiadane doświadczenie (rysunek 4). Najwięcej praktyki studenci nabywają podczas prac sezonowych w kraju i za granicą, pracy w trakcie studiów, pracy w rodzinnej firmie czy wolontariacie. Co prawda ankietowani nie wskazali doświadczenia jako źródła pomysłu na własną firmę, jednak jest ono niewątpliwie (może jeszcze nieuświadomionym i niedocenianym) kapitałem postaw przedsiębiorczych.

Ponad połowa ankietowanych (53,7%) zapytana o preferencje w wyborze praktyk studenckich wskazała, że chce je odbyć w dużej renomowanej firmie. Ten wskaźnik odpowiedzi, jak i przedstawiona wcześniej, deklarowana przez ponad połowę ankietowanych chęć prowadzenia własnej działalności gospodarczej skłania do zastanowienia. Prawdopodobnie ankietowani chcą uczyć się od przedsiębiorstw o ugruntowanej pozycji rynkowej i z dużym doświadczeniem działania na rynku. „Poszukiwanie przedsiębiorczości” w dużych firmach

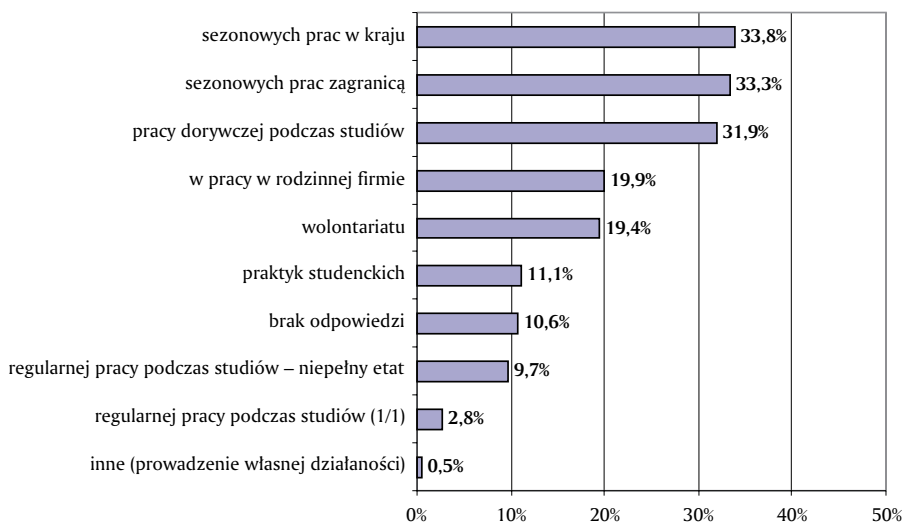


Rysunek 3. Źródła pomysłów na własną działalność



Źródło: opracowanie własne

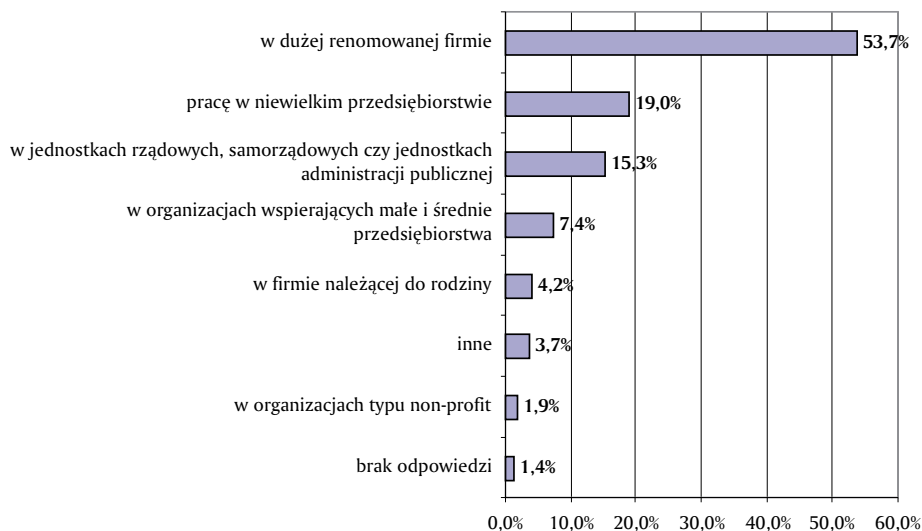
Rysunek 4. Doświadczenie zawodowe ankietowanych



Źródło: opracowanie własne

jest jak najbardziej słuszne. Nie każda bowiem mała nowa firma jest przedsiębiorcza⁷. Jedynie 19% wskazań dotyczyło możliwości podjęcia praktyki studenckiej w niewielkim przedsiębiorstwie (rysunek 5).

Rysunek 5. Preferencje w wyborze praktyk studenckich



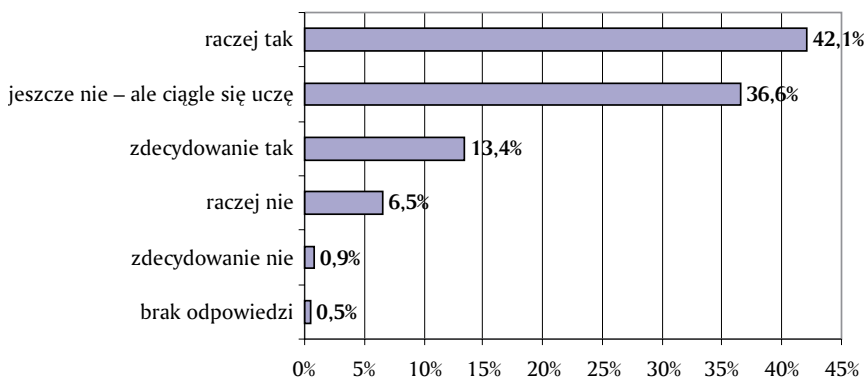
Źródło: opracowanie własne

W kolejnym pytaniu studenci zostali poproszeni o dokonanie samooceny swojej przedsiębiorczej postawy (rysunek 6). Ponad połowa badanych (55,5%) pozytywnie weryfikuje swoją postawę w tej kwestii, przy czym 42% wykazuje wahanie zaznaczając odpowiedź *raczej tak*, a 13% prezentuje postawę zdecydowaną. Blisko 40% uważa, że jeszcze nie może uznać siebie za osoby przedsiębiorcze, ale z zaznaczeniem, iż ciągle się uczą, by takimi być. Odsetek osób, które źle oceniły swoją postawę przedsiębiorczą jest niewielki, stanowi w wersji radykalnej niecały 1% badanych, a ogółem niewiele ponad 7% ogółu badanych studentów.

Przy szczegółowej analizie odpowiedzi uzyskanych w pytaniu zamkniętym – wielokrotnego wyboru, a odnoszącym się do cech osobowości składających się na postawę przedsiębiorczą, niewiele wskazań odniosło się do pomysłowości – zaledwie 28% (tabela 3). Najwięcej badanych wskazało na potrzebę osiągnięć, zdolność współpracy z ludźmi i spostrzegawczość, które kształtowały się na poziomie 45% udzielonych odpowiedzi. Najmniej wskazań dotyczyło umiejętności podejmowania ryzyka (19,4%), inicjatywy (14,4%) i wszechstronnej wiedzy (12,5%).

⁷ P. Drucker, dz. cyt., s. 31.

Rysunek 6. Samoocena postawy przedsiębiorczej



Źródło: opracowanie własne

Tabela 3. Cechy osobowości

Cechy	Liczba wskazań	%
potrzeba osiągnięć	100	46,3%
zdolność współpracy z ludźmi	97	44,9%
spostrzegawczość	90	41,7%
upór, zdecydowanie	81	37,5%
wiara w siebie	62	28,7%
pomysłowość, twórczość	60	27,8%
otwartość na sugestie i krytykę	60	27,8%
elastyczność	59	27,3%
zdolność przewidywania	59	27,3%
optymizm	57	26,4%
energiczność	55	25,5%
chęć zysku	54	25,0%
niezależność	52	24,1%
pozytywne nastawienie do nowych sytuacji	49	22,7%
chęć przewodzenia	44	20,4%
umiejętność podejmowania ryzyka	42	19,4%
inicjatywa	31	14,4%
wszechstronna wiedza	27	12,5%
brak odpowiedzi	1	0,5%

Źródło: opracowanie własne

Wnioski

Wyniki przeprowadzonych badań dotyczących postaw przedsiębiorczych studentów pozwalają na określenie oczekiwań studentów, ich motywacji do podejmowania działalności gospodarczej, posiadanych doświadczeń i planów dotyczących kariery zawodowej.

Wysoka skłonność do podejmowania działalności gospodarczej (66%) przy wysokim deklarowanym braku pomysłu na własną firmę (43% wskazań), która stanowiła aż 65% w tej grupie, skłania do podkreślenia tej problematyki w programach kształcenia. Istotnym problemem jest to, że studenci nie doceniają wagi i roli własnych zainteresowań. Zainteresowania mogą stanowić załączek własnej działalności gospodarczej i w konsekwencji przełożyć się na większe zaangażowanie i prawdopodobieństwo powodzenia przyszłej firmy. Podobnie dzieje się w przypadku pozyskanego już doświadczenia zawodowego, jakie posiadają studenci, a które jest pomijane jako źródło pomysłu na własną działalność gospodarczą. Świadczyć to może o konieczności weryfikowania i ukierunkowywania podejmowanych prac, ale i o eksponowaniu wartości dotychczas podejmowanych inicjatyw i doświadczenia zawodowego. Być może przyczyna tkwi w małej kreatywności i umiejętności adaptowania pomysłów do realiów rynkowych. Na niski poziom pomysłowości wskazują zresztą sami studenci, gdyż wymieniając cechy własnej osobowości jedynie niecałe 28% wskazało na tę cechę. Barierą na drodze do własnej firmy jest również niski poziom skłonności do podejmowania ryzyka, gdyż tylko 19% studentów wskazuje na tę cechę. Można zatem sugerować, by w programie kształcenia w zakresie przedsiębiorczości położyć większy nacisk na zagadnienia dotyczące ryzyka (podejmowanie decyzji, analiza, ograniczanie, funkcjonowanie w niepewnych warunkach). Najmniej wskazań podczas analizy cech przedsiębiorczej osobowości dotyczyło podejmowania inicjatywy (14,4%) i posiadania wszechstronnej wiedzy (12,5%). Wyniki te sugerują konieczność pobudzania aktywności, chociażby poprzez angażowanie studentów w projekty. Ważnym zagadnieniem staje się również umiejętność łączenia wiedzy pozyskanej na dotychczasowych etapach edukacji i przygotowanie do praktyki gospodarczej, tym bardziej, że 47% studentów w badanej grupie planuje założyć na studiach lub w ciągu 2–3 lat po ich ukończeniu własną firmę. Rozwiązaniem mogłyby być zintensyfikowane kontakty z biznesem.

Bibliografia

- P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość*, PWE, Warszawa 1992.
A. Gawęł, *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2007.
M. Minniti, W. Bygrave, *A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Baylor University, 2001.
J. Targalski, *Graduates of the Entrepreneurship Programme in Polish business*, „Northern Economic Review” 2002, nr 32, red. Ian Stone, Northumbria University 2002.

Abstract

In the European Union there has been a growing interest in education of entrepreneurship. Programs and agendas present ideas for shaping entrepreneurial attitudes of groups at different age. Entrepreneurship is fundamentally viewed as a process of creating value, both by individuals and organizations. It is described as the outcome of superior alertness possessed by selected individuals in the population. But, once an opportunity is recognized, can entrepreneurs go for its exploitation? Are we able to train entrepreneurial individuals? This paper is a contribution to the research on entrepreneurial attitudes among young

people. The article is based on a survey conducted at the Cracow University of Economics among third year students who attended an academic course on entrepreneurship. The article synthesizes students' opinions, experience and plans for the nearest future. The research focuses on the question whether the young people consider being an entrepreneur as a path for professional career. Collected data could be used as a basis for discussion on curriculum of a course on entrepreneurship at universities.

■ Noty o Autorach

Jan Targalski jest profesorem, kierownikiem Katedry Przedsiębiorczości i Innowacji w Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Od początku lat 90. interesuje się naukowo problematyką przedsiębiorczości i zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami, warunkami ich powstawania i prawidłowościami rozwoju.

Małgorzata Kosała pracuje na stanowisku adiunkta w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Jej zainteresowania naukowe dotyczą tematyki zarządzania organizacjami, rozwoju przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień w zakresie innowacyjności i kreatywności.

Agnieszka Pichur jest adiunktem w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Jej zainteresowania naukowe dotyczą wspierania przedsiębiorczości, zarządzania w przedsiębiorstwach rodzinnych i sektorze MSP. Zainteresowania i projekty badawcze obejmują także informatyzację oraz internet.

Nowe podejście do kształcenia informatyka-ekonomisty na uczelniach wyższych w Polsce

Niniejsze opracowanie porusza problem wykształcenia absolwentów z dziedziny informatyki ekonomicznej, która dotychczasowo traktowana marginalnie w ekonomicznym procesie dydaktycznym, nie zapewniała wystarczającego merytorycznego, a w szczególności praktycznego przygotowania do zawodu informatyka. W wyniku ponadtrzyletnich badań Instytutu Informatyki Ekonomicznej Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nad doskonaleniem kształcenia w tym zakresie, ustalono nowe wytyczne, konieczne do spełnienia, aby realizowany program dydaktyczny w pełni odpowiadał zarówno bieżącym rozwiązaniom i technologiom informatycznym, jak i wymaganiom rynku pracy. Opracowanie koncentruje się na elastycznym modelowaniu sylwetki absolwenta, które poprzez ścisłe odniesienie do praktyki, na bieżąco odpowiada zapotrzebowaniu rynkowemu.

Problematyka informatyki ekonomicznej pojawiła się wraz z przekształceniem Instytutu Informatyki Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu w Instytut Informatyki Ekonomicznej¹. Obejmuje ona obszar naukowy powstały z odniesienia metod, środków i technik komputerowych do ich wykorzystania w szeroko pojmowanej ekonomii. Na bazie nowej dyscypliny wyklarowała się również nowa kategoria absolwenta informatyka-ekonomisty, która choć z jednej strony daje studentom wiele możliwości kwalifikacyjnych, to stawia jednocześnie wysoko poprzeczkę dla programów kształcenia w tym zakresie. Aby zapewnić młodym ludziom należyte wykształcenie w tej dziedzinie, Instytut podjął badania nad doskonaleniem kształcenia informatycznego w uczelniach ekonomicznych. W tym celu została przeprowadzona analiza i ocena programów kształcenia nie tylko w Polsce, ale także w Europie i Stanach Zjednoczonych. Na bazie doświadczeń krajów zachodnich oraz po uwzględnieniu uwarunkowań polskiego szkolnictwa wyższego, ustanowiono model wzorcowy, a następnie zbudowano modele kształcenia w zakresie informatyki ekonomicznej w różnych horyzontach czasowych. Ponadto ustalono przesłanki i wytyczne realizacyjne do zmian, jakie powinny zajść w ramach kształcenia informatyków-ekonomistów, aby poziom ich wykształcenia odpowiadał nie tylko wymogom krajowego rynku pracy, lecz również był zgodny z europejskim poziomem nauczania.

¹ A. Nowicki (red.), *Doskonalenie kształcenia informatycznego na kierunku Informatyka i Ekonometria na Wydziale Zarządzania i Informatyki AE we Wrocławiu, Cz.1. Identyfikacja kształcenia w obszarze informatyki*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2004, s. 12.

Problematyka kształcenia informatycznego na uczelniach o profilu ekonomicznym

Przedmiotem zainteresowania prac badawczych Instytutu stało się doskonalenie kształcenia informatycznego na uczelni ekonomicznej. Informatyka ekonomiczna jako dziedzina nauki nie odgrywa w dalszym ciągu istotnej roli w procesie kształcenia ekonomicznego. Problem stanowi postrzeganie jej jako mniej znaczącej i funkcjonalnej niż informatyka uprawiana w uczelniach technicznych. Jednak to właśnie „miękkie” podejście, ukierunkowane na zastosowanie w obszarach zarządzania, wprowadza informatykę w wymiar nowej kategorii, realizowanej poprzez pryzmat procesów ekonomicznych i biznesowych. W obecnych czasach szybkiego postępu technologicznego i wykorzystywania osiągnięć informatycznych niemalże w każdej dziedzinie życia, nie istnieje praktycznie możliwość prowadzenia jakiegokolwiek działalności gospodarczej bez wspomagania ze strony technik komputerowych. Rzuca to nowe światło na realizację procesu kształcenia informatycznego, głównie na uczelniach o profilu ekonomicznym. Pojawiają się nowe możliwości zarówno w obszarze rozwoju naukowego, jak i w sferze praktycznych zastosowań. O rosnącym zainteresowaniu dydaktyką z zakresu informatyki ekonomicznej świadczą liczne inicjatywy i projekty europejskie wspierające ten właśnie obszar, w których biorą udział także polskie uczelnie, m.in. AE we Wrocławiu – program BIN-Net (*Business INformatics Network in Common Europe*).

Na krajowych uczelniach ekonomicznych program kształcenia informatycznego realizowany jest w ramach kierunku informatyka i ekonometria, gdzie studenci zdobywają wiedzę zarówno z zakresu informatyki, jak i metod ilościowych. Główny jednak problem kształcenia w tym zakresie leży w strukturze nauczania na specjalnościach informatycznych. Na przedmioty specjalnościowe przeznaczonych jest jedynie 15% ogółu godzin w całym procesie dydaktycznym². Oznacza to, że tylko taki odsetek godzin przypada na przedmioty ściśle informatyczne, co jest zdecydowanie niewystarczające do należytego przygotowania absolwenta do pełnienia funkcji na stanowiskach informatycznych po ukończeniu studiów.

Dodatkowe wyzwania pojawiają się wraz z realizacją procesu bolońskiego i wprowadzeniem dwustopniowości kształcenia na uczelniach wyższych. Program realizowany na poziomie studiów licencjackich w ciągu 3 lat, nie zapewnia właściwego przygotowania zawodowego dla informatyków. Ponadto obecny poziom nauczania, przejawiający się zbyt niskim poziomem wnikliwości merytorycznej (co wynika z niedoborów godzinowych), obciążony jest dodatkowo brakiem odpowiednich pakietów narzędziowych oraz wymaganego sprzętu.

Inicjatywa badań Instytutu Informatyki Ekonomicznej miała na celu identyfikację problematyki kształcenia informatycznego oraz wyznaczenie kierunku działań niezbędnych do poprawienia warunków nauczania informatyków-ekonomistów. W wyniku trzyletnich prac badawczych zostały sformułowane wnioski oraz przesłanki do dalszych działań. W opracowanych modelach kształcenia ujęte zostały warunki konieczne do spełnienia w procesach doskonalenia nauczania w zakresie informatyki ekonomicznej. Uwaga członków zespołu badawczego została skupiona na modelowaniu sylwetki absolwenta, jako punktu wyjściowego przy opracowaniu programu kształcenia.

² A. Nowicki (red.), *Doskonalenie kształcenia informatycznego na kierunku Informatyka i Ekonometria na Wydziale Zarządzania i Informatyki AE we Wrocławiu. Cz.3. Koncepcja kształcenia w obszarze informatyki ekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2006, s. 88.

Modelowanie procesu kształcenia absolwenta informatyka-ekonomisty

Istotą kształcenia informatyka-ekonomisty jest odniesienie się do programu dydaktycznego poprzez modelowanie pożądanej sylwetki absolwenta. Zgodnie z założeniami programu kształcenia informatycznego na uczelni ekonomicznej, absolwent powinien posiadać wiedzę ekonomiczną obejmującą procesy biznesowe oraz specjalistyczne umiejętności informatyczne zgodne z profilem obranej specjalności.

Treści programowe kształcenia informatycznego zawierają się obecnie w następujących grupach przedmiotowych³:

- przedmioty obejmujące podstawy informatyki oraz informacyjnych systemów zarządzania,
- informatyczne przedmioty specjalistyczne, obejmujące nowoczesne narzędzia i metody,
- przedmioty ogólnoeconomiczne, teorie zarządzania, metody ilościowe oraz podejmowania decyzji.

Wyróżnione grupy odnoszą się do aspektu merytorycznego zdobywanej wiedzy, który jest najczęściej odzwierciedleniem tendencji rozwoju naukowego. Jednak dla absolwenta istotne jest wykorzystanie nabytych podczas studiów umiejętności w praktyce. Warunek ten może zostać spełniony, gdy proces dydaktyczny od początku ukierunkowany jest na zastosowanie praktyczne. Opracowany przez zespół badawczy model perspektywiczny kształcenia informatycznego odniesiono do norm i wytycznych europejskich, a także do wymogów oraz warunków polskich ekonomicznych uczelni wyższych. Przede wszystkim jednak uwzględniono zapotrzebowanie rynku pracy na stanowiska informatyczne. Skoncentrowano się głównie na zapewnieniu mu elastyczności, aby najlepiej dopasować go do zachodzących zmian w otoczeniu zarówno naukowym, jak i gospodarczym.

Modelowanie procesu kształcenia zostało oparte na sylwetce absolwenta, której wyznacznikiem stały się poszczególne specjalności informatyczne, a następnie specjalizacje. Budowa profilu absolwenckiego bazuje zatem na modelowaniu specjalności w ramach kierunku. Jako że absolwent oznacza specjalistę informatyka, merytorycznie przygotowanego do wykorzystywania nabytych umiejętności w praktyce, w modelu znajdujemy odniesienie do wiedzy zdobywanej podczas studiów oraz do jej wykorzystania w przyszłym zawodzie.

Na rysunku 1 przedstawiono w formie graficznej algorytm, zamieszczony w raporcie dotyczącym doskonalenia kształcenia informatycznego, obrazujący poszczególne etapy modelowania sylwetki absolwenta⁴. Kategorie stanowisk pracy stanowią odwzorowanie zapotrzebowania rynku, natomiast obszary dziedzinowe informatyki ekonomicznej dotyczą bieżących osiągnięć i tendencji naukowych w ramach informatyki. Następuje połączenie koncepcyjne obszaru nauki i praktyki poprzez ich koniunkcyjne nałożenie, wynikające z bezpośredniego odniesienia praktycznych wymogów na poszczególnych stanowiskach do odpowiednich zasobów posiadanej wiedzy i umiejętności. Następnie, po ustaleniu specjalności, wyznacza się profile specjalizacji. Wymóg elastyczności modelu wymusza osadzenie tego poziomu w płaszczyźnie przedmiotów do wyboru w odpowiednich blokach specjalizacyjnych, wyni-

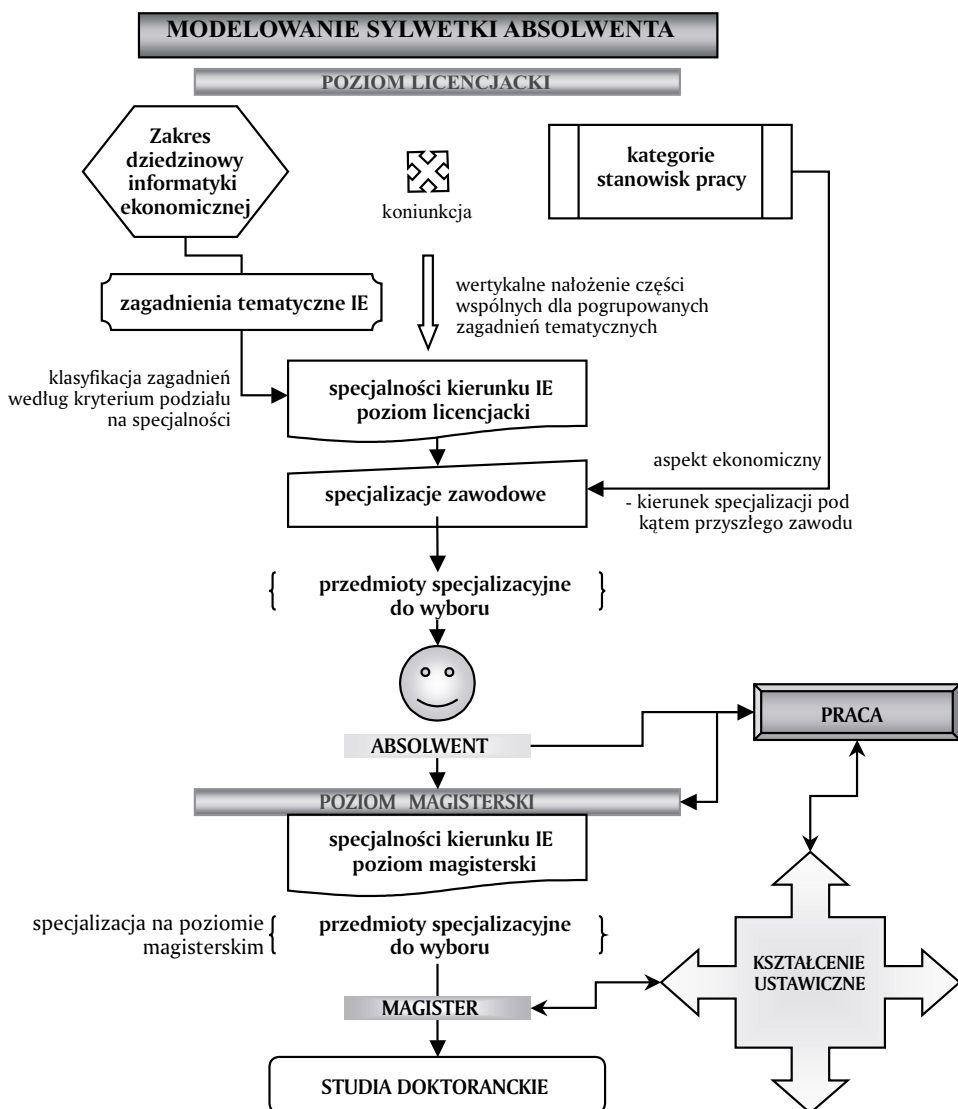
³ Porównaj: A. Nowicki (red.), *Doskonalenie...*, cz. 3, dz. cyt., s. 85.

⁴ A. Nowicki (red.), *Doskonalenie...* Cz. 3, dz. cyt., s.133.

kających bezpośrednio z ekonomicznego aspektu wykorzystania zagadnień dziedzinowych obszarów naukowo-dydaktycznych oraz ich ukierunkowania na praktyczne wykorzystanie w przyszłym zawodzie.

Cały proces kształcenia zorientowany jest na praktyczne przygotowanie do zawodu, co zostało odzwierciedlone w podziałach na specjalności, a następnie na specjalizacje.

Rysunek 1. Modelowanie sylwetki absolwenta w zakresie informatyki ekonomicznej



Praktyczne przygotowanie do zawodu na specjalnościach informatycznych

Podczas modelowania sylwetki absolwenta, w ramach zorientowania na przygotowanie do zawodu, szczególną uwagę należy zwrócić na oczekiwania rynku pracy, które reprezentują oferowane stanowiska. Podczas badań Instytutu została przeprowadzona analiza rynku pracy⁵, co pozwoliło wyodrębnić funkcyjnie następujące kategorie stanowisk informatycznych⁶:

- analitycy,
- programiści/projektanci,
- wdrożeniowcy,
- kontrolerzy jakości systemów/konsultanci,
- menedżerowie projektów informatycznych,
- administratorzy, konsultanci techniczni,
- specjaliści IT (w znaczeniu ogólnym),
- projektanci WWW, graficy komputerowi,
- specjaliści komputerowego przygotowania druku (*DeskTop Publishing* – DTP),
- sprzedawcy produktów i usług informatycznych.

W wyniku ścisłego połączenia teorii i praktyki, stanowiska pracy znajdują odniesienie w poszczególnych umiejętnościach praktycznych popartych zasobami wiedzy zdobywanej podczas studiów. Reprezentowane są one poprzez obszary dziedzinowe informatyki ekonomicznej, o których mowa już była wcześniej. Opracowany model perspektywiczny odniósł się do następujących dziedzin, wynikających z bieżącego zainteresowania naukowego w tym obszarze:

- problematyki społeczeństwa informacyjnego,
- analizy systemów informacyjnych i procesów biznesowych,
- architektury systemów informatycznych/oprogramowania,
- technologii baz danych i baz wiedzy,
- technologii sieciowych i teleinformatycznych (gospodarka elektroniczna),
- inżynierii IT.

Bezpośredni związek, istniejący pomiędzy praktycznym wykorzystaniem technologii informacyjnych a merytorycznym zakresem programu kształcenia informatycznego, wpływa na konieczność ciągłej kontroli spójności procesów dydaktycznych z wymogami praktyki.

Proces nakładania się obszarów naukowych i praktycznych można zobrazować poprzez macierz, której wiersze są reprezentowane przez kategorie stanowisk pracy, natomiast kolumny odpowiadają obszarom dziedzinowym. Dla wyznaczenia specjalności koniecznych do powołania w ramach kierunku możemy ustalić, iż macierz $A_{m \times n}$ jest macierzą zero-jedynkową, w której brak zbieżności będzie reprezentowany przez $A[i,j] = 0$, gdzie $i = 1..m$, $j = 1..n$, natomiast występowanie koniunkcji przez $A[i,j] = 1$.

Przedstawiając połączenie wymienionych kategorii stanowisk pracy oraz obszarów zainteresowania informatyki ekonomicznej w postaci macierzowej, uzyskujemy macierz $A_{m \times n}$ wymiaru 12×6 gdzie m to liczba kategorii stanowisk informatycznych, natomiast n to liczba obszarów dziedzinowych (tabela 1).

⁵ Zobacz: tamże, rozdział 4, s. 37.

⁶ Tamże, s. 104.

Tabela 1. Macierz koniunkcji kategorii stanowisk pracy i obszarów dziedzinowych naukowo-dydaktycznych

$A[i,j]$	a_{i1}	a_{i2}	a_{i3}	a_{i4}	a_{i5}	a_{i6}
a_{1j}	1	1	1	1	1	0
a_{2j}	0	0	1	1	1	1
a_{3j}	0	0	1	1	1	1
a_{4j}	1	1	1	1	1	0
a_{5j}	1	1	1	1	1	0
a_{6j}	1	1	1	1	1	1
a_{7j}	0	0	0	0	1	1
a_{8j}	1	1	1	1	1	1
a_{9j}	1	1	1	1	1	1
a_{10j}	0	0	0	0	1	1
a_{11j}	0	0	0	0	1	1
a_{12j}	1	1	1	1	1	1

Źródło: opracowanie własne

Wyznaczenie rzędu macierzy, polegające na eliminacji wektorów liniowo zależnych, pozwala na ustalenie liczby specjalności. Zakres dydaktyczny specjalności wyznaczany jest poprzez połączenie obszarów merytorycznych, odpowiadających zależnym liniowo wektorom danej macierzy. Nazwa ich natomiast jest już kwestią umowną, wynikającą z wyróżnionych obszarów.

Zarówno obszar specjalności, jak i specjalizacji nie powinien być hermetycznie zamknięty w obrębie informatyki. Charakter informatyki ekonomicznej wskazuje na jej interdyscyplinarność i rolę wspomagającą wobec wszystkich dyscyplin ekonomicznych, biznesowych i nie tylko.

Poza odpowiednim przygotowaniem merytorycznym materiału dydaktycznego nauczania w zakresie informatyki ekonomicznej zmiany powinny dotyczyć również sposobu prowadzenia zajęć. Wraz z nowym podejściem do kształcenia informatycznego, kadra nauczająca powinna spełniać następujące wymogi⁷:

- odznaczać się wysokim poziomem profesjonalizmu zawodowego poprzez łączenie teorii i praktyki, co może zostać spełnione jedynie przy bieżącym stanie wiedzy dotyczącej zmian metodologicznych, technologicznych i sprzętowych;
- wykazywać się elastycznością w odniesieniu do programu dydaktycznego oraz metodologii prowadzenia zajęć;
- brać czynny udział w projektach zewnętrznych realizowanych w ramach innych dyscyplin ekonomicznych.

Biorąc pod uwagę specyfikę dyscypliny, jaką jest informatyka, wsparcie przy modelowaniu procesu nauczania ukierunkowanego na przygotowanie praktyczne studentów, powinno

⁷ A. Nowicki, *Kierunki zmian w procesie nauczania współczesnego ekonomisty-informatyka*, [w:] A. Nowicki, W. Olejniczak (red.), *Dydaktyka informatyki ekonomicznej – kształcenie dla społeczeństwa informacyjnego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2003, s. 36.

występować przede wszystkim od strony zaplecza technicznego. W tym celu koniecznym jest, aby sale wykładowe zaopatrzone były w sprzęt audiowizualny, a pomieszczenia laboratoryjne umożliwiały nie tylko prezentację rozwiązań i produktów informatycznych, lecz także dawały możliwość pracy na aktualnie wykorzystywanym w kraju standardzie sprzętowym do wykonywania zadań praktycznych, z jakimi studenci mogą się spotkać w przyszłej pracy, po ukończeniu studiów. W tym celu niezbędne staje się prowadzenie współpracy z dostawcami rozwiązań informatycznych i oprogramowania, co dodatkowo stwarza możliwości odbywania praktyk czy uczestnictwa studentów w pracach projektowych organizowanych przez zadeklarowanych partnerów.

Podsumowanie

Rozwój kształcenia w zakresie informatyki ekonomicznej wymaga wielu zmian zarówno w samym programie dydaktycznym, jak i w sposobie postrzegania go jako pewnego ognia łączącego pozostałe dziedziny nauki. Interdyscyplinarny charakter informatyki sprawia, że zacierają się granice dydaktyczne, a współpraca informatyki ekonomicznej ze środowiskami ekonomicznymi, reprezentowanymi przez nauki o zarządzaniu i organizacji, ekonomii czy nauki o metodach ilościowych może wzajemnie stymulować ich rozwój poprzez dzielenie się doświadczeniem oraz organizację wspólnych projektów naukowo-badawczych.

Elastyczne podejście do problemu modelowania programu kształcenia opartego na sylwetce absolwenta pozwala na lepsze osadzenie dydaktyki w turbulentnym otoczeniu, zapewniając studentom możliwość pracy nad aktualnymi problemami, z jakimi mogą się spotkać w swoim przyszłym miejscu pracy.

Bibliografia

- A. Nowicki (red.), *Doskonalenie kształcenia informatycznego na kierunku Informatyka i Ekonometria na Wydziale Zarządzania i Informatyki AE we Wrocławiu. Cz. 1. Identyfikacja kształcenia w obszarze informatyki*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2004.
- A. Nowicki (red.), *Doskonalenie kształcenia informatycznego na kierunku Informatyka i Ekonometria na Wydziale Zarządzania i Informatyki AE we Wrocławiu. Cz. 2. Analiza i ocena kształcenia w obszarze informatyki ekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2005.
- A. Nowicki (red.), *Doskonalenie kształcenia informatycznego na kierunku Informatyka i Ekonometria na Wydziale Zarządzania i Informatyki AE we Wrocławiu. Cz. 3. Koncepcja kształcenia w obszarze informatyki ekonomicznej*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2006.
- A. Nowicki, *Kierunki zmian w procesie nauczania współczesnego ekonomisty-informatyka*, [w:] A. Nowicki, W. Olejniczak (red.), *Dydaktyka informatyki ekonomicznej – kształcenie dla społeczeństwa informacyjnego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2003.
- A. Nowicki, *Problematyka badawcza w zakresie informatyki ekonomicznej realizowana w Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, [w:] J. Goliński, D. Jelonek, A. Nowicki (red.), *Informatyka ekonomiczna. Przegląd naukowo-dydaktyczny*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2004.

■ Abstract

The article brings up the problem of economic informatics graduates' education that has been treated as the marginal one in the economic didactic process so far and hasn't provided sufficient content and practical grounding for informatics' professions. As a result of three-year research being conducted by the Institute of Economic Informatics on improvement of educational process in that field, new guidelines have been established to fit the actual computer technologies and solutions, as well as job market demands. The article focuses on elastic modeling of graduate profile which, by strict reference to practice, currently responds to the market needs.

■ Nota o Autorach

Adam Nowicki jest profesorem, dyrektorem Instytutu Informatyki Ekonomicznej Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu oraz kieruje Katedrą Inżynierii Systemów Informatycznych Zarządzania. Przedmiotem jego zainteresowań jest szeroko pojęta problematyka systemów informacyjnych w przedsiębiorstwach, w szczególności systemy informacyjne rozpatrywane w aspekcie zarządzania jednostkami obiektowymi i ponadobiektowymi oraz doskonalenie systemów informacyjnych w obiektach gospodarczych. Od wielu lat kieruje pracami badawczymi nad doskonaleniem kształcenia w zakresie informatyki ekonomicznej.

Gracja Wydmuch jest asystentem w Katedrze Inżynierii Systemów Informatycznych Zarządzania. Obszar naukowo-badawczy zogniskowany jest wokół inżynierii informacyjnych systemów zarządzania czynnikiem ludzkim oraz wiedzą w organizacji. Ponadto jej zainteresowania dotyczą doskonalenia procesów i metod dydaktycznych w szkolnictwie wyższym.

Wykłady z etyki gospodarczej elementem kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów Akademii Ekonomicznej w Katowicach – raport z badań własnych

Do gospodarki, w której etyka biznesu stanowi jeden z fundamentów postaw przedsiębiorczych edukowani są studenci Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Oni to bowiem wpływać będą na kształt zachowań rynkowych w Polsce. Dlatego na wybranej grupie studentów zbadano posiadaną przez nich wiedzę na temat etyki gospodarczej. Na podstawie badań można powiedzieć, że respondenci posiadają wyraźnie niski zasób wiadomości w wymienionym powyżej zakresie, a dopiero wykłady z etyki gospodarczej podnoszą poziom wiedzy. Co więcej, na tym etapie badań można przyjąć, że pogłębiona świadomość sensu i celu etyki gospodarczej, jej podstawowych sposobów realizowania, przyczynia się już na tym poziomie edukacji akademickiej, do kształtowania postaw przedsiębiorczych, wśród których właśnie postawa etyczna prowadzącego działalność gospodarczą jawi się jako fundamentalna.

Rzeczywistość gospodarki wolnorynkowej, którą buduje się w Polsce od 1989 roku, stawia przed wszystkimi podmiotami gospodarczymi różne zadania. Jednym z najważniejszych jest potrzeba kształtowania działalności gospodarczej zgodnie z zasadami etycznymi. Jawi się ona jako szczególnie istotna po wstąpieniu naszego kraju do Unii Europejskiej, gdzie kryteria etyczne są istotnym czynnikiem regulującym zachowania rynkowe podmiotów gospodarczych. Do takiej rzeczywistości gospodarczej kształtowani są studenci Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego w Katowicach, gdyż to oni mają brać w niedalekiej przyszłości odpowiedzialność za kształt zachowań rynkowych w Polsce. Dlatego stało się ważnym zbadanie posiadanej przez studentów AE wiedzy na temat etyki gospodarczej, jej podstawowych zagadnień, sposobów realizowania norm etycznych w działalności gospodarczej. Próbowano również znaleźć odpowiedź na pytanie o to, jak wykłady z etyki gospodarczej, prowadzone na Akademii Ekonomicznej w Katowicach, wpływają na pogłębienie u studentów świadomości w powyższym zakresie i zarazem kształtowanie ich postaw przedsiębiorczych.

W tym celu w roku akademickim 2004/2005 wśród wybranych losowo studentów Akademii Ekonomicznej przeprowadzone zostały dwuetapowe badania ankietowe. W grupie respondentów znaleźli się studenci studiów stacjonarnych III roku Wydziału Finansów i Ubezpieczeń oraz V roku Wydziału Zarządzania. W pierwszym etapie badania dla roku III oraz V przeprowadzone zostały w październiku 2004 roku i miały miejsce na pierwszym wykładzie z etyki gospodarowania (III rok studiów) oraz etyki zawodowej menedżera (V rok studiów). Drugi etap badań miał miejsce na ostatnich wykładach z wspomnianych powyżej przedmiotów w styczniu 2005 roku. W pierwszej turze badań studenci roku III wypełnili 58 ankiet, a V roku 42 kwestionariusze.

W drugiej turze realizowanych badań 49 studentów III roku udzieliło odpowiedzi na postawione w ankiecie pytania, natomiast na V roku – 36 osób. W każdym z podjętych badań ankietowych odpowiedzi udzielali studenci obecni w tym czasie na wykładach.

Analiza wyników badań

I etap badań

Pierwsze ze stawianych pytań dotyczyło rozumienia, czym jest etyka biznesu. Na tak postawione pytanie udzielili odpowiedzi wszyscy ankietowani z roku III, przy czym dwie z nich były nie na temat. Respondenci ujęli to w następujący sposób: etyka biznesu ustala wzory etyczne i zasady zachowań w działalności gospodarczej, normy prowadzenia biznesu. Wszyscy ankietowani z roku V odpowiedzieli na powyższe pytanie. Wśród odpowiedzi przeważały następujące stwierdzenia: etyka biznesu to działania gospodarcze zgodne z zasadami etycznymi, spisany kodeks postępowania, dostrzeganie wartości człowieka w działaniach biznesowych, zbiór norm zachowań i wzorce postępowania.

Kolejne ze stawianych pytań dotyczyło obszaru zainteresowania etyki biznesu – jej głównych zakresów. Na roku III odpowiedzi udzieliło 28 osób (w tym 6 nie na temat), pozostali (30 respondentów) nie dali jej. Ankietowani wskazywali, że obszarem zainteresowania etyki biznesu są relacje: firma – firma, firma – pracownicy, pracownicy – firma, etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem (poszanowanie godności człowieka), etyka pracy i konkurencyjności, normy moralne obowiązujące w biznesie. Na tak postawione pytanie wśród respondentów z V roku 28 udzieliło odpowiedzi (w tym 2 nie na temat), a 14 osób jej nie dało. Respondenci wskazywali, że zakresem etyki biznesu jest: działalność gospodarcza firm, praca menedżerów, relacje międzyludzkie w przedsiębiorstwie, granice etyczne konkurencji, tworzenie kodeksów etycznych, kultura organizacji, prospołeczna działalność firmy.

Następne pytanie ankietowe wymagało wskazania, poprzez co i w jakich formach realizowana jest na poziomie firm etyka biznesu. Wśród ankietowanych z III roku odpowiedzi udzieliły 32 osoby (w tym nie na temat 6), a nie dało jej 26. Respondenci wskazywali, iż etyka biznesu na poziomie firmy realizowana jest przez: kształcenie pracowników, szkolenia, wykłady, konferencje, regulamin firmy, kodeksy czy programy etyczne. Na to samo pytanie odpowiedzi udzieliło z V roku 29 osób (w tym 3 nie na temat), a 13 jej nie dało. Ankietowani uważali, iż etyka biznesu na poziomie firmy realizowana jest: poprzez określenie misji firmy, tworzenie kodeksów etycznych, nagradzanie zachowań etycznych, kształcenie etyczne w firmie oraz dbanie o środowisko naturalne.

W kolejnym zagadnieniu poruszonym w ankiecie zapytano o to, czym są programy etyczne firm. Na III roku uzyskano 25 odpowiedzi (w tym 10 nie na temat), a 33 osoby jej nie udzieliły. Respondenci w następujący sposób określili, czym są programy etyczne firm. Według nich są to: kształcenie etyczne, zachęcanie systemowe do właściwych postaw etycznych, określenie relacji względem innych firm, przygotowanie i wdrożenia kodeksów etycznych firm oraz kodeksów środowiskowych i zawodowych. Spośród respondentów V roku 28 osób udzieliło odpowiedzi (3 nie na temat), a 14 jej nie dało. Według badanych programy etyczne firm to: określenie instrumentów służących realizacji etycznej misji firmy, kształcenie etyczne pracowników, regulaminy oczekiwanych zachowań, działania nad zwiększeniem odpowiedzialności za realizowane przedsięwzięcia, polityka firmy, stworzenie wzorców zachowań.

Następne pytanie postawione w ankiecie dotyczyło określenia, czym jest kodeks etyczny firmy. Na to pytanie ankietowani z III roku udzieliли 51 odpowiedzi (w tym 4 nie na temat). Określili

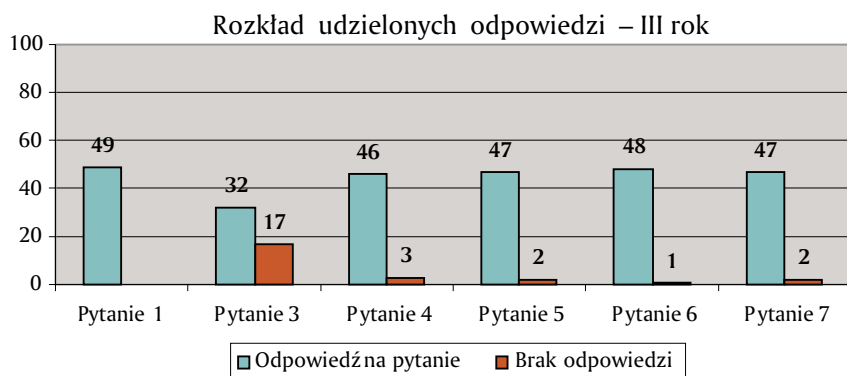
oni kodeks etyczny jako: zbiór zachowań, normy postępowania kierowników i pracowników ich prawa i obowiązki, normy zachowań wobec „osób trzecich”, zbiór zasad postępowania, zbiór reguł dla firmy, dla wykonywania zawodu. Wśród ankietowanych z V roku odpowiedzi udzieliło 40 osób. Opisali oni kodeks etyczny jako: zestaw zasad postępowania etycznego, zbiór wyznawanych wartości w firmie, ustnie przekazywane standardy etycznych zachowań.

Na ostatnie pytanie, dotyczące wskazania istniejących standardów odpowiedzialności społecznej, na III roku odpowiedzi udzieliło 10 osób, lecz wszystkie były nie na temat. Podobnie ankietowanemu z V roku udzielili 7 odpowiedzi również nie na temat.

Druka tura badań

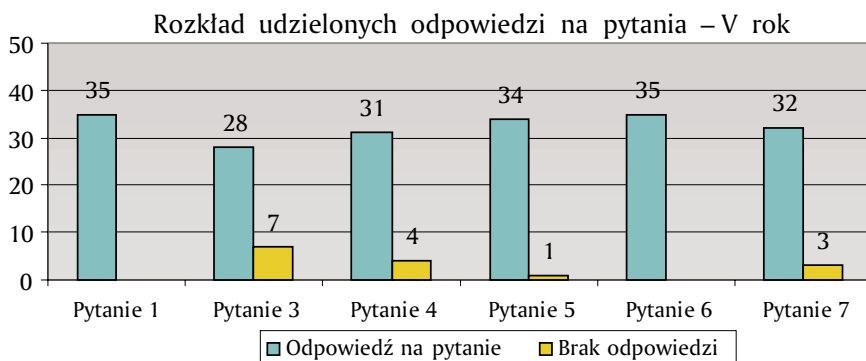
Analiza treściowa udzielonych przez ankietowanych odpowiedzi pozwala wskazać, iż ich zakres jest zasadniczo podobny (zob. rysunki 1 i 2). Dlatego też, poza ich rozkładem, prezentacja udzielonych odpowiedzi nie zostanie przedstawiona z podziałem na rok III i V. Zbliżony zakres odpowiedzi może przy tym wskazywać, że treści wykładowe dotyczące etyki biznesu zostały zarówno przez studentów III, jak i V roku w miarę dobrze zrozumiane i przyswojone.

Rysunek 1



Źródło: badania własne

Rysunek 2



Źródło: badania własne

Na pierwsze pytanie postawione w ankiecie na roku III wszyscy udzielili odpowiedzi (49 osób). Podobna sytuacja miała miejsce na V roku. Respondenci wskazali, iż etyka biznesu jest nauką o moralnym postępowaniu w działalności gospodarczej, wyznacza etyczne zasady postępowania w biznesie, wskazuje standardy odpowiedzialności społecznej prowadzących działalność gospodarczą.

Kolejne pytanie dotyczyło określenia głównych obszarów zainteresowania etyki biznesu. Na tak postawione pytanie z odpowiedziało 32 ankietowanych III roku, a nie udzieliło jej 17 osób. Natomiast z V roku zakresy etyki biznesu wskazało 28 osób, a nie dokonało tego 7 z nich. Według respondentów, główne zainteresowania etyki biznesu dotyczą: odpowiedzialności właściciela za skutki prowadzonej działalności gospodarczej, społecznej odpowiedzialności firmy wobec wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy, tworzenia standardów etycznych, programów oraz kodeksów etycznych, wyznaczania np. kryteriów etyki w reklamie itp.

Na pytanie o sposoby, formy realizowania etyki biznesu na poziomie danej firmy na III roku odpowiedzi udzieliło 46 osób, zaś 3 z nich jej nie dały. Wśród respondentów z V roku 31 osób udzieliło odpowiedzi, a 4 z nich jej nie dokonały. Ankietowani wskazali, że na poziomie firmy etyka biznesu realizowana jest przez: opracowane programy i kodeksy etyczne, tworzenie standardów etycznych – standardów odpowiedzialności społecznej, wartości posiadane przez kierownictwo firmy, kulturę organizacyjną firmy, promowanie szkoleń i zachowań etycznych.

Kolejne pytanie dotyczyło wskazania, czym są programy etyczne firm. Odpowiedzi na nie na roku III udzieliło 47 ankietowanych, zaś 2 jej nie dało. Jeżeli chodzi o studentów V roku, to odpowiedziało na to pytanie 34 z nich, jeden zaś nie dał żadnej odpowiedzi. Respondenci wskazali, iż programy etyczne zawierają misję, wartości wspólne firmy, zasady etyczne promowane w firmie, kodeksy etyczne, wskazują potrzebą tworzenia stanowiska ds. etyki, przeprowadzenia audytu, szkoleń, promowania zasad etycznych. Ankietowani wskazywali przy tym, iż programy etyczne stanowią element kultury organizacyjnej i pozwalają na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej wobec innych firm.

Dalsze z postawionych pytań dotyczyło kodeksu etycznego. Na to pytanie prawie wszyscy ankietowani z III roku (poza jednym) oraz wszyscy z V roku udzieli odpowiedzi. Respondenci wskazali, że kodeks etyczny określa zasady postępowania etycznego wszystkich pracowników firmy. Zawiera on także misję, wizję oraz wartości wspólne firmy. Jest to dokument regulujący – ogólnie bądź szczegółowo – zasady postępowania wewnątrz i na zewnątrz firmy. Ma charakter spisane dokumentu, przyjętego przez wszystkich pracowników firmy.

Ostatnie z postawianych pytań miało na celu sprawdzenie, czy respondenci znają standardy odpowiedzialności społecznej. Znajomością tych standardów (*Social Accountability 8000*, *AccountAbility 1000*) na III roku wykazały się 32 osoby (3 respondentów nie udzieliło odpowiedzi), a na roku V – 47 osób (2 nie dały odpowiedzi).

Podsumowanie

Na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych można powiedzieć, że odpowiedzi respondentów uzyskane w pierwszej turze badań wskazują wyraźnie na niski stan wiedzy badanych studentów AE w odniesieniu do etyki gospodarczej oraz głównych sposobów jej realizowania. Uwidacznia się to zarówno w relacji udzielonych odpowiedzi do nieudzielonych, jak i w liczbie wypowiedzi nie na temat. Ponadto analiza treściowa udzielonych odpowiedzi wskazuje także na niezbyt wysoki stan świadomości ankietowanych w zakresie zagadnień zwią-

zanych z powyższą problematyką. Co więcej, niższy poziom wiedzy w tym obszarze mocniej uwidacznia się wśród studentów III roku studiów.

Analiza odpowiedzi udzielonych w drugiej turze badań ankietowych pozwala wskazać, że wykłady z etyki gospodarczej podnoszą stan wiedzy w badanym obszarze. Wyraźnie bowiem widać, iż po przeprowadzonych zajęciach z etyki gospodarczej (rok III) i etyki zawodowej menedżera (rok V) pogłębia się świadomość zagadnień związanych z etyką biznesu. Uwidacznia się to zarówno w liczbie udzielonych odpowiedzi, jak i ich zawartości merytorycznej.

W tym miejscu zapytać się należy także, jaki wpływ na obecne i przyszłe postawy etyczne (także w przyszłej pracy zawodowej) ma poszerzony poprzez zajęcia akademickie stan świadomości studentów. Jak ta zdobyta wiedza przyczynia się do kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów Akademii Ekonomicznej w Katowicach? Problem ten wydaje się być ważnym i może winien być przedmiotem dalszych badań nie tylko studentów naszej uczelni, ale także jej absolwentów. Na tym etapie badań można przyjąć, że pogłębiona świadomość sensu i celu etyki gospodarczej, jej podstawowych sposobów realizowania, przyczynia się już na poziomie edukacji akademickiej, do kształtowania postaw przedsiębiorczych, wśród których właśnie postawa etyczna prowadzącego działalność gospodarczą jawi się jako fundamentalna.

Przeprowadzone badania miały ograniczony zasięg, dotyczyły bowiem tylko dwóch grup studentów (rok III i V studiów). Dlatego osiągnięte rezultaty nie pretendują do reprezentatywnych, a jedynie wskazują, iż stan świadomości studentów AE w odniesieniu do zagadnień etyki gospodarczej pogłębia się po wykładach z etyki biznesu. Można mieć nadzieję, że wyniki przeprowadzonych ankiet będą pomocne przy kształtowaniu programu zajęć na Akademii Ekonomicznej, który pozwoli na stałe pogłębianie wiedzy z tego zakresu na poziomie ogólnym, jak i poszczególnych specjalności. Powinno to umożliwić pełne przygotowanie absolwenta AE do podejmowania pracy w różnych przestrzeniach polskiej i unijnej gospodarki oraz kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Z tego powodu wydaje się słuszna kontynuacja badań na większej grupie badawczej, na przykład na losowo wybranych studentach wszystkich trzech wydziałów Akademii.

Interesujące wydaje się także zbadanie, jak inne przedmioty wykładane na AE wpływają na stan świadomości studentów w odniesieniu do zagadnień etyki biznesu. Jak bowiem wskazano, w pierwszym etapie badań uwidoczniła się różnica w poziomie wiedzy posiadanej przez studentów III i V roku. Ważnym też wydaje się dokonanie analizy, na ile studia zagraniczne czy też praktyki odbywane w różnych firmach w kraju czy zagranicą przez studentów AE wpływają na stan ich wiedzy w omawianym zakresie i kształtowanie ich postaw przedsiębiorczych. Osobnym zagadnieniem wartym podjęcia badań jest określenie, jak środowisko studenta (rodzina, kole-dzy) bądź media wpływają na jego stan świadomości dotyczący zagadnień etyki gospodarczej i kształtują jego postawy przedsiębiorcze.

Istotnym problemem, wymagającym, jak się wydaje, refleksji, jest określenie wpływu wykładów z etyki gospodarczej na postawy etyczne w pracy podejmowanej przez absolwentów Akademii Ekonomicznej oraz jak te zajęcia wpływają na ich postawy przedsiębiorcze w konkretnym miejscu pracy.

■ Abstract

The educational profile of the University of Economics in Katowice pinpoints economy based on business ethics as one of fundamentals of entrepreneurial attitudes. Students of the university, educated in this way, will influence market behaviours in Poland. Therefore a study on the scope of knowledge of business ethics was undertaken on a selected group of students. The study shows that respondents' level of knowledge of the issue is significantly low. The improvement has been observed among those students who attended a course on business ethics. Moreover, at the current state of study, it can be admitted that raising awareness of the sense and aims of business ethics, as well as of basic ways of its implementation, contributes – even on this level of academic education – to shaping entrepreneurial attitudes. Among those, the ethical attitude of a manager emerges as fundamental.

■ Nota o Autorze

Autor jest pełnomocnikiem rektora ds. Asystenckich Warsztatów Pedagogicznych oraz adiunktem w Katedrze Nauk Humanistycznych Akademii Ekonomicznej im. K. Adamieckiego w Katowicach. Od kilku lat zajmuje się problematyką związaną z etyką działalności gospodarczej, etyką w public relations oraz etosem nauczyciela akademickiego. Ma na swoim koncie publikacje z zakresu etyki biznesu, etyki w PR, oraz katolickiej nauki społecznej, między innymi: *Najważniejsze wartości studentów pierwszego roku Akademii Ekonomicznej w Katowicach* (Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2006); jako redaktor prac zbiorowych: *Spotkania z nauczaniem Jana Pawła II w Akademii Ekonomicznej w Katowicach* (Katowice 2005), *Etyczny wymiar działalności gospodarczej – wybrane zagadnienia* (Studia Ekonomiczne, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach nr 35, Katowice 2005), *Ks. kardynał August Hlond – społeczny wymiar nauczania* (Wydawnictwo Księgarnia św. Jacka oraz Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2006).

Obszary i formy działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta

Autor wyróżnia sześć następujących obszarów działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta: kształtowanie treści nauczania, dobór metod dydaktycznych, pozadydaktyczne formy działań, praktyki zawodowe, współdziałanie uczelni ze środowiskiem zewnętrznym, inkubatory przedsiębiorczości. Każdy z tych obszarów jest odrębnie omawiany, ze wskazaniem możliwych do zastosowania form działań uczelni. Autor przedstawia – jako ilustracje – działania stosowane w Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu, wraz z komentarzem na temat kierunków ich rozwijania.

Przedsiębiorczość – wiedza czy charakter?

Polska gospodarka jak nigdy dotąd potrzebuje ludzi przedsiębiorczych, zdolnych do organizowania śmiałej, racjonalnej, rynkowo zorientowanej działalności gospodarczej. Przedsiębiorstwa marzą o pracownikach energicznych, pomysłowych, skutecznych. Jest też coraz lepszy czas dla samodzielnego podejmowania działalności, opierającej się na własnych koncepcjach, odważnych wizjach, mądrym marketingu i rzetelnej kalkulacji ekonomicznej. Młodzi wykształceni ludzie szukający dla siebie miejsca w biznesowej rzeczywistości, na rynku pracy, jak nigdy wcześniej, potrzebują – obok tradycyjnych walorów w postaci: wiedzy, talentu, pracowitości – także szczególnego zbioru cech układających się w walor przedsiębiorczości.

Są trzy główne filary, na których zbudować można most do sukcesu, gdy rozpoczyna się działalność gospodarczą: kapitał (w różnych postaciach), wiedza oraz praca. Znane są przypadki sukcesów opartych tylko na jednym z nich, ale gwarancją powodzenia jest zastosowanie wszystkich trzech, uzupełnione jeszcze o kolejny – przedsiębiorczość.

Głównym celem niniejszego opracowania jest wskazanie tych obszarów i form działań na rzecz przygotowania przedsiębiorczego absolwenta, które może podjąć i wykonać uczelnia w ramach swojego systemu edukacyjno-wychowawczego. Przedsiębiorczy absolwent jest najwyższej jakości „produktem” każdego kierunku ekonomicznego, menedżerskiego i kierunków pokrewnych. Dla uczelni prowadzących te kierunki studiów kreowanie takich absolwentów jest powinnością, a skuteczność w tym zakresie – powodem do dumy i satysfakcji.

Uczelnia zapewnia wiedzę – to jest jej podstawowe zadanie edukacyjne. Źródłem tej wiedzy są nauczyciele akademicy i ich doświadczenia, publikacje, badania naukowe, praktyki. Wiedzę można przekazać w rozmaitych postaciach, można nauczyć korzystania z niej, pokazać,

gdzie po nią sięgać. Z przedsiębiorczością jest inaczej, nie sposób jej dać, ani wziąć, nie da się jej zapamiętać. Przedsiębiorczość jest zbiorem właściwości, walorów człowieka, jego cech charakterologicznych. Nie można jej przekazać, można ją ukształtować, tak jak kształtuje się postawy i charakter.

Suma wiedzy, jaką otrzymuje absolwent wyższej uczelni jest zapisana w planie i programach studiów. Przedsiębiorczości nie da się tak zapisać, ale mimo to uczelnia może zadbać o to, aby dać studentom szansę ukształtowania ich postaw i charakterów.

W niniejszym opracowaniu wyróżniono sześć następujących obszarów działań uczelni dla wykształcenia przedsiębiorczego absolwenta: kształtowanie treści nauczania, dobór metod dydaktycznych, pozadydaktyczne formy działań, praktyki zawodowe, współdziałanie uczelni ze środowiskiem zewnętrznym, inkubatory przedsiębiorczości. Każdy z tych obszarów jest poniżej odrębnie omawiany, ze wskazaniem możliwych do zastosowania form działań uczelni.

Przedsiębiorczość w planach i programach studiów

Plany studiów są uporządkowanymi zbiorami przedmiotów i wymiaru ich godzin. Są ustalane przez uczelnie dla każdego kierunku studiów, z uwzględnieniem tzw. standardów kształcenia, czyli obowiązkowych, wskazanych przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego założeń i proporcji wiedzy dla danego kierunku. W planach studiów należy oddzielić obowiązkowe treści kształcenia, wskazane przez Ministra, od tych, które są samodzielnie kształtowane przez uczelnie.

W obowiązujących standardach kształcenia na kierunkach ekonomicznych przedsiębiorczość nie jest odrębnie wykazywana, z jednym wyjątkiem – na studiach drugiego stopnia na kierunku zarządzanie podano w standardzie możliwość wprowadzenia przez uczelnię do planu studiów *treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości*.

W tej części planów studiów, która jest samodzielnie ustalana przez uczelnię, istnieje dowolna możliwość wprowadzenia treści nauczania z zakresu przedsiębiorczości. Uczelnia może wprowadzić przedmiot o nazwie „przedsiębiorczość” (na wzór istniejącego przedmiotu w liceach). Może też wprowadzić grupę przedmiotów ułożoną np. w specjalność o nazwie „przedsiębiorczość” lub podobnej. Takie rozwiązania oznaczają sporządzenie przez uczelnię odrębnego pakietu wiedzy o przedsiębiorczości. Nie wydaje się, aby była to dobra droga do ukształtowania postaw przedsiębiorczych, gdyż – jak wyżej wspomniano – przedsiębiorczość nie jest sumą wiedzy, ale zbiorem walorów behawioralnych. Z tych samych powodów trudno szukać przedsiębiorczości jako wydzielonego obszaru w programach nauczania poszczególnych przedmiotów. Dobrze byłoby jednak zadbać o to, aby w programach (sylabusach) określonych przedmiotów znalazło się miejsce na zagadnienia formujące postawy przedsiębiorcze.

Plany i programy studiów mają być podporządkowane ukształtowaniu określonej przez uczelnie sylwetki absolwenta danego kierunku. Sylwetka absolwenta musi więc mieć wpisane założenie mówiące o tym, że przedsiębiorczość jest koniecznym atrybutem absolwenta tego kierunku. Oto przykład sylwetki absolwenta kierunku „zarządzanie” Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu (fragment): *Absolwent kierunku to ekonomista – menedżer, który posiada umiejętności uniwersalne i jest przygotowany do pracy w przedsiębiorstwach różnych branż, w organizacjach i instytucjach usługowych, w handlu, finansach, administracji, wszędzie tam – gdzie trzeba dobrze zorganizować przedsięwzięcie, zdobyć pieniądze i dobrze je wydać, kierować ludźmi i pracować z nimi, zbudować śmiały plan i zrealizować go, stworzyć i rozwinąć własny biznes. (...)*

Sylwetka absolwenta ma być wytyczną dla tych, którzy tworzą plany i programy studiów, ale także dla tych, którzy w bieżącej pracy dydaktycznej je realizują. To ci drudzy w największym stopniu mogą kształtować wzorce działań przedsiębiorczych.

Dobór metod dydaktycznych

W tym miejscu przez metody dydaktyczne autor rozumie formy zajęć z danego przedmiotu oraz techniki dydaktyczne stosowane podczas konkretnych zajęć, a także podczas sprawdzianów, zaliczeń i egzaminów. Wydaje się, że tutaj jest szczególnie wiele miejsca na ćwiczenie postaw przedsiębiorczych.

Największą rolę można przypisać formom aktywizującym samodzielność koncepcyjną i organizatorską studenta, takim jak: treningi, gry symulacyjne, analizy przypadków, inscenizacje, elementy rywalizacji i konkursów. Takie formy powinny wypełniać wyważoną część czasu przeznaczonego na dany przedmiot. Wymaga to zaangażowania i nadzoru, a często też inspiracji ze strony osoby odpowiedzialnej za cały dany przedmiot (wykładowcy lub kierownika katedry). Wyzwolenie takiego podejścia nie zawsze jest łatwe, gdyż „tradycyjne” formy ćwiczeń są powtarzalne, sprawdzone i na ogół mniej pracochłonne. Zdarza się też niedostateczne umotywowanie nauczycieli akademickich prowadzących zajęcia do kreowania aktywnych form.

Atrybutami absolwenta, silnie powiązanymi z przedsiębiorczością, są samodzielność (samodzielność wyboru, decydowania, oceny ryzyka itp.) oraz innowacyjność i kreatywność. Na ogół nie są to mocne strony „świeżo upieczonych” absolwentów, a dla pracodawców są one szczególnie istotne. Dlatego w formach dydaktycznych, o których mowa wyżej należy docenić i wyeksponować pracę nad samodzielnością i innowacyjnością studenta (absolwenta).

Osobne formy można stosować w związku z przygotowywanymi przez studentów pracami dyplomowymi. W większości tych prac, zwłaszcza na poziomie studiów pierwszego stopnia, dominują wątki teoretyczne, oparte na studiach literatury przedmiotu, przy relatywnie mniejszym powiązaniu z konkretnymi przedsiębiorstwami i przedsięwzięciami. Tymczasem dla pobudzania przedsiębiorczości o wiele cenniejsze są prace realizowane jako projekty „wdrożeńiowe”, czyli zawierające pomysły i koncepcje konkretnych przedsięwzięć oraz sposoby praktycznego zorganizowania tych przedsięwzięć.

Pozadydaktyczne formy działań

Można postawić pytanie, czy każdy absolwent może w jednakowym stopniu osiągnąć walory przedsiębiorczości? Wydaje się to mało realne, gdyż kształtowanie postaw i charakterów przedsiębiorczych wymaga zaangażowania i pracy, częstokroć większej niż powszechnie wymagana oraz wykraczającej poza ramy planów i programów studiów. Wtedy mamy do czynienia z formowaniem przedsiębiorczych elit, selekcjonowaniem najlepszych studentów i ich dodatkowym doskonaleniem. Najczęściej dokonuje się to przez działania w formach wykraczających poza typową realizację zadań dydaktycznych. Formy pracy uczelni w tym obszarze to: działalność studenckich kół naukowych, organizowanie różnego rodzaju konkursów, premiowanie aktywności studenckiej.

Doświadczenia Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu wskazują, że liczba studentów chętnych do uczestnictwa w takich pozadydaktycznych formach jest stosunkowo mała. Tradycyjne koła naukowe – mimo sprzyjającego klimatu i stosowanych przez Uczelnię zachęt – nie przyciągają studentów na większą skalę i pozostają marginesem studenckiej aktywności. Konkursy

na najlepszy biznesplan (Uczelnia zorganizowała dotąd dwie edycje) również nie zaowocowały dużym zainteresowaniem, choć trzeba przyznać, że złożone prace konkursowe (w liczbie kilku) miały satysfakcjonujący poziom.

Wypada jeszcze raz podkreślić, że nie są to działania obliczone na powszechny efekt, ale mogą one być demonstracją szans dla osób przedsiębiorczych. Biorąc pod uwagę cel nadrzędny – wykształcenie przedsiębiorczego absolwenta – to ta grupa działań ma zapewne mniejsze znaczenie, ale może być bardzo spektakularna. Jej zastosowanie ma niewątpliwie znaczenie dla kształtowania przedsiębiorczości najlepszych i najbardziej aktywnych studentów.

Praktyki zawodowe

Praktyki zawodowe są dla studentów dużą szansą uczestniczenia w rzeczywistych przedsięwzięciach gospodarczych. Mogłyby one być źródłem cennych doświadczeń, ale pod warunkiem odpowiedniego przygotowania ze strony uczelni oraz ze strony przedsiębiorstw przyjmujących. Niestety, rzeczywistość nie sprzyja dobremu wykorzystaniu praktyk. Nie ma wciąż naturalnego mechanizmu „zasysania” przyszłych absolwentów przez przedsiębiorstwa i współdziałania z uczelniami w celu przygotowania sobie jak najlepszego pracownika. Przykładowo, na rynku niemieckim można obserwować aktywne zabiegi przedsiębiorstw, które z wyprzedzeniem kształtują dla siebie kwalifikacje studentów, rezerwując sobie przyszłych fachowców, wspomagając tym samym uczelnie w zakresie przygotowania zawodowego. Polskie firmy są pasywne pod tym względem, raczej poszukują gotowych pracowników, chętniej pojawiają się na targach pracy niż w przedsięwzięciach przygotowujących praktyki.

Inną sprawą są programy praktyk, które niekiedy sprowadzają się do wykonywania przez studentów prostych prac wspomagających wycinkowe działania przedsiębiorstwa, a nie dają im szansy na poznanie smaku samodzielności, innowacyjności i kreatywności.

Również ze strony studentów nie zawsze występuje dostateczna aktywność w zdobywaniu dobrej praktyki. Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu wspólnie z jednym z banków zorganizowała konkurs na atrakcyjną praktykę zawodową w tymże banku. Warunkiem było złożenie krótkiej pracy konkursowej. Zainteresowanie ze strony studentów było znikome, podobnie zresztą jak zainteresowanie udziałem w konkursach zewnętrznych, takich jak *Grasz o staż „Gazety Wyborczej”*.

Podsumowując, można stwierdzić, że praktyki zawodowe – choć niewątpliwie dają studentom trochę doświadczenia, obycia, materiałów do prac dyplomowych – nie są dziś jednak skutecznym narzędziem kształtowania postaw przedsiębiorczych.

Współdziałanie uczelni ze środowiskiem zewnętrznym

Uczelnia jest ważnym ogniwem szerszego środowiska społeczno-gospodarczego i w tym charakterze prowadzi współdziałania z różnymi podmiotami. Z punktu widzenia kształtowania postaw przedsiębiorczych najważniejsze znaczenie mają kontakty z podmiotami biznesu: przedsiębiorstwami i instytucjami, organizacjami biznesowymi (izby, stowarzyszenia, kluby), administracją państwową i samorządową. Ważne są tu kontakty krajowe i zagraniczne.

Jakiego rodzaju działania na tej płaszczyźnie mogą wspomóc uczelnie w kształceniu przedsiębiorczych absolwentów? Warto tu wymienić: uczestnictwo przedstawicieli praktyki

biznesu i administracji w zajęciach dydaktycznych w charakterze wykładowców i trenerów, organizowanie przedsięwzięć dydaktycznych wspólnie z podmiotami biznesowymi, np. wycieczek dydaktycznych, seminariów i konferencji z udziałem studentów, długofalowe umowy z uczelniami na temat wspólnych przedsięwzięć dydaktycznych lub zbliżonych do dydaktyki, udostępnianie uczelni materiałów wspomagających nauczanie zorientowane na przedsiębiorczość, np. przypadków własnych lub z danej branży, materiałów statystycznych i ilustracyjnych, sprawozdań i raportów publicznie dostępnych itp.

W tym współdziałaniu chodzi o to, aby praktyka gospodarcza zasilala uczelnie w ich pracy dydaktycznej. Oczywiście wymaga to także aktywności ze strony uczelni, które powinny uruchomić swoje „ssanie” wobec interesujących doświadczeń przedsiębiorców. Dla wszystkich jest oczywiste, że w kształceniu akademickim źródłem zasilania dydaktyki są w pierwszej kolejności wiedza i doświadczenia samych nauczycieli oraz badania naukowe. Współpraca z biznesem jest natomiast chętniej rozwijana w obszarze poszukiwania i wdrażania rozwiązań innowacyjnych, badań naukowych na rzecz praktyki, transferu technologii. Rzadziej podejmuje się współdziałanie na polu dydaktyki – to wymaga zmiany.

Przykładem współpracy uczelni i biznesu na polu dydaktyki jest współdziałanie wrocławskiej Wyższej Szkoły Handlowej z koncernem METRO AG w zakresie kształcenia na specjalności handel i marketing w ramach kierunku zarządzanie. Została zawarta umowa, która daje firmie METRO AG możliwość selekcjonowania i kierowania na studia we wrocławskiej Uczelni określonej liczby swoich pracowników, ale jednocześnie Uczelnia i METRO wspólnie ustalają zakres przedmiotów specjalnościowych, praktyki, tematykę prac dyplomowych. Z perspektywy Uczelni wygląda to tak, że partner ze środowiska biznesu mobilizuje Uczelnię do spełnienia swoich oczekiwań i tym samym – przygotowania absolwenta na poziomie zbliżonym do oczekiwań pracodawcy. Ta forma bliskiej współpracy może być rozszerzana, może objąć i inne sprawy kształcenia przedsiębiorczych absolwentów, pod warunkiem, że praktyka wykaże odpowiednią aktywność i zaangażowanie, a uczelnie – odpowiednią elastyczność w kształtowaniu swojej oferty dydaktycznej.

Akademickie inkubatory przedsiębiorczości

Jest to stosunkowo niedawno stworzony obszar budowania szans dla najbardziej aktywnych i przedsiębiorczych studentów i absolwentów. Czas funkcjonowania inkubatorów prowadzonych przy udziale wyższych uczelni jest zbyt krótki, aby zebrać doświadczenia i opinie. Niewątpliwie jednak jest to bardzo obiecująca forma kreowania przyszłych przedsiębiorców. Nie został też wypracowany model powstania i funkcjonowania inkubatorów, co oznacza, że rozwiązania kreują same uczelnie, które zaangażowały się w tworzenie inkubatorów.

Najprostsza forma to uruchomienie inkubatora przy uczelni – wtedy na szkole spoczywa ciężar zorganizowania i sfinansowania startu jednostki. Inna forma to zorganizowanie inkubatora przez uczelnie w sojuszu z partnerem – prywatnym lub publicznym. Charakter własności nie ma tu większego znaczenia, ważniejsza jest chęć i gotowość zaangażowania finansowego. W przypadku inkubatorów zorientowanych na branżę z obszaru ekonomii, zarządzania, finansów, rachunkowości, marketingu itp. koszty utworzenia jednego stanowiska powinny być relatywnie niskie, więc przedsięwzięcie wydaje się bardziej realne.

Obecne prawo od 2005 roku pozwala uczelniom na takie przedsięwzięcie, jednak liczba tych, które się go podjęły nie jest imponująca. W Polsce inkubatory powstały jak dotąd głównie

przy uczelniach dużych, publicznych, raczej technicznych. Zjawiska ich tworzenia i działania wymagają szczegółowych obserwacji i analiz. Ten kierunek ma niewątpliwie przyszłość w działaniach na rzecz przedsiębiorczości.

Podsumowanie

W opracowaniu przedstawiono przegląd sześciu obszarów, a w ich ramach – różnych form działań uczelni na rzecz kształtowania przedsiębiorczego absolwenta. Podsumowując, wypada zwrócić uwagę na poniższe kwestie:

- Nikt nie zwolni, ani nie zastąpi uczelni kształcących w obszarach ekonomii i zarządzania z działań na rzecz kształtowania w studentach walorów przedsiębiorczości. Zapewne uczelnie są tego świadome i podejmują stosowne działania, ale zakres i rodzaje tych działań są zróżnicowane. Uczelnie nie muszą tworzyć osobnych struktur, ani wydzielonych miejsc „do spraw przedsiębiorczości”, ale powinny zwracać uwagę na formowanie postaw przedsiębiorczych w wielu zakątkach swojej aktywności dydaktycznej;
- Same uczelnie nie będą dostatecznie skuteczne w kształtowaniu przedsiębiorczych absolwentów, jeżeli nie uzyskają naturalnego wsparcia ze strony podmiotów realnego życia gospodarczego, choćby w takich przykładowych sprawach, jak: urozmaicanie form zajęć, wzbogacanie treści dydaktycznych, organizowanie praktyk zawodowych, współtworzenie akademickich inkubatorów przedsiębiorczości;
- Można rozważyć stworzenie zachęt dla uczelni, które w największym stopniu zaangażują się w tworzenie systemu kształcenia ludzi przedsiębiorczych. Przykładowe rozwiązania to umocowanie kształcenia na rzecz przedsiębiorczości w systemie kryteriów akredytacyjnych lub stworzenie osobnej akredytacji dla propedeeducyjnych szkół. Inne rozwiązania w tym zakresie mogą wspierać finansowo inicjatywy uczelni, np. konkursy, praktyki, inkubatory przedsiębiorczości.

Abstract

The author identifies the following six areas of university's activity in order to develop students' entrepreneurship: creation of didactic content, selection of didactic methods, non-didactic activities, internships, cooperation with external institutions, academic business incubators. All the areas have been discussed separately and possible university activities in those areas have been indicated. To illustrate the discussed issue, the author presents activities of the University of Business and Commerce in Wrocław along with suggestions of their further development.

Nota o Autorze

Autor jest ekonomistą, specjalistą w zakresie zarządzania i marketingu, wieloletnim doradcą menedżerskim, profesorem w Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu, a także w Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Jako rektor wrocławskiej Wyższej Szkoły Handlowej (od 2002 roku) posiada doświadczenie w organizowaniu procesu dydaktycznego i rozwoju przedsiębiorczości.

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania. Stan obecny i proponowane kierunki zmian

Opracowanie ukazuje rolę kształcenia w zakresie przedsiębiorczości w europejskich systemach edukacyjnych. Na tym tle zarysowane zostały zarówno zalecane przez Komisję Europejską pożądane kwalifikacje absolwentów studiów wyższych, jak i treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości. Oceny obecnego stanu dokonano z jednej strony w oparciu o raporty Komisji Europejskiej oraz wyniki badań instytucji pozarządowych, z drugiej zaś własne badanie empiryczne przeprowadzone wśród losowo dobranej próby 109 małych i średnich przedsiębiorstw działających w województwach małopolskim i śląskim oraz 131 przedstawicieli władz gmin zlokalizowanych w tych województwach. W opracowaniu dokonano również próby zaproponowania kierunków zmian w zakresie „wiedzy, umiejętności i postaw przedsiębiorczych” w programach nauczania w polskim szkolnictwie akademickim. Celem opracowania jest ewaluacja obecnego stanu w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczych oraz wskazanie pożądanych kierunków zmian w tym obszarze.

Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości

Edukacja odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu postaw, umiejętności i kultury przedsiębiorczości, stąd działania Wspólnoty w ostatnich latach zmierzają do promowania przedsiębiorczości jako odrębnego przedmiotu wykładanego na wszystkich szczeblach edukacji, począwszy od poziomu elementarnego (uczniowie do 14 roku życia), aż do akademickiego (studia I oraz II stopnia), ze szczególnym uwzględnieniem badań i studiów doktoranckich w zakresie przedsiębiorczości (III stopień)¹. Pod tym względem Europa pozostaje w tyle za Stanami Zjednoczonymi, gdzie elementy nauczania w zakresie przedsiębiorczości wprowadzone zostały do programów kształcenia na poziomie szkolnictwa średniego, a większość uczelni wyższych oferuje obowiązkowe lub fakultatywne kursy z tego zakresu. Należy ponadto podkreślić, że w Europie jest niewiele katedr przedsiębiorczości – jest ich cztery razy mniej niż w Stanach Zjednoczonych².

¹ *Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning. Final Proceedings*, European Commission – Ministry of Education and Research of Finland, Oslo, 26–27 października 2006 r.

² Szczegółowy przegląd katedr przedsiębiorczości w Stanach Zjednoczonych znajduje się w publikacji: J.A. Katz, *Survey of Endowed Positions in Entrepreneurship and Related Fields in the United States*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City 2003. Szczegółowy przegląd katedr przedsiębiorczości w Europie znajduje się w publikacji: *European Entrepreneurship Chairs*, European Foundation for Entrepreneurship Research, Hilversum 2001.

Zgodnie z zaleceniami Komisji Europejskiej, wynikającymi z realizacji programu lizbońskiego uczelnie wyższe, w tym uczelnie techniczne, powinny włączyć przedsiębiorczość jako ważną część do programów nauczania na różnych kierunkach i wymagać od studentów lub zachęcać ich do zapisywania się na kursy z zakresu przedsiębiorczości³. Explicite wynika stąd, że kształcenie w zakresie przedsiębiorczości powinno być uwzględniane w programach nauczania nie tylko na kierunkach ekonomicznych, ale również nieekonomicznych, zwłaszcza na kierunkach ścisłych oraz technicznych, zarówno w programach studiów pierwszego, jak i drugiego stopnia (w tym także MBA). Zgodnie z badaniami przeprowadzonymi na zlecenie Komisji Europejskiej uczenie przedsiębiorczości w Europie dotyczy głównie studentów zapisanych na kierunki ekonomiczne i menedżerskie, natomiast dla studentów studiujących na innych kierunkach liczba zajęć z zakresu przedsiębiorczości i innowacji jest ograniczona. Komisja wyraża również swoje zaniepokojenie faktem, że przedsiębiorczość pozostaje przede wszystkim przedmiotem nieobowiązkowym i zwykle oferuje się go jako fakultatywny przedmiot, nieuwzględniony w obowiązkowych programach kształcenia. Według przeprowadzonych we wrześniu 2004 roku badań przez EFER (European Foundation for Entrepreneurship Research) oraz EFMD (European Foundation for Management Development), przedsiębiorczość jako fakultatywny kurs akademicki prowadzona jest w 73% zachodnioeuropejskich programów studiów I stopnia oraz w 69% programach studiów II stopnia⁴. W efekcie takiego stanu rzeczy, część europejskich studentów ma wręcz uniemożliwiony wybór przedsiębiorczości jako przedmiotu fakultatywnego⁵. Należy podkreślić, że polskie realia w zakresie kształcenia przedsiębiorczości na poziomie akademickim są dużo mniej optymistyczne, choć brak jest szczegółowych badań w tym zakresie.

Komisja Europejska jako jeden z priorytetów działań zarówno swoich, jak i rządów państw członkowskich wymienia promowanie kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, stwierdzając, że⁶:

- Programy kształcenia dla szkół wszystkich poziomów powinny bezpośrednio obejmować przedsiębiorczość jako cel kształcenia, wraz ze wskazówkami dotyczącymi realizacji;
- Instytucje szkolnictwa wyższego powinny włączyć przedsiębiorczość do programów różnych przedmiotów i kierunków, szczególnie na studiach z dziedziny nauk ścisłych i technicznych.

Szczegółowe działania priorytetowe zostały omówione przez przedstawicieli wszystkich szczebli kształcenia, administracji publicznej oraz organizacji pozarządowych pochodzących z trzydziestu trzech krajów europejskich na międzynarodowej konferencji zorganizowanej w październiku 2006 roku w Oslo pod auspicjami Komisji Europejskiej. Owocem tej konferencji jest tzw. *Agenda z Oslo (The Oslo Agenda for Entrepreneurship Education in Europe)*, która postuluje aż 49 działań priorytetowych dla kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, za które – w zależności od swoich kompetencji – odpowiadać ma sześć wyróżnionych szczebli decydentów (Komisja Europejska, rządy państw członkowskich, władze lokalne, szkoły i uczelnie wyższe, instytucje pośredniczące

³ Realizacja wspólnotowego programu lizbońskiego: Rozbudzanie ducha przedsiębiorczości poprzez edukację i kształcenie. Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Komisja Wspólnot Europejskich, Bruksela – 13 lutego 2006 r., KOM (2006) 33 wersja ostateczna, s. 10.

⁴ K. Wilson, *Entrepreneurship Education at European Universities and Business Schools. Results of a Joint Pilot Survey*, materiał przedstawiony na OECD International Conference Foster Entrepreneurship: The Role of Higher Education, 23–24 czerwca 2005 r.

⁵ Best Procedure: Project On Education And Training For Entrepreneurship, Final Report of The Expert Group, European Commission – Enterprise Directorate-General, Bruksela 2002, s. 23.

⁶ Realizacja wspólnotowego programu lizbońskiego..., dz. cyt., s. 12.

między instytucjami edukacyjnymi a przedsiębiorcami i pracodawcami oraz przedsiębiorcy i pracodawcy, którym przypisuje się coraz większą rolę w procesie kształcenia⁷.

W raportach sporządzonych na zlecenie Komisji Europejskiej Polska jest do tej pory wysoko oceniana pod względem realizacji zaleceń w zakresie nauczania przedsiębiorczości, głównie ze względu na wprowadzenie obowiązkowego przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych. Podkreślić jednak należy, że samo wprowadzenie obowiązkowego przedmiotu jest dopiero pierwszym etapem realizacji zaleceń, o wiele bardziej istotna jest właściwa realizacja odpowiednich treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości⁸. Inaczej wygląda realizacja zaleceń na poziomie kształcenia uniwersyteckiego. Kształcenie na poziomie akademickim jest w Polsce, podobnie jak w innych krajach europejskich, zdecentralizowane, a obecnie wprowadzane standardy kształcenia dla kierunków ekonomicznych i menedżerskich w znikomym stopniu odzwierciedlają zalecenia Komisji Europejskiej. Wśród wyróżnionych jedenastu kierunków kształcenia ekonomiczno-menedżerskich obowiązujących w Polsce zaledwie cztery uwzględniają obowiązkowe kwalifikacje absolwenta danego kierunku w zakresie bardzo wąsko rozumianej przedsiębiorczości (zakładanie i prowadzenie własnej firmy), natomiast w jednym przypadku (kierunek „zarządzanie”) do treści kształcenia została wprowadzona przedsiębiorczość jako obowiązkowy przedmiot na studiach II stopnia (por. tabela 1). Ponadto treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości nie wprowadzono do standardów kształcenia na żadnym z kierunków nieekonomicznych.

Tabela 1. Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości na kierunkach ekonomiczno-menedżerskich uwzględnione w standardach kształcenia*

Kierunek studiów	Obowiązkowe kwalifikacje absolwenta w zakresie przedsiębiorczości	Obowiązkowe treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości	
		studia I stopnia	studia II stopnia
Administracja	+	–	–
Ekonomia	–	–	–
Finanse i rachunkowość	–	–	–
Gospodarka przestrzenna	–	–	–
Informatyka i ekonometria	–	–	–
Logistyka	–	–	–
Stosunki międzynarodowe	–	–	–
Towaroznawstwo	+	–	–
Turystyka i rekreacja	+	–	–
Zarządzanie	–	–	+
Zarządzanie i inżynieria produkcji	+	–	–

* Według projektów standardów kształcenia zaakceptowanych przez Radę Główną Szkolnictwa Wyższego przesłanych do Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego w styczniu 2007 roku

Źródło: opracowanie własne

⁷ Tekst agencji dostępny jest na stronie internetowej Dyrekcji Generalnej ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu KE pod adresem: http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/oslo.htm, [25.05.2007].

⁸ Szczegółowe informacje na ten temat zostaną przedstawione w dalszej części opracowania.

Kolejnym krokiem, istotnym dla zapewnienia realizacji przyjętych priorytetów, jest określenie treści kształcenia w zakresie przedsiębiorczości. Podkreślić należy, że przedsiębiorczość nie może być rozumiana jedynie jako umiejętność zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej, czy jako synonim sektora MSP, a bardzo często tak się dzieje. Należy podkreślić, że kształcenie z zakresu przedsiębiorczości powinno zapewniać⁹:

- nabycie wiedzy oraz umiejętności praktycznych z zakresu uruchamiania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej,
- kształtowanie postaw przedsiębiorczych, kreatywności i innowacyjności.

Z jednej strony specjalistyczne kursy akademickie powinny dostarczyć interdyscyplinarną wiedzę na temat rozpoczynania i prowadzenia działalności gospodarczej (ekonomia, zarządzanie, finanse, marketing, prawo), z drugiej zaś powinny wspierać pomysły studentów związane z działalnością gospodarczą, czyli krzewić „ducha przedsiębiorczości”¹⁰.

Analizując program nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych, przy uwzględnieniu powyższych wytycznych, należy stwierdzić, że jest on zbyt nastawiony na kształcenie teoretyczne, zwłaszcza w zakresie teorii ekonomii, natomiast kwestiom zarządzania małą firmą, uruchamiania działalności gospodarczej czy szeroko pojmowanej przedsiębiorczości i innowacji poświęca się stosunkowo niewiele miejsca.

Jeżeli zaś idzie o treści kształcenia akademickiego w zakresie przedsiębiorczości, zaproponowane w standardach kształcenia na kierunku zarządzanie (jest to jedyny kierunek, który uwzględnia obowiązkowe kształcenie w zakresie przedsiębiorczości), to w pełni odzwierciedlają one zalecenia Komisji Europejskiej w tym zakresie zarówno w kwestii realizacji celów poznawczych, jak i kształcących.

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w świetle badań empirycznych

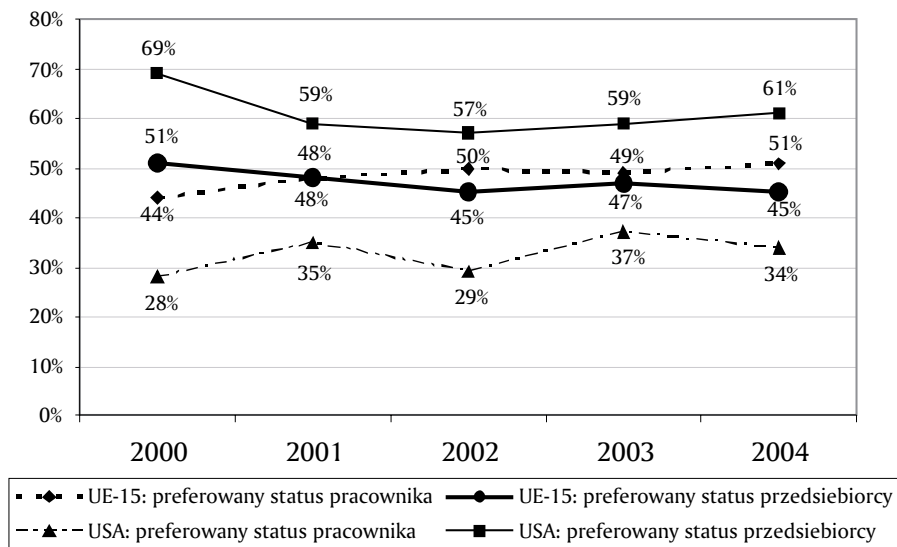
W świetle obecnych badań można przyjąć założenie, że europejskie systemy edukacji i szkolenia nie są w wystarczającym stopniu nastawione na kształtowanie postaw przedsiębiorczych u młodych ludzi. Jak wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Komisji Europejskiej, blisko 60% Europejczyków nigdy nie zastanawiało się nad założeniem własnej firmy, a jedynie 45% preferuje status przedsiębiorcy (por. rysunek 1). Dla porównania w Stanach Zjednoczonych aż 61% obywateli preferuje samozatrudnienie. Wczesne doświadczenia przedsiębiorczości i innowacyjności mają duży wpływ na decyzję o założeniu własnej firmy. Stąd najważniejsze jest wspieranie realizacji programów przedsiębiorczości na wszystkich szczeblach edukacji, zarówno na szczeblu szkolnictwa podstawowego, średniego, jak i wyższego (na wszystkich kierunkach studiów). Absolwenci szkół wyższych oraz średnich powinni w toku nauki zdobyć umiejętności oraz wiedzę niezbędną do uruchomienia własnej działalności gospodarczej.

W celu ewaluacji obecnego stanu w zakresie kształcenia postaw przedsiębiorczych posłużono się metodą badań ankietowych. Aby uniknąć analizowania wyników danych reprezentatywnych tylko dla jednego województwa, badaniem objęto region Polski Południowej,

⁹ Realizacja wspólnotowego programu lizbońskiego..., dz. cyt., s. 10; Best procedure..., dz. cyt., s. 15.

¹⁰ Zwrot ten jest używany przez Komisję Europejską (*entrepreneurship spirit in Europe*).

Rysunek 1. Preferowane ścieżki kariery w zakresie samozatrudnienia w Unii Europejskiej i Stanach Zjednoczonych w latach 2000–2004



Źródło: Entrepreneurship, „Flash Eurobarometr”, nr 160, Komisja Europejska, Bruksela 2004, s. 4

przy czym ze względów utylitarnych „region” zdefiniowano jako obszar dwóch województw: małopolskiego i śląskiego, które zgodnie z przyjętą obecnie w Polsce klasyfikacją statystyczną (NUTS–1) tworzą jeden z sześciu regionów Polski – region południowy (tzw. region II). Na potrzeby badań empirycznych posłużono się losową próbą badawczą, która obejmowała 109 przedsiębiorstw z sektora MSP zlokalizowanych w regionie południowym¹¹, a także 131 gmin z badanego regionu¹². Jako metodę operacjonalizacji wybrano percepcję menedżerską, która zapewnia akceptowalną poprawność i rzetelność, a przede wszystkim przewyższa inne metody pod względem praktyczności zastosowania.

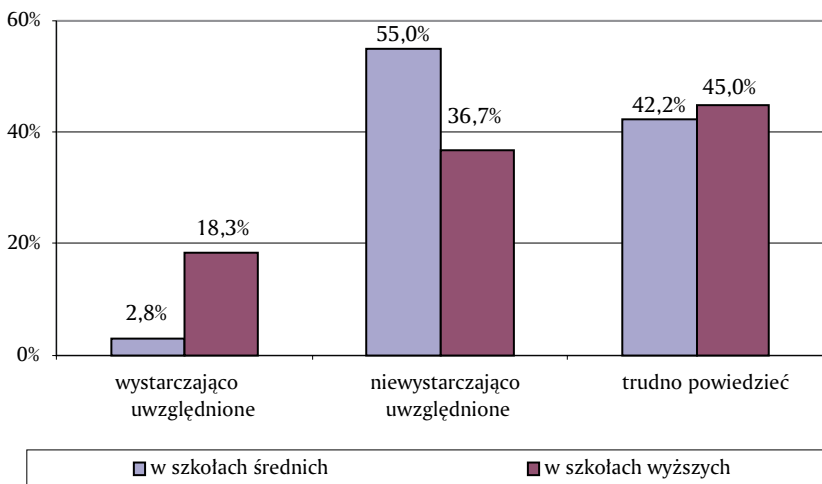
W opinii przedsiębiorców zarówno w szkołach średnich (55%), jak i wyższych (36,7%) nie poświęca się wystarczająco dużo czasu i miejsca zagadnieniom związanym z zakładaniem i prowadzeniem firmy (rysunek 2). Ocena badanych przedsiębiorców jako pracodawców na lokalnym rynku wydaje się być wiarygodna. Stąd wnioskować można, że programy nauczania nie są dopasowane do realiów rynkowych. Wprawdzie w szkołach średnich wprowadzono obowiązkowe nauczanie przedsiębiorczości, jednak liczba godzin w całym cyklu nauczania jest niewystarczająca (1 godzina tygodniowo przez jeden rok nauki, czyli 38 godzin na cykl). Drugim powodem tego stanu rzeczy może być przeakcentowanie w szkołach średnich teoretycznego podejścia do zagadnień związanych z gospodarką, przy jednoczesnym pominięciu praktycznych aspektów kształcenia (w tym postaw przedsiębiorczych i umiejętności menedżerskich). Program kształcenia bowiem w trzech czwartych realizuje zagadnienia związane z mikro- i makroeko-

¹¹ Ankiety wysłano do 500 firm, po 250 z każdego województwa, a zwrot wyniósł 22%.

¹² Ankiety wysłano do wszystkich gmin regionu, których jest 349, a zwrot wyniósł 37,5%.

nomią. Z kolei nie wszystkie szkoły wyższe w swoich programach uwzględniają kurs przedsiębiorczości, a jeśli tak to w bardzo małej liczbie godzin¹³.

Rysunek 2. Percepcja menedżerska kształcenia w zakresie przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań empirycznych

Alarmujące są wyjątkowo niskie oceny przygotowania absolwentów szkół średnich i wyższych do prowadzenia własnej działalności gospodarczej dokonane przez badanych przedsiębiorców. W programach kształcenia więcej miejsca powinno poświęcić się kwestiom związanym z przedsiębiorczością, w tym z uruchamianiem i prowadzeniem mikroprzedsiębiorstw. Kształcenie postaw przedsiębiorczych w lokalnej społeczności może bowiem przyczynić się do rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w aspekcie ilościowym i jakościowym. Zwłaszcza w badanym regionie dostępny jest ogromny potencjał naukowy specjalizujący się w tym zakresie. Warto również zainicjować współpracę na tym polu pomiędzy wyższymi szkołami ekonomicznymi a szkołami średnimi.

Rekomendacje

- Studia I stopnia powinny mieć charakter bardziej praktyczny niż teoretyczny, a absolwenci kierunków ekonomicznych i menedżerskich powinni zdobyć praktyczne umiejętności menedżerskie, które będą mogli wykorzystać w pracy zawodowej. Środowisko akademickie powinno wprowadzić kształcenie w zakresie przedsiębiorczości stosowanej jako obligatoryjny kurs akademicki przynajmniej na wszystkich ekonomiczno-menedżerskich kierunkach studiów oraz co najmniej jako przedmiot fakultatywny na pozostałych kierunkach studiów. Pożądane jest również

¹³ Szerzej zob.: K. Wach, *Szkoły wyższe w służbie dla rozwoju przedsiębiorczości lokalnej*, [w:] K. Moszkowicz, B. Olaszewska (red.), *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” nr 951, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2002, s. 263–272.

- wprowadzenie fakultatywnego kształcenia w zakresie kreatywności i innowacji.
- Studia II stopnia powinny mieć charakter teoretyczny, przygotowując absolwenta do pracy naukowej. Treści kształcenia na wszystkich kierunkach ekonomiczno-menedżerskich powinny obejmować kształcenie w zakresie teorii przedsiębiorczości (w zakresie przedsiębiorczości i innowacji). Pożądane jest również fakultatywne wprowadzenie kształcenia w zakresie zarządzania innowacjami, zwłaszcza na kierunkach technicznych, co przyczyni się do promowania transferu wiedzy i technologii.
- Programy studiów powinny obejmować kształcenie praktyczne oparte na współpracy z przedsiębiorcami, w ramach którego studenci powinni realizować rzeczywiste projekty dla współpracujących z uczelnią przedsiębiorstw. Warsztaty takie powinny być oferowane jako fakultatywne kursy akademickie dla studentów wszystkich kierunków ekonomicznych.
- Kształcenie akademickie w zakresie nauczania przedsiębiorczości powinno również wykorzystywać prowadzenie, tzw. przedsiębiorstw studenckich (przedsiębiorstw treningowych), które w ramach zajęć fakultatywnych zakładaliby i prowadzili studenci pod nadzorem pracownika naukowo-dydaktycznego¹⁴. Działania te powinny być wspierane przez intensyfikację realizacji koncepcji akademickich inkubatorów przedsiębiorczości.
- Istnieje pilna potrzeba zapewnienia wsparcia metodycznego dla nauczycieli przedsiębiorczości w zakresie wykorzystania aktywnych metod nauczania (m.in. takich metod, jak moderacja wizualna, blended e-learning, edutainment). Aktywizujące metody nauczania powinny być szeroko stosowane w edukacji ekonomicznej zarówno w szkolnictwie ponadgimnazjalnym, jak i wyższym.
- Uczelnie ekonomiczne powinny włączyć się w międzynarodowe projekty edukacyjne związane z przedsiębiorczością¹⁵. Pożądane jest tworzenie sieci współpracy z uczelniami krajowymi i zagranicznymi w zakresie nauczania przedsiębiorczości (np. CEEPUS, MINERVA)¹⁶.

¹⁴ Obecnie w Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego trwają konsultacje nad takim rozwiązaniem. W ponadgimnazjalnym szkolnictwie ekonomicznym metoda ta z powodzeniem stosowana jest już od kilku lat jednak tylko w formie symulacji. Szerzej na ten temat zob.: *Miniprzedsiębiorstwa w szkolnictwie średnim*, Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu KE, Bruksela 2005.

¹⁵ Komisja Europejska zakłada, aby do 2010 roku 90% państw członkowskich realizowało pełną listę międzynarodowych programów wspierających praktyczne kształcenie w zakresie przedsiębiorczości.

¹⁶ Przykładem takich rozwiązań była realizacja w latach 2006–2007 międzynarodowego projektu edukacyjnego opartego na platformie e-learningowej pt. *Innovation through Collaboration (iCOLL)* finansowego przez Komisję Europejską w ramach programu SOCRATES. W projekcie tym brało udział sześć uczelni z różnych krajów Unii Europejskiej, w tym Akademia Ekonomiczna w Krakowie. Szerzej na temat projektu zob.: J. Orzechowska, *Zastosowanie metody blended learning w międzynarodowych projektach dydaktycznych na przykładzie projektu iCOLL*, referat wygłoszony podczas konferencji *E-learning w szkolnictwie wyższym – trendy i analizy*, zorganizowanej przez Wyższą Szkołę Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz 22 czerwca 2006 (w druku).

Bibliografia

- Best Procedure: Project on Education and Training for Entrepreneurship, Final Report of The Expert Group*, European Commission – Enterprise Directorate-General, Bruksela 2002.
- Entrepreneurship Education in Europe: Fostering Entrepreneurial Mindsets through Education and Learning. Final Proceedings*, European Commission – Ministry of Education and Research of Finland, Oslo, 26-27 października 2006 r.
- European Entrepreneurship Chairs*, European Foundation for Entrepreneurship Research, Hilversum 2001.
- J.A. Katz, *Survey of Endowed Positions in Entrepreneurship and Related Fields in the United States*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City 2003.
- Miniprzedsiębiorstwa w szkolnictwie średnim*, Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu KE, Bruksela 2005.
- J. Orzechowska, *Zastosowanie metody blended learning w międzynarodowych projektach dydaktycznych na przykładzie projektu iCOLL*, referat wygłoszony podczas konferencji pt. *E-learning w szkolnictwie wyższym – trendy i analizy*, zorganizowanej przez Wyższą Szkołę Gospodarki w Bydgoszczy, Bydgoszcz 22 czerwca 2006 r. (w druku).
- Realizacja wspólnotowego programu lisbońskiego: Rozbudzanie ducha przedsiębiorczości poprzez edukację i kształcenie*, Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Komisja Wspólnot Europejskich, KOM (2006) 33 wersja ostateczna, Bruksela, 13 lutego 2006 r.
- K. Wach, *Szkoły wyższe w służbie dla rozwoju przedsiębiorczości lokalnej* [w:] K. Moszkowicz, B. Olszewska (red.), *Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” nr 951, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2002.
- K. Wilson, *Entrepreneurship Education at European Universities and Business Schools. Results of a Joint Pilot Survey*, materiał prezentowany na OECD International Conference on Foster Entrepreneurship: *The Role of Higher Education*, 23–24 czerwca 2005 r.

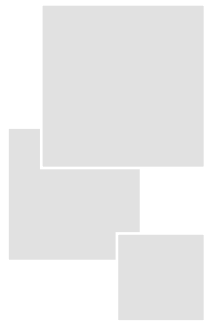
Abstract

The paper focuses on the role of entrepreneurship education in European education systems. The European Commission's recommendations on desirable qualifications of graduates as well as on syllabuses of education in the field of entrepreneurship have been described. The current state has been evaluated on the basis of reports of the European Commission as well as on the author's own empirical research carried out among 109 small and medium-sized enterprises' random sample and 131 communes situated in Małopolska Region and Silesia. The author has suggested directions for future development of entrepreneurship education in Poland. The aim of the paper is to evaluate the current state of shaping entrepreneurial attitudes as well as to draw attention to suggested changes in the field of entrepreneurship education.

Nota o Autorze

Autor jest doktorem nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, pracownikiem naukowo-dydaktycznym Akademii Ekonomicznej w Krakowie, adiunktem Katedry Przedsiębiorczości i Innowacji. Jest autorem czterech książek oraz współautorem kilku monografii, a także autorem lub współautorem ponad pięćdziesięciu artykułów naukowych oraz kilkunastu publicystycznych opublikowanych na łamach „Rzeczpospolitej”. Trzykrotnie został wyróżniony Nagrodą Rektora za osiągnięcia naukowe (2003, 2004, 2006). Odbił staże badawczo-dydaktyczne w Austrii (2004) oraz na Słowacji (2005). W swojej działalności dydaktyczno-naukowej specjalizuje się w tematyce przedsiębiorczości oraz funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw na rynku europejskim.

Część III



Edukacja i postawy przedsiębiorcze w szkolnictwie średnim

Wprowadzenie

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w szkolnictwie średnim w Polsce znajduje się w początkowym stadium rozwoju. Do 2002 roku, kiedy to do szkół ponadgimnazjalnych wprowadzono nowy przedmiot – podstawy przedsiębiorczości – kształtowanie postaw przedsiębiorczych odbywało się w bardzo ograniczonym zakresie. Można nawet przyjąć, że poniżej szkolnictwa wyższego było prawie nieobecne (z wyjątkiem znacznie zawężonej formy w szkołach zawodowych i ekonomicznych). Lukę tę starały się co prawda wypełniać różnego rodzaju organizacje działające poza systemem edukacji, ale nie mogły one dotrzeć do wszystkich zainteresowanych i „najbardziej potrzebujących”.

Po pierwszych latach, kiedy kształtowanie postaw przedsiębiorczych zostało włączone w ramy systemu edukacji szkolnej, przyszedł czas na podsumowania tego, co do tej pory udało się osiągnąć, a przede wszystkim na postawienie pytań, co należałoby zrobić w dalszej kolejności. W dyskusjach środowiskowych między praktykami i teoretykami przedsiębiorczości ujawnia się wspólne przekonanie, że postawy przedsiębiorcze wśród młodzieży należy wzmacniać i kształtować z jeszcze większą determinacją, różne są natomiast postulowane środki i metody osiągnięcia tego celu.

Niniejszy zbiór opracowań jest próbą odpowiedzi na pytania o dalszy rozwój edukacji ekonomicznej w szkołach średnich, prezentując opinie i sugestie różnych stron zaangażowanych w ostatnich latach w kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży.

Różnice w postrzeganiu przyszłego kształtu edukacji z zakresu przedsiębiorczości w szkole średniej pojawiają się już na etapie oceny skuteczności nauczania przedsiębiorczości w ramach wprowadzonego dodatkowego przedmiotu. Jak wynika z badań przytaczanych przez Aldonę Andrzejczak, nauczyciele przedsiębiorczości w największym stopniu koncentrują się na jednym z czterech celów kształcenia (aktywnym kształtowaniu kariery zawodowej i poszukiwaniu pracy) i w tym obszarze ich uczniowie osiągają satysfakcjonujące wyniki. Chociaż należy pamiętać, że praktyczna weryfikacja tego celu rozpoczęła się wraz z wchodzeniem absolwentów szkół średnich na rynek pracy – omówione w opracowaniu Marcina Kęsego badania postaw przedsiębiorczych uczniów szkół zawodowych pokazują, że zdobywane w tych szkołach kwalifikacje zawodowe nie są dostosowane do obecnego charakteru rynku pracy. Słabiej natomiast wypadają pomiary efektywności nauczania w pozostałych obszarach wyznaczonych przez podstawę programową (wymagają bowiem większego przygotowania merytorycznego).

Być może to, że nie wszystkie cele kształcenia zawarte w podstawie programowej udało się zrealizować w pełnym wymiarze, nie jest wcale słabością. Zdaniem Piotra Szeligi podstawa jest bowiem nieprzystosowana do wymagań i oczekiwań młodych osób, niespójna i w nadmiernym

stopniu skoncentrowana na znajomości procedur, dokumentów i aktów prawnych, pomijając tym samym tak ważne aspekty przedsiębiorczości, jak samodzielność, kreatywność i skłonność do ponoszenia ryzyka.

Można zadać pytanie, czy w takim razie w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży można byłoby się obejść bez placówki oświatowej. Piotr Wachowiak w swoim opracowaniu, kompleksowo omawiając sposób, w jaki należy kształtować umiejętności przedsiębiorcze, nie przywołuje szkoły średniej jako wiodącego podmiotu w tym procesie (ale też z drugiej strony roli szkoły średniej autor w tym procesie nie wyklucza).

Wydaje się, że warunkiem zastosowania w szkole średniej zasad kształtowania umiejętności przedsiębiorczych, zgodnie z modelem Piotra Wachowiaka, jest znaczne zwiększenie czasu poświęcanego na realizację tego celu. W tym kierunku zmierzają konkluzje Danuty Raczko, która w swoim opracowaniu wskazuje na potrzebę rozszerzenia zadania związanego z kształtowaniem postaw przedsiębiorczych nie tylko na większą liczbę godzin, ale również na inne niż przedsiębiorczość przedmioty. Ważne jest, aby do nauczania przedsiębiorczości w większym stopniu włączać ćwiczenia praktyczne, najlepiej w formule interdyscyplinarnej. Warunkiem jest jednak odpowiednie przygotowanie metodyczne nauczycieli i wyposażenie ich w odpowiednie materiały dydaktyczne. To przekonanie wzmocnione zostało w opracowaniu Joanny Krzyżak, która wykazuje, że jednym z czynników sukcesu nauczania przedsiębiorczości w szkole średniej jest stosowanie szerokiego wachlarza metod dydaktycznych, przede wszystkim zgodnych z modelem uczenia się przez działanie.

Pewnym praktycznym przełożeniem koncepcji Danuty Raczko i Joanny Krzyżak mogłoby być wykorzystanie w większym stopniu materiałów e-learningowych. Jak wynika z opracowaniu Beaty Szmulczyńskiej, w szkole średniej narzędzia te są wykorzystywane w niewystarczającym stopniu. Mimo iż nauczyciele mają dostęp do wartościowych programów e-learningowych opracowanych i udostępnianych między innymi przez NBP, to cały czas barierą w ich masowym wykorzystywaniu pozostaje poziom informatyzacji polskich szkół. Dla wielu nauczycieli podstawowym środkiem dydaktycznym pozostaje podręcznik.

Godnym polecenia sposobem wsparcia nauczycieli i uczniów mogą być również inicjatywy i projekty pozaszkolne, organizowane przede wszystkim przez organizacje pozarządowe. Wartościowe przykłady takich inicjatyw zostały szczegółowo zaprezentowane w opracowaniach Marii Krogulec-Sobowiec oraz Elżbiety Majchrowicz.

Jeszcze inne podejście prezentuje Olaf Flak, który w swoim opracowaniu sugeruje wprowadzenie większej liczby gier dydaktycznych w ramach edukacji przedsiębiorczości uczniów w szkołach ponadgimnazjalnych.

Zawarte w niniejszej części opracowania pozwalają spojrzeć na problem kształtowania postaw przedsiębiorczych w szkole średniej z różnych perspektyw. Ich wspólną płaszczyzną jest to, że w każdym z nich zaakcentowano potrzebę rozszerzenia podejmowanych dotychczas działań, różnice dotyczą wyłącznie sposobów osiągnięcia tego celu.

Skuteczność nauczania przedsiębiorczości w szkołach średnich

Szkoła średnia jest środowiskiem, które w znacznym stopniu odpowiedzialne jest za dostarczanie podstawowej wiedzy o rozwijającej się w Polsce gospodarce rynkowej oraz za kształtowanie przedsiębiorczych postaw młodzieży. Nie dziwi zatem fakt, iż w 2002 roku do programu nauczania polskich szkół ponadgimnazjalnych wprowadzono nowy przedmiot – podstawy przedsiębiorczości. W 2006 r. zespół Katedry Edukacji i Rozwoju Kadr Akademii Ekonomicznej w Poznaniu przeprowadził badania, których celem było zdiagnozowanie stanu i uwarunkowań realizacji podstaw przedsiębiorczości w szkołach średnich w Wielkopolsce. Przeprowadzone badanie miało w zasadzie charakter pełny, tzn. objęło wszystkie szkoły ponadgimnazjalne z terenu województwa, w sumie 290 organizacji. Do każdej szkoły wysłano ankietę skierowaną do nauczycieli podstaw przedsiębiorczości. Ostatecznie otrzymano 141 poprawnie wypełnionych kwestionariuszy ankiet. W badaniach próbowano odzwierciedlić rzeczywisty stan w zakresie nauczania podstaw przedsiębiorczości oraz skonfrontować go ze wstępnymi założeniami i celami, jakie przyświecały władzom podejmującym decyzję o wprowadzeniu tego przedmiotu do szkół średnich i jakie zostały zapisane w jego podstawie programowej. W prezentowanym opracowaniu posłużono się niewielkim wycinkiem badań ankietowych, dotyczącym odpowiedzi na pytanie: jak nauczyciele podstaw przedsiębiorczości oceniają skuteczność nauczania tego przedmiotu w szkołach średnich.

Przedsiębiorczość jako cel edukacji

Pomijając wszelkie spory i rozstrzygnięcia dotyczące sposobów definiowania przedsiębiorczości, można przyjąć, że pojawia się ona na styku dwóch zjawisk: obecności i aktywności osób, które zdolne są do przekroczenia utartych wzorców działania oraz występowania szans i możliwości osiągania korzyści ekonomicznych, które nie są powszechnie dostrzegane¹. W naszym kraju przedsiębiorczość nie jest pojęciem jednoznacznie kojarzącym się pozytywnie i dlatego celem zabiegów edukacyjnych powinno być jej wyraźne określenie. Przedsiębiorczość może bowiem czasami przyjmować postać zachowań egoistycznych, ukierunkowanych i podporządkowanych osiągnięciu założonego celu za wszelką cenę, nawet kosztem innych ludzi, przy wykorzystaniu wszelkich dostępnych środków. W Polsce przedsiębiorczość bywa czasami kojarzona

¹ Por. A. Koźmiński, *Zarządzanie w warunkach niepewności*, PWN, Warszawa 2005, s. 163.

z obrotnością i cwaniactwem, wykorzystywaniem nie zawsze etycznych metod osiągnięcia celu. Jednocześnie jednak przedsiębiorczość kojarzy się także z podejmowaniem działań celowych, służących dobru wspólnemu, przy wykorzystaniu pomysłowości i inteligencji, ale przestrzeganiu przyjętych norm etycznych. Z kolei przeciwieństwem obu postaw może być unikanie działania, co z jednej strony nie grozi niewłaściwym działaniem, ale z drugiej strony nie prowadzi także do żadnego pozytywnego skutku. Przykładowo, można sobie wyobrazić zarówno osoby, które w obliczu zagrożenia czy wystąpienia określonych problemów z różnych powodów pozostaną bierne – nie podejmą działań z braku wiedzy, z obawy przed niewłaściwym działaniem, z obojętności itd., jak i osoby będące ich przeciwieństwem, które niezależnie od posiadanej wiedzy i środków, podejmą działanie, z samej potrzeby działania. Głównym motywem takiego postępowania będzie chęć albo odniesienia korzyści, albo samego działania, pomimo braku wiedzy na temat możliwych skutków. Pomiędzy tymi skrajnymi postawami lokują się zachowania przedsiębiorcze, to znaczy aktywność, ale rozważna, będąca efektem analizy celów i środków, skalkulowania ryzyka i podjęcia go w celu osiągnięcia celu. Można to przedstawić w postaci pewnego kontinuum, gdzie postawa przedsiębiorcza lokuje się pomiędzy biernością a egoizmem (por. rysunek 1)

Rysunek 1. Kontinuum postaw

Postawa bierna	Postawa przedsiębiorcza	Postawa egoistyczna
----------------	-------------------------	---------------------

Źródło: opracowanie własne

Postawę przedsiębiorczą określić też można jako zależność relacji pomiędzy dwoma wymiarami opisującymi zachowanie człowieka i jego motywy: aktywność, działanie, inicjatywa oraz krytycyzm w sposobie doboru środków realizacji celu (por. rysunek 2).

Rysunek 2. Przedsiębiorczość jako zależność pomiędzy aktywnością a krytycyzmem wyboru środków działania

		Aktywność podmiotu	
		Wysoka	Niska
Krytycyzm doboru środków	Wysoki	Osoba przedsiębiorcza	Osoba przesadnie ostrożna
	Niski	Cwaniactwo, wykorzystywanie okazji	Osoba bierna i bezradna

Źródło: opracowanie własne

Przy takim zdefiniowaniu przedsiębiorczości na plan pierwszy wysuwają się następujące zachowania:

- zorientowanie na cel, działanie celowe,
- aktywność, inicjatywa, poszukiwanie,
- konsekwencja w działaniu, wytrwałość, umiejętność podporządkowania działań wytyczonemu celowi, odporność na stres,
- pomysłowość, elastyczność w zdobywaniu i wykorzystywaniu różnych środków.

Wydaje się, że najbardziej celowe byłoby definiowanie przedsiębiorczości jako postawy człowieka zorientowanej na dostrzeganie i wykorzystywanie szans, przy wykorzystaniu posiadanej wiedzy, której towarzyszyć musi otwartość na zmiany i innowacyjność. Powyższy sposób definiowania przedsiębiorczości skutkuje konkluzją, że dla przejawiania się postawy przedsiębiorczej potrzebna jest określona wiedza, umiejętności oraz motyw. Oznacza to, że przedsiębiorczości można się uczyć. Jeśli przedsiębiorczość ma prowadzić do uzyskania lepszych efektów działania musi bazować na wiedzy, natomiast efekty tego działania będą zależeć od umiejętności i motywacji zdobywania i wykorzystania odpowiedniej wiedzy. Postawa taka jest bardzo użyteczna, a nawet w pewnym sensie niezbędna, dla wszystkich członków społeczeństwa, nawet tych, którzy nie mają żadnych związków z biznesem. Dlatego przedsiębiorczość może stanowić przedmiot oddziaływań edukacyjnych, innymi słowy, można i należy jej nauczać w szkole.

Cele nauczania podstaw przedsiębiorczości

Program przedmiotu podstawy przedsiębiorczości zawiera cztery zasadnicze cele kształcenia:

- rozumienie podstawowych zjawisk i mechanizmów gospodarczych;
- zdolność do kształtowania własnych poglądów i ocen na temat najważniejszych zmian w polskiej gospodarce;
- zdolność do aktywnego i świadomego kształtowania własnej kariery zawodowej oraz skutecznego poszukiwania pracy zapewniającej satysfakcję materialną i moralną;
- nabycie zachowań przedsiębiorczych i uwzględniających wymogi etyki zawodowej.

Diagnostując stan realizacji tych celów w szkołach średnich przyjęto następujące podejście. Po pierwsze, postawiono nauczycielom prowadzącym lekcje z podstaw przedsiębiorczości otwarte pytanie – jaki jest ich zdaniem najważniejszy cel nauczania tego przedmiotu. Uzyskane odpowiedzi starano się przyporządkować do jednego z czterech celów zawartych w obowiązującym programie. Rezultat tych zabiegów prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Cel nauczania podstaw przedsiębiorczości wskazywany przez nauczycieli jako najważniejszy

Cel	Ogólny % wskazań
Aktywnie kształtować własną karierę zawodową i skutecznie poszukiwać pracy.	52,5
Zrozumieć zjawiska i mechanizmy gospodarcze.	26,2
Nabyć zachowania przedsiębiorcze uwzględniające wymogi etyki.	14,9
Ukształtować własne poglądy i oceny zmian w polskiej gospodarce.	1,4
Inne	5,0

Źródło: opracowanie własne

Dla ponad połowy nauczycieli najważniejszym celem lekcji z podstaw przedsiębiorczości jest przygotowanie uczniów do aktywnego kształtowania własnej kariery zawodowej oraz skutecznego poszukiwania pracy. Świadczy to o ich bardzo realistycznym i praktycznym podejściu.

W innym pytaniu respondenci zostali poproszeni o wybór dwóch najważniejszych celów spośród czterech, które odzwierciedlały oficjalne zapisy z programu przedmiotu. Generalnie uzyskane wyniki potwierdziły dominującą rangę celu – aktywnie kształtować własną karierę

zawodową i skutecznie poszukiwać pracy oraz najmniejsze znaczenie przypisywane celowi – ukształtować własne poglądy i oceny zmian w polskiej gospodarce. Również ranga pozostałych dwóch celów została oceniona w sposób zbliżony (por. tabela 2).

Tabela 2. Rangi przypisane celom przedmiotu podstawy przedsiębiorczości przez nauczycieli

Cel	Liczba wskazań na 1 i 2 miejscu	Wskazane na 1 miejscu	Brak wskazań
Aktywnie kształtować własną karierę zawodową i skutecznie poszukiwać pracy.	189	70	19
Nabyć zachowania przedsiębiorcze uwzględniające wymogi etyki.	103	32	67
Zrozumieć zjawiska i mechanizmy gospodarcze.	102	32	68
Ukształtować własne poglądy i oceny zmian w polskiej gospodarce.	22	5	121

Źródło: opracowanie własne

Skuteczność nauczania podstaw przedsiębiorczości w oczach nauczycieli

Zasadniczym elementem prowadzonych badań była ocena osiągnięć uczniów w zakresie zakładanych celów nauczania podstaw przedsiębiorczości. Nauczyciele oceniali osiągnięcia uczniów w 14 sprecyzowanych zakresach, stosując skalę: bardzo dobry, dobry, przeciętny, słaby. Przedstawione do oceny zakresy odzwierciedlały umiejętności, których nabywanie i doskonalenie zostało wpisane do oficjalnego programu nauczania podstaw przedsiębiorczości, jako cele szczegółowe (operacyjne).

Tabela 3. Osiągnięcia uczniów w zakresie różnych umiejętności w ocenie nauczycieli

Umiejętności uczniów	Stopień opanowania umiejętności (w %)			
	Słaby	Przeciętny	Dobry	Bardzo dobry
Znajomość zjawisk i mechanizmów gospodarczych	4,3	27,7	61	5,7
Umiejętność oceny treści tekstów o problematyce ekonomicznej	8,5	56	31,9	1,4
Odczytywanie i interpretacja danych z rocznika statystycznego	14,9	39	36,9	8,5
Wykonywanie obliczeń kosztów, przychodów i zysków, wypełnianie PIT	14,9	46,1	33,3	4,3
Zrozumienie roli pracy i inwestycji w kapitał ludzki w gospodarce	2,8	24,8	55,3	14,9

Planowanie własnej ścieżki zawodowej i przygotowanie do ubiegania się o pracę	4,3	15,6	51,8	27,7
Znajomość funkcjonowania Giełdy, wskaźników giełdowych	24,8	46,1	26,2	1,4
Umiejętność zarządzania, w tym inwestowania własnych pieniędzy	15,6	36,2	42,6	2,8
Znajomość form prawnych, źródeł finansowania i warunków uruchomienia działalności gospodarczej	8,5	29,1	50,4	9,9
Posługiwanie się substytutami pieniądza: czekiem, kartą bankomatową	5,7	18,4	53,9	19,1
Przestrzeganie zasad etyki zawodowej	5	26,2	56,7	7,8
Znajomość mierników gospodarczych w skali makro	17,7	44	33,3	2,1
Znajomość wpływu zjawisk makroekonomicznych na gospodarkę	14,9	44,7	36,2	1,4
Ocena korzyści, kosztów, szans i zagrożeń międzynarodowej współpracy gospodarczej	13,5	41,1	38,3	2,8

Źródło: opracowanie własne

Ogólnie stwierdzić można, że osiągnięcia uczniów zostały ocenione przez nauczycieli w sposób umiarkowany. Przewagę ocen dobrych i bardzo dobrych uzyskało 6 z 14 ocenianych zakresów, podczas gdy 8 uzyskało przewagę ocen łącznie przeciętnych i słabych. Jak można było przypuszczać, wystąpiła tendencja centralna, przejawiająca się tym, że ocen skrajnie pozytywnych lub negatywnych było mniej niż środkowych. Najwięcej ocen bardzo dobrych uzyskała umiejętność planowania własnej ścieżki zawodowej i przygotowanie do ubiegania się o pracę (27,7%), posługiwanie się substytutami pieniądza: czekiem, kartą bankową (19,1%) oraz zrozumienie roli pracy i inwestycji w kapitał ludzki w gospodarce (14,9%). Wśród umiejętności, które uzyskały najwięcej ocen słabych znajdują się: znajomość funkcjonowania giełdy i wskaźników giełdowych (24,8%), znajomość mierników gospodarczych w skali makro (17,7%) oraz umiejętność zarządzania, w tym inwestowania własnych pieniędzy (15,6%).

Analizując dokładniej ocenę poszczególnych umiejętności uczniów, podkreślić należy, że najwyżej zostały ocenione te, które są związane z realizacją tych ogólnych celów nauczania, które nauczyciele uznali za najważniejsze. Może to wskazywać na znaczną racjonalizację działań nauczycieli w zakresie realizacji zajęć z podstaw przedsiębiorczości. Analiza ocen pozytywnych wskazuje na wysoką rangę praktycznych umiejętności przy jednocześnie wysokich standardach etycznych młodzieży. Przestrzeganie zasad etyki zawodowej za dobre uznało 56,7%, a za przeciętne – 26,2% nauczycieli. Wśród umiejętności z przewagą ocen pozytywnych znalazły się także znajomość zjawisk i mechanizmów gospodarczych oraz znajomość form prawnych, źródeł finansowania i warunków uruchomienia działalności gospodarczej, czyli związane z realizacją celu w hierarchii nauczycieli uznanego za drugi według ważności.

Przeciętnie ocenione przez nauczycieli umiejętności obejmują także umiejętności praktyczne: odczytywanie i interpretację danych z rocznika, wykonywanie obliczeń kosztów, przychodów, zysków, wypełnianie PIT. Zostały one ocenione jako przeciętne lub dobre przez zdecydowaną

większość nauczycieli, a blisko 15% nauczycieli oceniło je jako słabe. Biorąc pod uwagę, że są to umiejętności bardzo istotne w odniesieniu do postawy przedsiębiorczej, fakt ten należy odnotować jako wymagający szczególnej refleksji.

Nauczyciele zostali także zapytani o to, co ich zdaniem ma największy wpływ na skuteczność nauczania podstaw przedsiębiorczości. Każdy mógł zaznaczyć dowolną liczbę czynników. Spośród 11 wymienionych czynników, najczęściej wskazywaną determinantą była dostępność rozmaitych pomocy i materiałów dydaktycznych (71,6%). Na kolejnych miejscach znalazły się: zainteresowanie uczniów tematyką lekcji (68,1%), postawa i zaangażowanie nauczycieli (58,9%), motywacja i nakład pracy ucznia (55,3%), wymiar godzinowy przedmiotu (52,5%). Można przypuszczać, że ranga pozostałych czynników jest mniejsza, ponieważ zostały one uwzględnione przez mniej niż połowę badanych. Interesujące wnioski wynikają z uwzględnienia stopnia awansu zawodowego uczestniczących w badaniu nauczycieli. W przypadku większości czynników determinujących skuteczność nauczania podstaw przedsiębiorczości mieli oni podobne poglądy. Jednak stopień awansu zawodowego różnicował opinię nauczycieli na temat wpływu znaczenia zainteresowania uczniów, lokalizacji przedmiotu w planie nauczania oraz roli współpracy i wymiany doświadczeń pomiędzy nauczycielami. Nauczyciele dyplomowani większą uwagę niż pozostali przypisywali znaczeniu właśnie tego ostatniego czynnika oraz zainteresowaniu uczniów, natomiast marginalizowali wpływ lokalizacji przedmiotu w planie nauczania.

Istotny wpływ na stosunek do nauczania okazał się mieć sposób uzyskania kwalifikacji do nauczania podstaw przedsiębiorczości. O ile opinie w sprawie czynników wpływających na skuteczność nauczania wśród tych, którzy ukończyli studia ekonomiczne lub nauczycielskie albo studia podyplomowe były zbliżone, o tyle w niektórych przypadkach pojawiła się odrębność opinii tych nauczycieli, którzy ukończyli jedynie kurs. Zdecydowanie większe znaczenie przypisywali oni nakładowi pracy nauczyciela, a zdecydowanie mniejsze niż pozostali – godzinowemu wymiarowi przedmiotu. Może to wskazywać na niższą efektywność tej formy przygotowania nauczycieli do nauczania podstaw przedsiębiorczości.

Dla zbadania stosunku nauczycieli do nauczania przedmiotu istotne znaczenie miało także poznanie, czy nauczyciele odczuwają satysfakcję z osiągniętych wyników. Nauczyciele zostali zapytani o to, czy w relacji do nakładów własnej pracy wyniki osiągnięte przez uczniów są satysfakcjonujące? Uzyskany obraz nie jest całkiem jednoznaczny. Co prawda odpowiedzi pozytywnych i „raczej tak” – jest zdecydowana większość (74,5%), jednak odpowiedzi jednoznacznie pozytywnych (15,6%) jest mniej niż odpowiedzi „raczej nie” (24,1%). Zakładając niskie prawdopodobieństwo całkowitego zanegowania przez nauczycieli efektywności swojej pracy, można powyższy rozkład odpowiedzi traktować jako wskaźnik pewnych oznak frustracji nauczycieli (por. tabela 4).

Tabela 4. Satysfakcja nauczycieli z ocen uzyskiwanych przez uczniów z punktu widzenia nakładu pracy nauczyciela

Poziom satysfakcji	Ogółem
Pełna satysfakcja	15,6
Częściowa satysfakcja	58,9
Częściowy brak satysfakcji	24,1
Brak satysfakcji	1,4

Źródło: opracowanie własne



Podsumowanie

W zakresie celów i wyników kształcenia, przyjęta metodyka badania pozwoliła dostrzec, że nauczyciele faworyzują jeden z czterech zasadniczych celów kształcenia: *aktywnie kształtować własną karierę zawodową i skutecznie poszukiwać pracy*. Zdecydowanie najmniejszą rangę respondenci przypisują *kształtowaniu własnych poglądów i ocen zmian w polskiej gospodarce*. Analiza celów, a w szczególności osiągnięć uczniów wskazywać może pośrednio na to, że nauczyciele pomijają, czy też umniejszają znaczenie zagadnień wymagających dużej wiedzy ekonomicznej (np. znajomość funkcjonowania giełdy, znajomość mierników gospodarczych, wpływu zjawisk makroekonomicznych na gospodarkę), natomiast nadają większe znaczenie czynnościom o charakterze praktycznym. Przy czym zwraca uwagę fakt, że są to zwykle czynności o niskim stopniu skomplikowania i trudności treści, będących podstawą ich nauczania. Czynności te zwykle prowadzą albo do jednoznacznych i łatwo sprawdzalnych wyników (np. posługiwanie się substytutem pieniądza), albo do wyników charakteryzujących się dużym stopniem ogólności, możliwością indywidualnego podejścia do rozwiązania problemu, które w większości przypadków, niezależnie od kształtu ostatecznych rozwiązań, mogą być uznane za poprawne (np. planowanie ścieżki zawodowej i przygotowanie do ubiegania się o pracę). Nauczenie tych czynności nie wymaga dostarczenia trudnej i skomplikowanej wiedzy. Większe trudności mają uczniowie z opanowaniem umiejętności, wymagających znajomości szczegółowych zagadnień ekonomicznych, których nieznajomość może doprowadzić do niewłaściwych wyników (np. wykonanie obliczeń kosztów, przychodów i zysków, wypełnianie PIT, umiejętność zarządzania, w tym inwestowania własnych pieniędzy). Na tym tle pojawia się dość oczywista refleksja, że bardzo duże znaczenie dla skuteczności procesu kształcenia w zakresie podstaw przedsiębiorczości ma dobre przygotowanie merytoryczne nauczycieli. Przeciętne i słabe osiągnięcia uczniów w zakresie wiedzy i umiejętności o charakterze szczegółowym, mogą świadczyć o lukach w kompetencjach merytorycznych nauczycieli i niskiej efektywności krótkich form przygotowania nauczycieli do nauczania podstaw przedsiębiorczości. Z przeprowadzonych badań wynika bowiem, że 61% nauczycieli niezbędne kwalifikacje w tym zakresie zdobyło dzięki ukończeniu studiów podyplomowych.

■ Abstract

High school is mostly responsible for delivery of basic knowledge on economy and shaping entrepreneurial attitudes of young people. Therefore, since 2002 Polish curriculum of high schools has been enriched by a new course: 'foundations of entrepreneurship'. In 2006 Poznan University of Economics carried out a research on the state and conditions of conducting the course in 290 schools. The article presents how – according to results of the research – effectiveness of the new course is perceived by teachers.

■ Nota o Autorce

Autorka jest doktorem habilitowanym nauk ekonomicznych, profesorem Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, gdzie sprawuje funkcję kierownika Katedry Edukacji i Rozwoju Kadr. Od wielu lat zajmuje się przygotowaniem pedagogicznym nauczycieli przedmiotów ekonomicznych dla szkół średnich. Prowadzi też działalność naukową i dydaktyczną w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, a zwłaszcza problematyki projektowania i realizacji szkoleń.

Chwasty na polu przedsiębiorczości, czyli czego w szkole nie uprawiać

Pierwsze zdania zaproszenia na konferencję, jak również jej opisu dostępnego na stronie www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczosc ujawniają podejście do nauczania, które jest dzisiaj silnie obecne w środowisku zajmującym się edukacją młodzieży. Wystarczy przez chwilę zastanowić się nad znaczeniem słów i doбором pojęć użytych w komunikacie, by mieć wstępny obraz sposobu, w jaki traktowana jest dzisiaj edukacja, jej przedmiot i jej podmiot. Poniżej przedstawiam treść tego zawiadomienia. Pogrubione zostały najbardziej, moim zdaniem, znamienne dla niej sformułowania. Jestem przekonany, że język, którym się posługujemy, ujawnia więcej, niż sądzymy.

System kształcenia w Polsce ma za sobą pierwsze lata doświadczeń związanych z wprowadzeniem i doskonaleniem **edukacji przedsiębiorczej**. Celem organizowanej konferencji jest przeprowadzenie środowiskowej dyskusji na temat rozwoju szeroko rozumianej **edukacji ekonomicznej** oraz działań związanych z **kształtowaniem postaw** przedsiębiorczych **społeczeństwa**, zwłaszcza wśród licealistów i studentów.

Co wynika z tego tekstu?

- Kształcenie jest systemem. System jest nadrzędny dla działań edukacyjnych. System to spłot wzajemnie powiązanych składowych. Spójna wielowymiarowa całość. My wprowadziliśmy działania w szkole, ale wokół nas i nad nami jest system. System nas warunkuje. Całość dominuje nad częścią.
- Skoro kształcenie jest systemem, to podmiotem kształcenia, jego partnerem, obiektem, którym ma się zajmować, jest całe społeczeństwo. System zatem ma kształtować postawy (przedsiębiorcze) społeczeństwa. Konkretny uczeń, uczennica, nauczyciel są oczywiście ważni, ale jakby na drugim planie. Konkretny uczeń, jest umieszczany w kontekście ogólnym.
- Skoro podmiotem, do którego kierujemy działania edukacyjne jest społeczeństwo, to rzecz jasna przedmiotem, którego należy nauczać, jest gospodarka jako taka (narodowa, międzynarodowa), jej podstawowe cechy, mechanizmy i uwarunkowania.
- Jeśli mamy do czynienia z systemem kształcenia, czyli z przemyślaną, spójną strukturą edukacyjną, to nie będziemy przecież zajmować się jego zmianą. Możemy go jedynie doskonalić i dyskutować nad jego rozwojem.
- Do systemu kształcenia wprowadzono edukację przedsiębiorczą, ale dziś zajmujemy się często edukacją ekonomiczną. Zamiast uczyć postaw przedsiębiorczych, zaradności, samodzielności, przekazujemy wiedzę o gospodarce, systemie gospodarczym.

Sądzę, że dominacja makroekonomii, ujęć strukturalnych i systemowych oraz „wiedzo-centriczność” programów nauczania przedsiębiorczości nie odpowiadają potrzebom chwili. To

tak, jakby edukację zdrowotną zaczynać od zasad funkcjonowania systemu opieki zdrowotnej! Tego typu podejście jest pochodną akademickiego sposobu patrzenia na rzeczywistość, którą twórcy podręczników szkolnych traktują jako obiekt badań, a nie przedmiot przekształceń. Nic dziwnego, że młody człowiek nie widzi w tym miejsca dla siebie. Odrzuca niestrawne i dalekie od jego osobistych doświadczeń wielosłowie.

Przedstawię poniżej kilka refleksji na temat nauczania przedsiębiorczości w dzisiejszej szkole. Powiem, czego w niej nie uczyć. Na koniec wskażę tematy, którymi warto zająć uwagę uczniów, aby rozbudzić w nich przekonanie, że życie gospodarcze daje co chwila szansę wygranej, a także aby wzmocnić w nich wiarę, że można tę szansę rozpoznać i wykorzystać.

Podjęcie ekologiczne

Każdy rolnik ekologiczny wie, że w przyrodzie nie ma rzeczy zbędnych. Im większa różnorodność biologiczna, tym większa odporność na kryzysy ekosystemu i jego łatwość przystosowania się do zmian. Przyroda w sposób naturalny „dywersyfikuje” swój portfel aktywów, zmniejszając tym samym ryzyko katastrofy. Równowaga jest stanem rozpoznawalnym, a jej zaburzenia, zwłaszcza jeśli mają charakter endogeniczny, pełnią funkcje oczyszczające. Skutki zabiegów agrotechnicznych odkładają się w czasie. Szybki pozytywny efekt niekoniecznie daje korzyść długoterminową.

Użyta w tytule opracowania metafora *chwasty na polu przedsiębiorczości*, choć niezbyt wyszukana, daje mi sposobność opisu natury przeszkód, które musimy w edukacji szkolnej pokonywać. Pozwoli wskazać na niektóre sposoby ich omijania.

Głównym problemem, z którym trzeba się zmierzyć w nauczaniu przedsiębiorczości nie jest brak wiedzy ekonomicznej, lecz bardzo dokuczliwy dzisiaj nadmiar postaw aprzedsiębiorczych wśród młodzieży. Wiedza o gospodarce jest dostępna. Brak jest głównie ochoty na jej zgłębianie. Nasze zabiegi edutechniczne powinny prowadzić nie tyle do zwalczania niepożądanych gatunków roślin (najskuteczniejsza jest wtedy chemia), ale wybierać takie uprawy, które będą sobie z chwastami najlepiej radzić, a nawet współżyć z nimi. Aby uzyskać równowagę w ekosystemie, trzeba zmniejszyć deficyt postaw przedsiębiorczych.

Postawy aprzedsiębiorcze

Musimy pamiętać o tym, że szkoła uczy nie tylko przyszłych przedsiębiorców, inwestorów, ale także przyszłych pracowników urzędów skarbowych, polityków, autorów regulacji. Nie wszyscy oni będą dążyć do sukcesów, podejmować wyzwania, zakładać własne firmy. Niektórzy z nich będą przedsiębiorczości przeszkadzać. Ich też trzeba mieć na uwadze.

W grudniu 2003 r. CBOS przeprowadził badania młodzieży kończącej edukację szkolną. Pytania dotyczyły stosunku do szkoły, polityki, warunków materialnych, wartości, wolnego czasu itp. Jako najważniejsze trzy cele życiowe młodzi ludzie z 65 szkół wskazali:

udane życie rodzinne, dzieci	50% wskazań,
miłość, przyjaźń	46%,
ciekawa praca, zgodna z zainteresowaniami	43%.

Najmniejszą liczbę wskazań otrzymały następujące cele:

niezależność w pracy	6%,
zdobycie władzy politycznej	2%,
możliwość podejmowania ważnych decyzji w sferze gospodarczej	1%.

Aspiracje materialne młodzieży zdominowały trzy cele:

samochód 61%,

dom 58%,

mieszkanie 16%.

Na możliwość prowadzenia własnego interesu czy założenia własnej firmy wskazało jedynie 9% badanych.

Jednocześnie zapytano młodych ludzi, co przede wszystkim decyduje o możliwości znalezienia pracy. Zdaniem ankietowanych najważniejsze czynniki to:

znajomość języków obcych 65%,

znajomości i układy 55%,

inteligencja, zdolności 45%.

Na odwagę i przedsiębiorczość wskazało jedynie 23% osób.

Przedstawione wyżej wyniki badań można podsumować tak: młodzi ludzie oczekują od życia głównie bezpieczeństwa. Nie chcą podejmować wyzwań i pełnić ról, które wiążą się z podejmowaniem decyzji i braniem na siebie odpowiedzialności. Oceniają, że duży wpływ na ich przyszłą karierę mają czynniki od nich niezależne. Nic zatem dziwnego, że tak zredukowane aspiracje skutkują plagą postaw apriorycznych, do których można zaliczyć:

- doraźność i krótkowzroczność,
- stałość zachowań,
- eskapizm (ucieczka w szarą strefę i za granicę),
- fatalizm.

Jak w takim razie prowadzić edukację przedsiębiorczą, kiedy ma się tak niesprzyjające dla niej warunki. Łatwiej z pewnością będzie odpowiedzieć na pytanie, czego nie robić.

Czego nie uprawiać?

Na ten obraz biernej i oportunistycznie nastawionej młodzieży nakłada się oferta edukacyjna, która, moim zdaniem, niewiele robi, by ten niewesoły wizerunek młodych ludzi zmienić. Przejrzałem kilkanaście podręczników do nauczania podstaw przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych. Postanowiłem zrobić eksperyment i utworzyć książkę uogólnioną. Wybrałem z każdej wydanej pozycji tytuł jednego rozdziału i utworzyłem spis treści swojego metapodręcznika. Jego tytuł wymyśliłem sam.

Wyobrażam sobie obiad z moimi dziećmi. Dwoje gimnazjalistów (Janek i Zośka) i jeden licealista (Stach). Pada pytanie: *tato co to znaczy być przedsiębiorczym?* Odpowiadam: *no... hmm... trzeba przeczytać książkę, z której się dowiecie, jak to robić. Przerwijcie na chwilę jedzenie i posłuchajcie, co w niej jest:*

Jak być przedsiębiorczym?

- I. Człowiek przedsiębiorczy i jego rozwój zawodowy;
- II. Komunikacja interpersonalna;
- III. Aktywność społeczna, zawodowa i gospodarcza człowieka;
- IV. Wprowadzenie do ekonomii;
- V. Istota funkcjonowania gospodarki rynkowej;

- VI. Trochę prawa, czyli jak funkcjonować we współczesnym świecie;
- VII. Funkcjonowanie przedsiębiorstw w warunkach gospodarki rynkowej;
- VIII. Makrouwarunkowania przedsiębiorczości;
- IX. Gospodarstwo domowe – podstawowy podmiot gospodarki rynkowej;
- X. Podstawowe problemy rynku pracy w Polsce;
- XI. Świadczenie pracy;
- XII. Państwo i instytucje publiczne w gospodarce;
- XIII. Wpływ ustroju Polski na gospodarkę;
- XIV. Determinanty wzrostu i rozwoju gospodarczego;
- XV. Polska wobec integracji i globalizacji w świecie.

Już widzę mojego rozbieranego Jaśka, zadumanego nad życiem Stacha, a jeszcze bardziej roztrzępaną Zośkę, jak słuchając mojego wykładu powoli opuszczają głowy w kierunku zupy, nic z tego wszystkiego nie rozumiejąc. Co robi młody, przedsiębiorczy człowiek, gdy wpadnie mu w rękę taki podręcznik? Nie czyta go! Szkoda jego czasu! Woli natomiast pójść na giełdę komputerową i sprzedać używany IPOD, a za uzyskane pieniądze (plus drobne moje uzupełnienie) zakupić nowe MP3. Ja bowiem uczę ich, że dostaną pieniądze na kupno czegoś, jeśli część wydatku sfinansują sami.

Oczywiście, że autorzy piszą takie podręczniki pod kątem istniejącej podstawy programowej nauczania przedsiębiorczości. Powstała ona w 2002 roku i już wtedy nie była przystosowana do wymagań, jakie przed młodymi ludźmi stawia życie. Jest niespójna, bo zawarte w niej cele edukacyjne są sprzeczne z postulowanymi treściami nauczania. Jest nieadekwatna, ponieważ koncentruje się na przekazywaniu wiedzy (głównie makroekonomia), na marginesie pozostawiając kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Jest wreszcie „przeciwskuteczna”, ponieważ stosuje antybodźce. Istotna część katalogu oczekiwań edukacyjnych (tzw. osiągnięcia ucznia) dotyczy bowiem znajomości procedur, dokumentów i przepisów prawnych.

Z przeglądu istniejącej oferty edukacyjnej wynika, że jej autorzy (z małymi wyjątkami) realizują nauczanie ekstensywne i wielkoobszarowe, które traktuje młodego człowieka jako obiekt bez właściwości. Nie ma w nim miejsca na bioróżnorodność (homoróżnorodność). Nadmiar zunifikowanej wiedzy i dominującego podejścia systemowo-strukturalnego przytłacza ucznia tak skutecznie, że nie ma szans wyjść spod tej lawiny. Podręczniki w swej większości nie przygotowują młodego człowieka do tego, aby był przedsiębiorczy, samodzielny. Aby zechciał poczuć się kreatorem rzeczywistości. One wtłaczają go w pewien dualizm, w opozycję ja – system, która powoduje, że albo się w niego wtapiam, albo prowadzę grę z tą zewnętrżnością, najlepiej uczestnicząc w szarej strefie.

Nauczycielom i uczniom brakuje czasu na radość ze zdobywania świata i przekształcania ich otoczenia. Edukacja przedsiębiorcza sprowadza się do obustronnego przekonania, że jest materiał do opanowania. Dodajmy, że materiał mało delikatny, nieoddychający i niepoddający się indywidualnym przeróbkom. Autorzy podręczników, biorąc istniejącą podstawę programową jako wskazówkę (nie mają wyjścia), wybierają proste rozwiązania i dokonują projekcji wiedzy, jakiej nauczają na wyższych uczelniach. A za tą wiedzą idzie mało przez uczniów przyswajalny język. Nauczyciele muszą zrealizować program. Uczniowie zaś opanować materiał. Nauczyć się przede wszystkim tego, co da się później sprawdzić i ocenić. A najprościej na egzaminach sprawdza się nie umiejętności, kompetencje, lecz wiedzę. Bo jak napisał autor jednego z podręczników: *Nauka o przedsiębiorczości ma umożliwić uczniowi opanowanie podstawowej wiedzy ekonomicznej, która pozwoli mu zrozumieć mechanizmy funkcjonowania gospodarki rynkowej*

w Polsce. A jak w takim razie sprawdzić postawy przedsiębiorcze młodych ludzi? Chyba dopiero po studiach. Może być już za późno.

Byłem zawsze zwolennikiem wprowadzenia przedsiębiorczości na maturę. Wydawało mi się, że dzięki temu ranga przedmiotu wzrośnie z korzyścią dla nauczycieli i uczniów. Dzisiaj jednak skłonny jestem odpuścić. Strach pomyśleć, czego młodzież musiałaby się wtedy uczyć.

Co uprawiać?

Uprawiać postawy przedsiębiorcze, to znaczy pielęgnować samodzielność i kreatywność. Pobudzać do podejmowania ryzyka, planowania przedsięwzięć i osiągania zamierzonych celów. Na drugim miejscu dopiero jest wiedza, która może nawet kreatywności przeszkadzać. Ile wspańiałych wynalazków powstało z niewiedzy, braku rozeznania w trudnościach tworzenia.

Przedsiębiorczość to temat dla indywidualizmu. Uczniów powinniśmy nie tylko na nią uwrażliwiać, ale także im uświadamiać, że mają szansę być przedsiębiorczymi. Życie co chwila takie szanse daje. Życie to strumień, rzeka możliwości. Młodzi ludzie muszą najpierw w to uwierzyć, potem chcieć i umieć wynajdywać okazje, a następnie je wykorzystywać. Poszukiwanie szans nabiera sensu wtedy, gdy odkrywca ma przekonanie, że wokół niego świat jest zróżnicowany, że jest różnorodność ocen, wycen, wartościowań, że rzeczywistość jest ruchoma, że można tym samym odkrywać różne własne Ameryki.

Trzeba uczniom wydłużać perspektywę widzenia. Oddalać horyzont i ciągle powtarzać, że najciekawsze rzeczy są poza nim. Podstawowym sposobem na ten rodzaj uwrażliwiania jest nauka o cykliczności życia, w tym również gospodarczego. Uwewnętrznienie wiedzy o cyklicznej naturze zjawisk zachęca do ich obserwacji, buduje wyobraźnię długiego dystansu i przekonanie, że okazja na dobrą decyzję istnieje zawsze. Życie człowieka jest spletem sukcesów i porażek. Ileż w takim postrzeganiu świata można zawrzeć optymizmu? Po bessie przechodzi przecież hossa. Prowadząc rozmowy rekrutacyjne zawsze pytam się kandydatów do pracy o ich porażki. Ciekawią mnie wnioski, jakie z nich wyciągają. Pamiętajmy – ludzie sukcesu porażkę mają jeszcze przed sobą.

Trzeba też poszerzać perspektywę. Szansa bardzo często jest związana z nierównościami terenu. Wyasfaltowane boisko nie tylko jest nudne, ale na dodatek zmniejsza przewagę graczy lepiej technicznie przygotowanych. Możliwości powstają w wyniku różnych interpretacji rzeczywistości. Co jest wartością dla mnie, nie musi nią być dla innych osób. W tym jest szansa człowieka przedsiębiorczego, że jego własna ocena faktów gospodarczych jest bardziej trafna od oceny konkurentów. A jeszcze lepiej, gdy wyprzedza ich poczynania. Trzeba uczyć, że w ekonomii nie ma wartości absolutnych. Że jest ona przykładem różnych paradoksów i często pozornych sprzeczności. Przedsiębiorstwo przynoszące zyski, może być jednocześnie bankrutem. To, co wydaje się sprzecznością dziś, jutro już nią nie jest. Każdy wybór jest jednocześnie brakiem wyboru. Jakże ciekawe intelektualnie, poznawczo i wreszcie praktycznie jest patrzenie na świat przez pryzmat utraconych możliwości (filozofia kosztów alternatywnych). Myślenie zerojedynkowe w ekonomii prowadzi często na manowce.

Trzeba oswajać młodych ludzi ze zmiennością rzeczywistości ekonomicznej. Uczyć, że natura wielu zjawisk ma charakter procesu. Ja jestem procesem i moje przedsiębiorstwo jest procesem. Pieniądz nie ma struktury korpuskularnej, ale być może falową i też jest procesem. Podstawą jakiegokolwiek nauczania dotyczącego pieniądza powinny być ćwiczenia z procentu składanego i dyskontowania. Jak pasjonujące mogą być przykłady trafnych i nietrafnych decyzji z tym związanych. W swoich eksperymentach nie bójmy się czasem dojść do wniosku, że

jedyną stałą i niezmienną rzeczą, jakiej doświadczamy jest... ciągła zmiana. Zdobyte w szkole czy na studiach wykształcenie nie zamyka żadnego etapu w rozwoju człowieka i nie gwarantuje zatrudnienia. Być może zapowiada początek jego zmiany.

Oczywiście zmienność otoczenia nie jest rzeczą miłą. Wymusza adaptację i zagraża bezpieczeństwu. Podnosi ryzyko naszych wyborów. Warto więc trochę czasu edukacyjnego poświęcić na zarządzanie ryzykiem. Młodzi ludzie powinni mieć szansę zrozumieć, że ryzykiem da się zarządzać.

Nic tak nie przemawia do wyobraźni jak życiorysy znanych ludzi, którym przyszło się zmagać z własnymi decyzjami. Tu można omawiać wybory, jakich dokonywali, ich porażki, sukcesy, alternatywne scenariusze, a także ich postawy etyczne. Ważna jest analiza kontekstu podejmowanych przez nich decyzji. Czasem decydował przypadek (ulubiona siła sprawcza oportunistów), czasem umiejętność odczytania splotu różnych okoliczności, czasem realizowana konsekwentnie strategia czy też zmyślna taktyka.

Miałem swego czasu okazję doświadczyć, jak silnie na młodych ludzi działają przykłady odnoszenia sukcesu wbrew ogółowi, wbrew przeważającym, obiegowym opiniom. Pamiętam, jak ogromne wrażenie na rzeszowskich licealistach zrobił mój króciutki wykład na temat zarabiania w wyniku spadających cen, kiedy większość myśli, że jest to niemożliwe (chodziło o tzw. krótką sprzedaż na giełdzie). A pojechałem do nich, bo dowiedziałem się, że tworzą zespół pod nazwą „Panie, daj pan spokój” i osiągają bardzo dobre wyniki w edukacyjnej zabawie Szkolna Internetowa Gra Giełdowa (SIGG). Tacy właśnie młodzi ludzie, nieszablonowi, chętni do poznawania nowych rzeczy warci są naszych wysiłków edukacyjnych.

Obraz świata przekazywany w podręcznikach i programach nauczania przedsiębiorczości jest jednak inny. Udostępniana uczniom skamielina ujęć strukturalno-systemowych unieruchamia rzeczywistość oraz myślenie czytelnika. Nie wzbudza wiary we własne siły. Naturalne dla młodych ludzi odruchy przedsiębiorcze, zalewane są asfaltem akademickiego żargonu i odczłowieczonej staromowy. Niestrawne definicje, nudne klasyfikacje zniechęcają do rzeczywistego zainteresowania tematem.

Moim zdaniem, wiedza o gospodarce jest przede wszystkim pochodną doświadczeń osobistych. Do nich w nauczaniu trzeba się przede wszystkim odwoływać. Jeśli tego nie rozumiemy, to będziemy uczyć struktur i systemu, który dzisiaj jest opuszczany przez emigrację zarobkową.

■ Abstract

Present economic education does not sufficiently prepare young people for challenging polish economy. The author makes critical review of existing secondary school programmes and handbooks. Some teaching methods and subjects are proposed at the end of paper.

■ Nota o Autorze

Autor po ukończeniu studiów na Uniwersytecie Warszawskim (Wydział Nauk Ekonomicznych) w 1978 r. rozpoczął pracę w Instytucie Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN. W 1990 r. wszedł do zespołu organizującego Giełdę Papierów Wartościowych (Ministerstwo Przekształceń Wartościowych). Do 1994 pełnił funkcję dyrektora Działu Notowań Giełdy, a w latach 1995–2006 r. zajmował stanowisko wiceprezesa GPW. Obecnie pracuje jako senior consultant w firmie rekrutacyjnej AIMS Polska (executive search). Od 2003 r. jest prezesem rady Fundacji Edukacji Rynku Kapitałowego.

Kształtowanie umiejętności przedsiębiorczych

W opracowaniu autor wskazuje, w jaki sposób należy kształtować umiejętności przedsiębiorcze. Zwraca uwagę na odpowiednią postawę w kształtowaniu tych umiejętności, przejawiającą się w akceptacji własnej osoby, umiejętności wykazywania się sukcesami, pozytywnym nastawieniu, myśleniu innowacyjnym, kreatywności. Omawia, jak osoba przedsiębiorcza powinna podejmować decyzje. Charakteryzuje umiejętności komunikacyjne oraz umiejętności prezentacji własnej osoby.

We współczesnym świecie, zdominowanym przez burzliwe, trudne do przewidzenia zmiany, każdy człowiek chcąc realizować swoje cele powinien posiadać umiejętności przedsiębiorcze, które pozwalają na zaspokajanie jego własnych potrzeb w każdych warunkach, jakie stwarza otoczenie. Dzięki umiejętnościom przedsiębiorczym można także łatwiej zauważać i zaspokajać potrzeby innych ludzi, ponieważ osoba przedsiębiorcza nie jest skoncentrowana tylko na sobie. Przedsiębiorczość nie jest tylko nauką. Jest w dużej mierze praktyką, która ma oczywiście podstawy teoretyczne. Nie może być jednak kojarzona tylko i wyłącznie z ekonomią. Chcąc być przedsiębiorczym, należy posiadać wiedzę z różnych dziedzin, takich jak: psychologia, socjologia, prawo, zarządzanie. Nauka przedsiębiorczości polega przede wszystkim na kształtowaniu pewnych zachowań i umiejętności, które pozwalają człowiekowi odnosić sukcesy w otoczeniu, w którym funkcjonuje. Należy wyraźnie podkreślić, że zachowania przedsiębiorcze muszą być zgodne z obowiązującymi przepisami prawnymi oraz normami etycznymi. Dlatego tak istotne jest ich kształtowanie u młodzieży już od szkoły podstawowej. Należy tak opracować programy nauczania, żeby na lekcjach ze wszystkich przedmiotów rozbudzano ducha przedsiębiorczości. Nie wystarczy o przedsiębiorczości mówić tylko na lekcjach z podstaw przedsiębiorczości w szkole ponadgimnazjalnej. Jest to stanowczo za późno.

Nabywanie przez człowieka umiejętności przedsiębiorczych daje mu możliwość aktywnego uczestnictwa w otoczeniu, w którym się znajduje. Pozwala na doskonalsze zrozumienie mechanizmów działających w nim, co stwarza możliwość lepszego przystosowania się oraz oddziaływania na nie. Zmiany, które zachodzą w otoczeniu, należy wykorzystać jako szansę dla realizacji własnych celów.

Podstawą w kształtowaniu umiejętności przedsiębiorczych jest akceptacja własnej osoby. Człowiek musi przywiązywać dużą wagę do swoich mocnych stron, będących jego atutem. Koncentracja na nich daje poczucie siły i motywację do dalszego działania. Każda osoba ma mocne strony, tylko nie wszyscy je sobie uświadamiają. Niektórym trzeba pomóc w ich od-

kryciu. Inni tylko koncentrują się na przewyżczeniu swoich słabych stron, co sprowadza się do walki z samym sobą. Z tych też względów w procesie nauczania duży nacisk powinien być położony na diagnozowanie mocnych stron danej osoby i wykorzystywanie ich w działaniu. Oczywiście nie można zapominać o słabych stronach, które należy także eliminować poprzez odpowiednie zachowanie. Co pewien czas powinna być przeprowadzona analiza mocnych i słabych stron każdego z uczniów. Przed dokonaniem wspólnej analizy ważne jest, aby każdy dokonał samooceny. Uświadomienie sobie samemu swojego potencjału jest bardzo ważne. Na podstawie dokonanej analizy powinny być formułowane wnioski na przyszłość dotyczące możliwości rozwojowych danej osoby. Istotne jest to, aby młodego człowieka nauczyć wyznaczać cele, jakie ma osiągnąć w najbliższej przyszłości. Należy zwrócić uwagę, żeby były możliwe do osiągnięcia, czyli realne, jasno sprecyzowane (konkretne) oraz pokrywały się z jego aspiracjami. Osoba, która chce być uznana za przedsiębiorczą, musi mieć wizję działania. Jednak sama wizja nie wystarczy, oprócz niej konieczna jest chęć do działania, odpowiedni zapał. Gdy cele wyznaczone sobie przez daną osobę pokrywają się z aspiracjami, wówczas zaangażuje się ona w ich realizację i będzie postępowała w sposób konsekwentny. Istotne jest to, żeby zaciekać młodych ludzi problematyką związaną z przedsiębiorczością. Powinna to być edukacja poprzez praktykę. Nauczanie przedsiębiorczości powinno polegać na rozwiązywaniu konkretnych przykładów z praktyki.

Człowiek chcąc być osobą przedsiębiorczą powinien umieć wykazywać się sukcesami, ponieważ mobilizują one do dalszego działania. Niektóre osoby twierdzą, że w życiu nie odniosły żadnych sukcesów. Jest to oczywiście nieprawda z uwagi na to, że każdy człowiek odnosi pewne sukcesy, tylko nie uświadamia sobie ich znaczenia. Sukcesem może być niewielkie osiągnięcie. Na przykład uczeń dostał z odpowiedzi lepszą ocenę niż zwykle. Jest to dla niego sukces. Osoby, które mają trudności z wykazywaniem się sukcesami powinny założyć dziennik sukcesów i codziennie wieczorem wpisywać, jakie sukcesy odniosły w danym dniu. Pomoże to im w docenieniu własnej osoby. Powinno zachęcać się młodych ludzi do zakładania i prowadzenia dziennika sukcesu. Każdy sukces powinien być przez nich analizowany i powinny być wyciągnięte pewne wnioski. Analizowanie sukcesów zwiększy prawdopodobieństwo ich powtórzenia w przyszłości.

Bardzo istotną kwestią z punktu widzenia umiejętności przedsiębiorczych jest pozytywne myślenie, które daje większe możliwości realizacji założonych celów. Jest ono bardziej jasne, zrozumiałe i motywujące do działania. Gdy szklanka jest zapełniona do połowy wodą, można stwierdzić, że jest ona do połowy pełna lub do połowy pusta. Osoba, która myśli pozytywnie, powie, że szklanka jest do połowy pełna. Należy kształtować umiejętność pozytywnego postrzegania rzeczywistości. Analiza otoczenia polega na analizie szans i zagrożeń w nim występujących oraz mocnych i słabych stron danej osoby z punktu widzenia tych szans i zagrożeń. Analizując zmiany zachodzące w otoczeniu, należy traktować je jako szanse, a nie zagrożenie. W procesie nauczania trzeba większą wagę przywiązywać do umiejętności pozytywnego analizowania sytuacji, w której znajduje się człowiek. Młodzi ludzie powinni co pewien czas dokonywać takiej analizy, aby mogli świadomie podejmować decyzję co do swojej przyszłości. Ważne jest analizowanie tego, co się w danej sytuacji dzieje we mnie, co się dzieje w innych ludziach oraz jakie relacje zachodzą między mną a innymi osobami.

Barierą w kształtowaniu umiejętności przedsiębiorczych może być niechęć do myślenia innowacyjnego. Kluczowym czynnikiem sukcesu jest zmiana sposobu myślenia, polegająca na tym, że dana osoba zaczyna myśleć inaczej. Często człowiek rozważając możliwość podjęcia jakiegoś działania, twierdzi, że jest ono niemożliwe do realizacji. Taki sposób postępowania

jest najłatwiejszy z uwagi na to, że wystarczy powiedzieć, że tego się nie da zrobić. Ten sposób rozumowania jest niepoprawny. Należy zawsze zastanowić się nad tym, co należy zrobić, aby zadanie było wykonalne. Przed młodzieżą należy stawiać trudne zadania do realizacji. Istotne jest to, żeby zastanawiali się nad tym, jak zrealizować dane zadanie, a nie poszukiwali wytłumaczenia, dlaczego jest niemożliwe do wykonania. Człowiek chcąc być osobą przedsiębiorczą powinien cały czas eksperymentować. Niedopuszczalne jest zachowanie w sposób automatyczny. Rutyna zabija przedsiębiorczość. Przed przystąpieniem do realizacji zadania należy przemyśleć, czy nie ma innego, lepszego sposobu jego wykonania. Nie powinno zrażać się porażkami. Gdy człowiek boi się popełnić błąd, to nie będzie przedsiębiorczy, ponieważ będzie postępował w sposób zachowawczy. Ważne jest natomiast, żeby każdy popełniony błąd poddawać analizie. Postępowanie w ten sposób zagwarantuje, że błędy zostaną przekształcone w sukces. Należy przełamywać bariery związane ze strachem przed popełnieniem błędów. Dobrze jest, co pewien czas stwarzać sytuacje, które spowodują, że zostaną popełnione błędy. Z możliwością popełniania błędów i ponoszenia porażek po prostu trzeba się oswoić. Oczywiście za błędy, które są popełniane celowo należy karać.

Z przedsiębiorczością nierozdzielnie związana jest kreatywność, która charakteryzuje się twórczym nastawieniem do rozwiązywania problemów. Nie wolno przedwcześnie przesądzać problemu, zajmować z góry upatrzonych pozycji. Kreatywność polega na umiejętności wykorzystywania informacji pochodzących z różnych dziedzin oraz na wykorzystywaniu wyobraźni. Dlatego też istotne jest, żeby młodych ludzi wyposażać w odpowiednią wiedzę, ale również nauczyć ich poszukiwania informacji. System nauczania powinien być bardziej zintegrowany, żeby młodzież nie miała wiedzy „poszufladkowej” i umiała z niej korzystać. Człowiek przedsiębiorczy powinien cały czas się uczyć. Osoby uczące się są bardziej optymistycznie nastawione do życia i z większym zapałem realizują swoje zamierzenia. Dzięki zachowaniom kreatywnym łatwiej jest poszukiwać najlepszego rozwiązania danego problemu uwzględniając uwarunkowania, w jakich on powstał. Kreatywność sprzyja otwarciu poszukiwaniu nowych możliwości oraz pozwala utrzymać właściwy stosunek do siebie i do innych osób. Osoby kreatywne najczęściej posiadają zainteresowania. Dzięki nim są bardziej dynamiczne. Dlatego też u młodych ludzi należy rozwijać i pielęgnować zainteresowania. Przy poszukiwaniu rozwiązań problemów należy zwracać szczególną uwagę na twórcze nastawienie do nich. Należy wykorzystywać heurystyczne techniki poszukiwania rozwiązań, takie jak burza mózgów czy jej odmiany – dyskusja 66, technika 635. Burza mózgów polega na poszukiwaniu pomysłów przez zespół dyskutantów, który powinien składać się z kilkunastu osób (do 15 osób), w skład zespołu powinni wchodzić specjaliści z danej dziedziny (40–70% składu zespołu), specjaliści z dziedzin pokrewnych (20–50% składu zespołu) oraz członkowie charakteryzujący się szeroką wiedzą ogólną z wielu dziedzin, niezwiązaną z danym problemem (10–30% składu zespołu). Członkowie zespołu powinni być równi sobie rangą, co ułatwia wytworzenie wśród członków zespołu atmosfery swobody i nieskrępowania. Ze składu zespołu wybiera się przewodniczącego, który przygotowuje spotkanie grupy, przedstawia problem do rozwiązania oraz kieruje pracami zespołu, przestrzegając zasad burzy mózgów, oraz sekretarza, który rejestruje zgłaszane pomysły w sposób widoczny dla członków zespołu i ewidencjonuje zgłaszane pomysły. Na pierwszej sesji zespół wytwarza pomysły rozwiązań problemów. Podczas tej sesji należy zgłaszać wszystkie pomysły, które się nasuwają, nie należy oceniać zgłaszanych pomysłów. Czas trwania sesji uzależniony jest przede wszystkim od charakteru rozwiązywanego problemu. Zwykle wynosi on od kilku minut do godziny, średnio – pół godziny. Druga sesja polega na ocenie pomysłów. Organizuje się ją po upływie pewnego czasu od sesji pierwszej, co najmniej po 48 godzinach,

aby każdy z uczestników mógł jeszcze raz przeanalizować problem. Czas ten przeznaczony jest również na zgłaszanie uzupełniających pomysłów. Oceny pomysłów dokonuje zespół specjalistów w danej dziedzinie. W razie potrzeby udzielane mogą być dodatkowe wyjaśnienia przez uczestników sesji. Oceny dokonuje się na podstawie wcześniej ustalonych kryteriów, które mogą być zmodyfikowane po zakończeniu pierwszej sesji. W wyniku dokonanej oceny sporządza się zazwyczaj trzy listy pomysłów, zawierające:

- pomysły nadające się do natychmiastowego zastosowania, bez istotnych nakładów;
- pomysły nadające się do zastosowania po pewnym czasie, wymagające nakładów;
- pomysły niemożliwe do wykorzystania w danej chwili.

O wyborze pomysłu do realizacji decyduje najczęściej zleceniodawca burzy mózgów. Istotą burzy mózgów jest oddzielenie od siebie w czasie czynności generowania pomysłów i ich oceny. Pozwala to na uniknięcie schematyzmu w myśleniu oraz zabezpiecza przed pochopnym odrzuceniem pomysłu oryginalnego, który przy próbie oceny na pierwszej sesji mógłby zostać odrzucony jako nierealny lub zbyt dziwny.

Odmianą burzy mózgów jest dyskusja 66, która polega na tym, że nie tworzy się jednego zespołu mającego na celu generowanie pomysłów, tylko tworzy się kilka zespołów sześcioposobowych. Przez utworzenie kilku zespołów uzyskuje się pewne zalety tej odmiany w porównaniu z typową burzą mózgów, a mianowicie:

- każdy zespół może mieć trochę inny punkt widzenia na dany problem, przez co można uzyskać szerszy wachlarz rozwiązań;
- w grę wchodzi pewien element konkurencyjności między poszczególnymi zespołami, każdy zespół chce być lepszy od pozostałych i wygenerować większą liczbę pomysłów.

Następną odmianą burzy mózgów jest technika 635. Zespół poszukujący pomysłów rozwiązań składa się z sześciu osób, każdy uczestnik zapisuje na arkuszu papieru trzy pomysły rozwiązań w ciągu pięciu minut. Następnie arkusz przekazuje sąsiadowi, siedzącemu po prawej stronie. Na otrzymanym arkuszu każdy uczestnik zapisuje nowe trzy pomysły. Nie mogą to być te same pomysły, które już zostały zapisane, natomiast może być ich modyfikacja. Czynność ta powtarzana jest pięciokrotnie, aż do pełnego obiegu wszystkich arkuszy. Technika ta w porównaniu z typową burzą mózgów charakteryzuje się dużą efektywnością, albowiem w krótkim czasie można uzyskać dużą liczbę pomysłów rozwiązań. Nie zawiera ona również negatywnych skutków bezpośredniego oddziaływania na uczestników oraz jest bardziej dla nich motywująca.

Jedną z podstawowych umiejętności przedsiębiorczych jest umiejętność podejmowania decyzji. Osoba przedsiębiorcza musi chcieć, umieć i nie bać się samodzielnie podejmować decyzji, które często są obarczone ryzykiem. Należy ukształtować u młodych ludzi umiejętność dokonywania analizy problemu decyzyjnego, projektowania rozwiązań, ustalania kryteriów oceny rozwiązań, a także dokonywania ocen wariantów rozwiązań oraz wyboru rozwiązania najlepszego. Przy diagnozie problemu decyzyjnego istotną rolę odgrywa posiadanie informacji. Informacje powinny być aktualne, wiarygodne i dostępne. Należy zdawać sobie sprawę z tego, jakie są źródła informacji i które z nich są wiarygodne. Do poszukiwania wariantów rozwiązania danego problemu trzeba mieć podejście twórcze. Warianty muszą być rozpoznane, to znaczy trzeba przewidzieć skutki realizacji każdego z nich oraz określić prawdopodobieństwo ich zaistnienia, a także przewidzieć stopień pożądanego tych skutków. Dostępność wariantów oznacza, że rozpatrywane mogą być tylko te warianty, które są dostępne w danej sytuacji.

Ostateczne podjęcie decyzji powinno spoczywać na jednej osobie, która ponosi pełną odpowiedzialność za nią. Przed ostatecznym podjęciem decyzji należy zweryfikować poprawność procesu jej podejmowania i zaakceptować ten wybór. Oczywiście w poszczególnych etapach procesu decyzyjnego może uczestniczyć więcej niż jedna osoba. Warto zaznaczyć, że decyzje racjonalne to takie decyzje, które podejmowane są w dobrej wierze, w oparciu o posiadane informacje i doprowadzające w konsekwencji do osiągnięcia założonego celu. Na konkretnych przykładach dotyczących problemów decyzyjnych należy ćwiczyć poprawny sposób podejmowania decyzji. Z obserwacji autora opracowania wynika, że wiele osób nie umie podejmować decyzji i odkłada podjęcie decyzji na później. Takie postępowanie jest niepoprawne. Decyzje powinny być podejmowane bez zbędnej zwłoki. Podejmując decyzję należy odpowiedzieć na następujące pytania:

Faza rozpoznania problemu

1. Jakie są przyczyny opisanej sytuacji decyzyjnej?
2. Gdzie powstał problem decyzyjny i kto ponosi za to odpowiedzialność?
3. Jakie skutki (np. dla organizacji) może mieć opisana sytuacja, jeżeli zostawi się sprawę własnemu biegowi?
4. Jakie przewidujesz ograniczenia w rozwiązaniu tego problemu?

Faza projektowania

1. Jakie są kryteria, według których należy ocenić i porównać ze sobą warianty rozwiązania problemu decyzyjnego i jakie są ich wagi? Jakże mogą być rozwiązania problemu decyzyjnego?
2. W jakim stopniu każde z rozwiązań spełnia poszczególne kryteria wyboru?

Faza wyboru

1. Który wariant jest najlepszy z punktu widzenia przyjętych kryteriów?
2. Jakże mogą nastąpić negatywne skutki decyzji i trudności w ich realizacji?
3. Jakże należy podjąć działania, aby pokonać trudności, które mogą wystąpić w fazie realizacji decyzji oraz złagodzić negatywne skutki decyzji?

Osoba przedsiębiorcza musi umieć nawiązywać i podtrzymywać kontakt z innymi ludźmi. Dzięki innym osobom może realizować swoje cele i zaspokajać swoje potrzeby. Umiejętności komunikacyjne polegają na:

- zwracaniu uwagi na rozmówcę;
- aktywnym jego słuchaniu i analizowaniu informacji, które przekazuje;
- zadawaniu pytań w celu uzyskania dodatkowych informacji lub sprawdzeniu, czy dobrze zrozumiało się rozmówcę;
- udzielaniu informacji zwrotnych rozmówcy.

Przygotowując się do rozmowy należy zastanowić się nad argumentami, które przekonają rozmówcę do naszych racji. Każde prezentowane stanowisko musi posiadać uzasadnienie, dzięki niemu wypowiedź jest odbierana przez drugą stronę jako bardziej wiarygodna. Podczas rozmowy bardzo ważną sprawą jest zapewnienie odpowiedniego klimatu nastawionego na współpracę. Korzystny klimat sprawia, że rozmowa jest bardziej konstruktywna, ponieważ rozmówcy są bardziej skoncentrowani na temacie rozmowy. Trzeba stworzyć możliwości brania udziału w dyskusjach oraz wypowiadaniu się przez młodych ludzi. Należy zwracać uwagę na asertywność w komunikacji, przejawiającą się przede wszystkim w jasnym i precyzyjnym budo-

waniu zdań i argumentacji. Żeby przekonać ludzi do swoich racji, należy wszystko robić z pasją. Ludzie bardziej wierzą osobom, które są pełne entuzjazmu. Źródłem pasji jest połączenie wiary, entuzjazmu i emocji. Do tego, co się robi należy mieć głębokie wewnętrzne przekonanie.

Chcąc mieć wpływ na inne osoby, trzeba być postrzeganym jako osoba wiarygodna, której można zaufać. Dlatego istotna jest umiejętność prezentacji własnej osoby. Podczas prezentacji bardzo ważna jest postawa. Należy mieć motywację do mówienia. Istotne jest pozytywne nastawienie do słuchaczy, które przejawia się w otwartości do osób, do których się mówi. Należy być pewnym siebie, pałać wręcz entuzjazmem. Wygląd powinien wzbudzać sympatię oraz zwiększać zaufanie rozmówcy do osoby, która się prezentuje. Należy wywołać u słuchaczy pozytywny efekt pierwszego wrażenia. Trzeba przy tym pamiętać, że opinię o drugiej osobie rozmówca wyrabia sobie w ciągu pierwszych minut wystąpienia na podstawie:

- tego, co mówi druga osoba – w 7%,
- brzmienia głosu – w 38%,
- mimiki i gestów – w 55%.

Dlatego też ważna jest życzliwy wyraz twarzy (uśmiech, oczy naturalnie otwarte, niezaciskanie ust), gestykulacja na umiarkowanym poziomie, utrzymywana przede wszystkim w środkowej części ciała oraz wyprostowana postawa. Podczas wystąpienia ważne jest utrzymywanie kontaktu wzrokowego ze słuchaczami. Należy starać się utrzymywać kontakt wzrokowy z różnymi osobami. Nie należy koncentrować się tylko na jednej osobie i do niej mówić, ponieważ pozostałe osoby będą czuć się lekceważone. W czasie wypowiedzi trzeba zwracać się w sposób bezpośredni do odbiorców, na przykład poprzez mówienie do nich po imieniu lub „Proszę Państwa”.

Podczas prezentacji należy również zwrócić uwagę na brzmienie głosu. Przede wszystkim bardzo istotna jest wyraźna wymowa. Należy w odpowiedni sposób intonować wypowiedź, aby nie była ona monotonna. Tempo mówienia nie może być zbyt wolne ani zbyt szybkie. Należy pamiętać, że podczas wypowiedzi trzeba przestrzegać także znaków interpunkcyjnych. Chcąc podkreślić istotne kwestie lub skłonić odbiorców do refleksji nad wypowiedzią powinno stosować się kilkusekundowe pauzy w wypowiedzi. Pauzy można stosować również wtedy, gdy oczekuje się pewnej reakcji ze strony słuchaczy. W czasie wypowiedzi można powtarzać pewne informacje, na które chcemy, żeby słuchacze zwrócili uwagę. Wypowiedź powinna być stanowcza, ponieważ wtedy jest przekonująca. Dlatego powinno się używać takich zwrotów, jak: „jestem przekonany, jestem pewien”. W trakcie realizacji procesu nauczania uczniowie powinni mieć możliwość dokonywania prezentacji swojej osoby. Zalecane jest nagrywanie prezentacji, a następnie jej odtwarzanie i analizowanie.

Kształtowanie umiejętności przedsiębiorczych nie jest łatwym zadaniem. Wymaga bardzo dużego zaangażowania, doświadczenia i wiedzy. Nie można tych umiejętności kształtować tylko w sposób teoretyczny. Należy stworzyć odpowiednie możliwości praktyczne. Kluczem do zachowań przedsiębiorczych jest posiadanie wizji, wiedzy oraz chęci do działania. Jest to bardzo ciężka praca, przynosząca bardzo dobre rezultaty.

Bibliografia

- S. Gregorczyk, M. Romanowska, A. Sopińska, P. Wachowiak, *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2007.
- K.W. Mortensen, *Sztuka wywierania wpływu na ludzi. Dwanaście uniwersalnych praw skutecznej perswazji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.

P. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.

P. Wachowiak, *Profesjonalny menedżer. Umiejętność pełnienia ról kierowniczych*, Difin, Warszawa 2001.

Abstract

In the contemporary world which is dominated by turbulent, unpredictable changes, people who want to realize their aims should possess entrepreneurial abilities which give them opportunity to satisfy their needs in every circumstances. With entrepreneurial abilities, it is easier to recognize and meet other people's needs because entrepreneurs are not focused only on themselves. Entrepreneurship is not only science. It is to a high degree practice with a theoretical base. It shouldn't be associated only with economy. If you want to be entrepreneurial, you should have knowledge on psychology, sociology, law and management. Entrepreneurship education should shape those behaviours and abilities which make it possible to achieve success in a particular environment.

Nota o Autorze

Autor jest adiunktem w Katedrze Zarządzania w Gospodarce SGH. Jego zainteresowania naukowe to przede wszystkim zarządzanie ludźmi w organizacji. Jest autorem książki *Profesjonalny menedżer. Umiejętność pełnienia ról kierowniczych* oraz redaktorem publikacji *Pomiar kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*. Kierownik tematu badawczego dotyczącego pomiaru kapitału intelektualnego w przedsiębiorstwie, który był realizowany w ramach badań statutowych SGH.



2:88, czyli o kształtowaniu postaw przedsiębiorczych w polskiej szkole

Od 2002 roku jednym z zadań szkoły ponadgimnazjalnej określonym w podstawie programowej jest między innymi: zapewnienie uczniom możliwości uzyskania wiedzy, umiejętności i kształtowania postaw przedsiębiorczych, warunkujących aktywne uczestnictwo w życiu gospodarczym. Dla realizacji tego zadania wprowadzono w IV etapie edukacji nowy przedmiot podstawy przedsiębiorczości, przeznaczając na jego realizację dokładnie 2 godziny dydaktyczne (SIC!) w procesie edukacyjnym liczącym 90 godzin (zgodnie z obowiązującym ramowym planem nauczania). Dysponując dwoma godzinami, dobrze przygotowany nauczyciel co najwyżej może przekazać podstawową podręcznikową wiedzę, natomiast jest całkowicie bez szans w zrealizowaniu celów w zakresie wychowawczym. Kluczem jest zaangażowanie w wychowanie kształtujące postawy przedsiębiorcze wszystkich nauczycieli. Wystarczy tylko, by w trakcie pozostałych osiemdziesięciu ośmiu godzin dydaktycznych realizowanych przez nauczycieli innych przedmiotów preferowane były aktywne, a nie odtwórcze postawy uczniów.

Jak zmienić percepcję szkoły w zakresie wychowywania w duchu przedsiębiorczości? Poniższe opracowanie jest próbą odpowiedzi na to pytanie. Punktem wyjścia jest analiza postrzegania edukacji ekonomicznej przez nauczycieli przedmiotów ogólnokształcących w szkołach ponadgimnazjalnych. W oparciu o badania przeprowadzone na próbie 741 nauczycieli z całej Polski pokazane zostały ich opinie dotyczące potrzeby prowadzenia tego typu edukacji w ramach zajęć szkolnych oraz informacja o tym, w jakim stopniu są oni osobiście zainteresowani pozyskiwaniem i wykorzystaniem wiedzy ekonomicznej w życiu codziennym. Wyniki przeprowadzonych badań stały się podstawą do sformułowania propozycji zmian funkcjonowania szkół. Instrumentami osiągnięcia tych zmian są zasady pracy rad pedagogicznych oraz propozycje form wsparcia nauczycieli w zakresie włączania wychowania i edukacji ekonomicznej do zajęć z przedmiotów ogólnokształcących.

Powyższy tytuł, chociaż na pierwszy rzut oka bardziej kojarzy się z wynikiem spotkania drużyny koszykarskich – bardzo kiepskiej z bardzo dobrą – ma swój odpowiednik w naszym systemie oświaty. Od roku 2002 jednym z zadań szkoły ponadgimnazjalnej określonym w podstawie programowej jest między innymi: zapewnienie uczniom możliwości uzyskania wiedzy, umiejętności i kształtowania postaw przedsiębiorczych, warunkujących aktywne uczestnictwo w życiu

gospodarczym. Dla realizacji tego zadania wprowadzono w szkołach ponadgimnazjalnych nowy przedmiot – podstawy przedsiębiorczości, przeznaczając na jego realizację dokładnie 2 godziny dydaktyczne (SIC!) w całym procesie edukacyjnym liczącym 90 godzin.

Dysponując dwoma godzinami, dobrze przygotowany nauczyciel co najwyżej może przekazać podstawową podręcznikową wiedzę, natomiast jest całkowicie bez szans w zrealizowaniu celów w zakresie wychowawczym. W jaki sposób „wynik meczu można zmienić”? Kluczem jest zaangażowanie wszystkich nauczycieli w wychowanie kształtujące postawy przedsiębiorcze. Jak zmienić percepcję nauczycieli i szkoły jako instytucji w zakresie wychowywania w duchu przedsiębiorczości? Poniższe opracowanie jest próbą odpowiedzi na to pytanie.

Programy wspierające nauczanie podstaw przedsiębiorczości

Należy otwarcie zadać pytanie, czy wprowadzony w 2002 roku przedmiot podstawy przedsiębiorczości stanowi wystarczający środek do kształtowania postaw przedsiębiorczych wśród uczniów. W warunkach drastycznie ograniczonej liczby godzin jakość nauczania tego przedmiotu nabiera specjalnej wagi. Osiągnięcie dobrych wyników edukacji, wymaga spełnienia kilku warunków. Po pierwsze, konieczny jest zestaw podręczników i pomocy naukowych, które nie będą tylko czystym wykładem teoretycznych formułek, ale również sposobem na znalezienie ścisłego powiązania pomiędzy nauką a praktyką. Po drugie, przedmiot prowadzony będzie przez odpowiednio przeszkolonych nauczycieli. Po trzecie, nauka podstaw przedsiębiorczości powinna znaleźć odzwierciedlenie w modelu absolwenta szkoły średniej, tym samym nauczanie tego przedmiotu powinno być właściwie uwzględnione w systemie szkolnym.

Czy podejmowane obecnie działania służą poprawie jakości nauczania przedmiotu? Wprowadzenie w 2002 roku nowego przedmiotu stało się inspiracją do opracowania zestawu podręczników i pomocy szkolnych. Chociaż powstało ich kilkanaście, realizacja przedmiotu niebędącego przedmiotem maturalnym, często spychanego na edukacyjny margines, nie prowadziła do właściwego wykorzystania podręczników. Kluczową kwestią było więc opracowanie rozwiązań metodycznych i zestawu ćwiczeń zorientowanych na przeplatanie teoretycznego wykładu z praktycznymi ćwiczeniami. W proces tworzenia tego rodzaju materiałów dydaktycznych zaangażowały się różne instytucje. W tym zakresie warto odnotować dwa przedsięwzięcia: szkolenia metodyczne – przygotowane dla nauczycieli zajmujących się edukacją ekonomiczną – *Ekonomia w szkole* oraz program edukacji finansowej przeznaczony dla szkół ponadgimnazjalnych zatytułowany *Moje finanse*. Oba programy były przygotowane i wdrożone przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości wspólnie z Narodowym Bankiem Polskim, przy czym program edukacji finansowej również został wsparty przez Fundację im. Leona Kronenberga.

Cykl szkoleń metodycznych stanowiący wsparcie dla nauczycieli przedmiotu podstawy przedsiębiorczości wdrażany był w formie dziesięciu pięciogodzinnych szkoleń metodycznych. Podstawą szkolenia było przedstawienie metodycznych rozwiązań koniecznych do przekazywania wiedzy i umiejętności w sześciu obszarach. Pierwszym z nich był rynek pracy. Celem szkolenia było nie tylko przedstawienie mechanizmu funkcjonowania rynku pracy wraz ze sposobami aktywnego w nim uczestnictwa, ale również prezentacja etycznego ułożenia relacji pomiędzy pracodawcą i pracownikiem. Obszar drugi dotyczył funkcjonowania ucznia jako świadomego konsumenta. W szkoleniu nacisk położony był nie tylko na odpowiednie przekazywanie praw konsumenta, ale również uwarunkowania racjonalnego wyboru w warunkach wszechwładnie

A map of Poland divided into 16 voivodeships. Each voivodeship is labeled with its name and the number of voivodeships it contains. The numbers are: zachodnio-pomorskie (7), pomorskie (6), warmińsko-mazurskie (6), kujawsko-pomorskie (5), podlaskie (5), lubuskie (5), wielkopolskie (11), mazowieckie (11), łódzkie (9), lubelskie (10), dolnośląskie (10), opolskie (5), śląskie (10), świętokrzyskie (6), małopolskie (8), and podkarpackie (11).

Brak akademickiego przygotowania w zakresie ekonomii większości nauczycieli przedsiębiorczości powoduje konieczność ich sukcesywnego doszkalania. Szczególnie szybko zmie-

niająca się rzeczywistość w zakresie sektora finansowego wymagała odpowiedniego wsparcia merytorycznego i metodycznego nauczycieli. Program *Moje finanse*, złożony z trzech części: *Polubić banki*, *Moje inwestycje*, *Inwestycja w przyszłość*, wychodzi na przeciw tym potrzebom. Do jego realizacji przygotowano nauczycieli w cyklu czterech sześciogodzinnych szkoleń. Pakiet dydaktyczny do tego programu obejmuje: scenariusze zajęć lekcyjnych i modułowych warsztatów edukacyjnych, foliogramy, filmy, symulacyjne gry dydaktyczne oraz komplet książek z płytami multimedialnymi.

Oba omówione przedsięwzięcia edukacyjne wymagały nawiązania współpracy ze szkołami w całym kraju. Organizatorzy programu starali się zachować odpowiednią reprezentację regionalną. Zaprezentowana wyżej mapa przedstawia rozmieszczenie grup szkoleniowych, każda z nich liczy 20 nauczycieli. Ostatecznie do udziału w szkoleniach włączono 2580 nauczycieli.

Postrzeganie nauczania przedsiębiorczości w polskich szkołach

Omówione wyżej programy wspierające wskazują na to, że zrobiono bardzo wiele, aby wesprzeć nauczycieli w realizacji zajęć z przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Obok wsparcia bezpośrednio związanego z przekazywaniem treści ekonomicznych duży nacisk położono na kształtowanie postaw przedsiębiorczych. Czy zatem edukowanie w duchu przedsiębiorczości jest jednym z najlepiej realizowanych zadań szkoły?

Efektywność nauczania i kształtowania postaw w tym zakresie uwarunkowana jest również umiejscowieniem przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w organizacji pracy szkoły i rozumieniem idei edukacji dla przedsiębiorczości przez pozostałych nauczycieli. Nie można przecież wykluczyć scenariusza, w którym przez 2 godziny w cyklu edukacji przekazywana jest wiedza kształtująca postawy przedsiębiorczości, a przez pozostałe 88 godzin nauczyciele innych przedmiotów nie podtrzymują wzorca zachowań tworzonych w ramach podstaw przedsiębiorczości. Niewykorzystanie możliwości szerokiego edukowania w zakresie przedsiębiorczości znacznie ogranicza efektywne funkcjonowanie uczniów we współczesnej rzeczywistości gospodarczej. Prawdziwy sprawdzian wiedzy i umiejętności widoczny jest już poza murami szkoły. Wtedy jednak jest już za późno na jakiegokolwiek ugruntowanie wcześniej przekazanej wiedzy. Tak jak w rodzinie najlepsze efekty wychowawcze daje spójne postępowanie obojga rodziców, tak i w szkole oddziaływanie nauczyciela uczącego podstaw przedsiębiorczości powinno być wspierane i wzmacniane przez innych nauczycieli. W celu zdiagnozowania sytuacji w szkołach – w ramach prac nad modulem *Ekonomia w szkole* – Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości poprosiła o wypełnienie ankiety nauczycieli innych przedmiotów niż podstawy przedsiębiorczości z kilkunastu szkół w Polsce. Ankieta pozwoliła na zebranie opinii i ocen nauczycieli na temat funkcjonowania w ich szkołach edukacji ekonomicznej i kształtowania postaw przedsiębiorczych u młodzieży. Ankieta objęła 741- osobową próbę nauczycieli przedmiotów ogólnokształcących szkół ponadgimnazjalnych. Organizatorzy starali się zapewnić właściwą reprezentację regionalną i zawodową nauczycieli biorących udział w ankiecie.

Zasadniczym pytaniem zadany w ankiecie była ocena wagi edukacji ekonomicznej w życiu codziennym. Dane zamieszczone w tabeli 1 pokazują, że tylko 30% nauczycieli przykłada najwyższą wagę do wiedzy ekonomicznej. Z drugiej strony tylko niewielki odsetek nauczycieli uznaje wiedzę ekonomiczną za zbędną. W sumie obraz nie jest jednoznaczny i trudno jest ustalić, w jakim stopniu „niezbędność” wiedzy ekonomicznej łączona jest z „wagą”, jaką temu

przedmiotowi nadaje się w szkolnej hierarchii przedmiotów. Ten czynnik jest istotny, ponieważ nauczyciele wymagają od uczniów pełnej koncentracji i zaangażowania w przyswajanie zagadnień z przedmiotów uznawanych za „ważne”, tym samym wysyłają pośrednio sygnał uczniom, że przedmioty niżej klasyfikowane w szkolnej hierarchii mogą liczyć na „taryfę ulgową”.

Tabela 1. Stopień, w jakim w modelu absolwenta szkoły uwzględnia się podstawową wiedzę ekonomiczną według nauczanych przedmiotów

Odpowiedź	Nauczyciele przedmiotów humanistycznych		Nauczyciele przedmiotów matematyczno-przyrodniczych		Ogółem	
	Liczba	Procent	Liczba	Procent	Liczba	Procent
Tak, opisuje je dość szczegółowo	96	27,9	131	33,0	227	30,6
Tak, wspomina o nich zdawkowo	116	33,7	135	34,0	251	33,9
Nie	18	5,2	24	6,0	42	5,7
Trudno powiedzieć	107	31,1	90	22,7	197	26,6
Brak odpowiedzi	7	2,0	17	4,3	24	3,2
Razem	344	100	397	100	741	100

Źródło: Badanie w ramach ewaluacji programu „Ekonomia w szkole”, FMP, 2007

Niepokojący sygnał w sprawie percepcji nauczania ekonomii jest widoczny przy opinii w kształtowaniu modelu absolwenta. Choć dane z tabeli 2 wskazują, na to że nauczyciele akceptują konieczność wyposażenia ucznia w wiedzę w zakresie edukacji ekonomicznej, to prawie 50% nauczycieli uważa, iż jest to wyłącznie obowiązkiem nauczycieli podstaw przedsiębiorczości.

Tabela 2. Opinie nauczycieli na temat prawdziwości stwierdzenia, że dostarczanie wiedzy ekonomicznej uczniom to wyłącznie zadanie nauczycieli podstaw przedsiębiorczości według przedmiotów nauczania

Stwierdzenie, że: <i>Dostarczanie wiedzy ekonomicznej uczniom to zadanie wyłącznie nauczycieli podstaw przedsiębiorczości, jest:</i>	Nauczyciele przedmiotów humanistycznych		Nauczyciele przedmiotów matematyczno-przyrodniczych		Ogółem	
	Liczba	Procent	Liczba	Procent	Liczba	Procent
Zdecydowanie prawdziwe	44	12,8	45	11,3	89	12,0
Raczej prawdziwe	134	39,0	125	31,5	259	35,0
Raczej nieprawdziwe	98	28,5	121	30,5	219	29,6
Zdecydowanie nieprawdziwe	54	15,7	85	21,4	139	18,8
Trudno powiedzieć	12	3,5	19	4,8	31	4,2
Brak odpowiedzi	2	0,6	2	0,5	4	0,5
Razem	344	100	397	100	741	100

Źródło: Badanie w ramach ewaluacji programu „Ekonomia w szkole”, FMP, 2007

Powyżej przytoczone opinie nauczycieli wpływają na decyzje dyrekcji szkoły w zakresie dysponowania dodatkowymi godzinami edukacyjnymi. W większości są one poświęcone przedmiotom maturalnym. Zatem dyrektorzy są skłonni przeznaczyć dodatkowy czas na edukację w zakresie fizyki czy chemii, nie zaś na nauczanie ekonomii.

Przy znacznej skłonności do ograniczenia czasu poświęconego na edukację ekonomiczną, nauczyciele przyznają równocześnie małą skuteczność edukacji wyniesionej od rodziców. Ponad 50% badanych potwierdza, że dzieci nie wynoszą właściwej wiedzy z domów rodzinnych.

Tabela 3. Oddziaływanie rodziców na poziom wiedzy ekonomicznej ich dzieci w ocenie badanych nauczycieli

Odpowiedź	Nauczyciele przedmiotów humanistycznych		Nauczyciele przedmiotów matematyczno-przyrodniczych		Ogółem	
	Liczba	Procent	Liczba	Procent	Liczba	Procent
Tak	86	25,0	119	30,0	205	28
Trudno powiedzieć	77	22,4	77	19,4	154	21
Nie	180	52,3	201	50,6	381	51
Brak odpowiedzi	1	0,3	0	0,0	1	0,1
Razem	344	100	397	100	205	28

Źródło: Badanie w ramach ewaluacji programu „Ekonomia w szkole”, FMP, 2007

Chociaż nauczyciele za główny kanał transferu wiedzy ekonomicznej uznają wyspecjalizowany przedmiot znaczna część deklaruje włączenie treści ekonomicznych do swoich lekcji.

Tabela 4. Gotowość nauczycieli do wprowadzania treści ekonomicznych na swoich lekcjach według nauczanych przedmiotów

Gotowość nauczycieli do wprowadzania treści ekonomicznych	Nauczyciele przedmiotów humanistycznych		Nauczyciele przedmiotów matematyczno-przyrodniczych		Ogółem	
	Liczba	Procent	Liczba	Procent	Liczba	Procent
Zdecydowanie tak	62	18,0	121	30,5	183	24,7
Raczej tak	131	38,1	184	46,3	315	42,5
Raczej nie	100	29,1	62	15,6	162	21,9
Zdecydowanie nie	38	11,0	15	3,8	53	7,2
Trudno powiedzieć	9	2,6	9	2,3	18	2,4
Brak odpowiedzi	4	1,2	6	1,5	10	1,3
Razem	344	100	397	100	741	100

Źródło: Badanie w ramach ewaluacji programu „Ekonomia w szkole”, FMP, 2007

Deklaracja wprowadzenia elementów ekonomicznych do nauczania, chociaż ważna, wymaga diagnozy, czy obecna wiedza ekonomiczna nauczycieli przedmiotów ogólnokształcących jest wystarczająca do przekazywania uczniom stosownej wiedzy ekonomicznej. Z tego punktu widzenia interesujące były odpowiedzi nauczycieli na dwa pytania, jedno w sprawie utrzymania zasady bezpłatnych studiów wyższych, drugie w sprawie obniżki podatków. Aż 58% nauczycieli opowiedziało się za studiami bezpłatnymi dla wszystkich zainteresowanych i równocześnie w 86% za zmniejszaniem obciążeń podatkowych. Zatem większość nauczycieli z jednej strony popiera ideę państwa opiekuńczego, z drugiej zaś chce ograniczenia fiskalizmu państwa. Taki sposób myślenia gubi z pola widzenia problem równowagi budżetowej, której istota wymaga obniżania podatków tylko pod warunkiem zmniejszania wydatków. Omawiany problem wskazuje na potrzebę odpowiedniego przygotowania nauczycieli do przekazywania treści ekonomicznych.

Tabela 5. Stosunek badanych nauczycieli do płatności za studia

Studia powinny być:	Liczba	Procent
Bezpłatne dla wszystkich	430	58,0
Płatne z dostępem do systemu stypendialnego	176	23,8
Bezpłatne dla najzdolniejszych	116	15,7
Brak odpowiedzi	19	2,6
Razem	741	100

Źródło: Badanie w ramach ewaluacji programu „Ekonomia w szkole”, FMP, 2007

Tabela 6. Stosunek respondentów do zmian w obciążeniach podatkowych

Obciążenia podatkowe powinny:	Nauczyciele przedmiotów humanistycznych		Nauczyciele przedmiotów matematyczno-przyrodniczych		Ogółem	
	Liczba	Procent	Liczba	Procent	Liczba	Procent
Maleć	297	86,3	340	85,64	637	86,0
Pozostawać bez zmian	36	10,5	47	11,84	83	11,2
Rosnąć	3	0,9	4	1,01	7	0,9
Brak odpowiedzi	8	2,3	6	1,51	14	1,9
Razem	344	100	397	100	741	100

Źródło: Badanie w ramach ewaluacji programu „Ekonomia w szkole”, FMP, 2007

Nauczyciele przedmiotów ogólnokształcących a nauczanie ekonomii – podsumowanie

Przedstawione wyżej informacje prowadzą do kilku ważnych wniosków. Po pierwsze, większość nauczycieli przedmiotów ogólnokształcących widzi potrzebę wyposażenia uczniów w podstawy wiedzy ekonomicznej. Po drugie, dominująca część nauczycieli przekonana jest o tym, że edukacja ekonomiczna wyniesiona z domu nie jest wystarczająca. Po trzecie, większość nauczycieli za właściwą metodę nauczania przedsiębiorczości uznaje wydzielony przedmiot i nie dostrzega konieczności przekazywania treści ekonomicznych w czasie zajęć na innych przedmiotach. Po czwarte, wiedza i umiejętności metodyczne w zakresie nauczania ekonomii przez nauczycieli przedmiotów ogólnokształcących są niewystarczające.

Opisany stan rzeczy wymaga znalezienia nowej formuły współpracy pomiędzy nauczycielami przedmiotów ogólnokształcących a instytucjami zajmującymi się edukacją ekonomiczną.

Po pierwsze, konieczne jest opracowanie materiałów wspomagających wprowadzanie tematyki ekonomicznej na zajęciach przedmiotów ogólnokształcących, takich jak matematyka, fizyka, informatyka, historia i geografia oraz pakiet wspierający pracę wychowawcy w tym zakresie. Konieczne jest takie opracowanie powyższych materiałów, by nauczyciel mógł je dostosować w swojej w pracy dydaktycznej niezależnie od konkretnego, realizowanego programu nauczania. W tym zakresie przykładowym rozwiązaniem są materiały w formie ćwiczeń i zadań przypisanych do haseł podstawy programowej opracowane przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim.

Po drugie, należy podnieść rangę przedmiotu w szkole. Czas najwyższy, by podstawy przedsiębiorczości stały się przedmiotem maturalnym, jakim jest dziś np. historia sztuki czy historia tańca. Formalna ministerialna decyzja w tej kwestii jest warunkiem nieodzownym do zainteresowania, a co ważniejsze, zmobilizowania rad pedagogicznych do wdrożenia programu wychowawczego w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczych, zwiększenia liczby godzin podstaw przedsiębiorczości i wprowadzania zajęć dydaktycznych z tego przedmiotu w pierwszych i drugich klasach szkoły ponadgimnazjalnej. Obecnie powszechnie praktykowana realizacja zajęć z podstaw przedsiębiorczości w klasach maturalnych, kiedy uczniowie koncentrują się na przedmiotach zdawanych podczas egzaminu dojrzałości, nie wpływa pozytywnie na realizację zadań edukacyjnych w tym zakresie.

Po trzecie, należy promować i upowszechniać doświadczenia tych rad pedagogicznych, które już teraz zaangażowały się w promowanie postaw przedsiębiorczości. Dobrym przykładem jest akcja zdobywania certyfikatu: *Szkoła przedsiębiorczości*, organizowana przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości i Fundację Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych. Program certyfikatu opiera się na innym sposobie oceny szkoły. Zamiast kryterium odtwórczej wiedzy przyjęto w nim kryterium tworzenia warunków do nabywania umiejętności. Chociaż taka ocena szkół jest bardziej skomplikowana niż ocena oparta na liczbie uczniów z powodzeniem uczestniczących w olimpiadach przedmiotowych, to jednak kryterium realnych umiejętności, które uczniowie nabywają w toku edukacji, i z którymi wchodzi w dorosłe życie wydaje się być właściwą miarą edukacyjnego sukcesu. Szkoły przystępujące do programu *Szkoła przedsiębiorczości* prezentują działania edukacyjne realizowane przez nie w następujących obszarach tematycznych: przygotowania do aktywności na rynku pracy, nauki świadomego gospodarowania finansami, współpracy z lokalnymi partnerami i zapewnienia ekonomicznego wymiaru kształcenia przez szkołę.

Wynik „meczu” 2:88 można zmienić – zależy to tylko od determinacji szkół, prężności środowisk zajmujących się edukacją oraz przychylności władz.

■ Abstract

Since 2002, one of the goals pursued by schools, defined in the curriculum, is to offer pupils a possibility of acquiring knowledge, skills and shaping entrepreneurial attitudes, determining their active participation in the economic life. In order to accomplish this goal, a new subject called ‘the basics of entrepreneurship’ was introduced, with an allocation of exactly 2 didactic hours (sic!) in the whole educational process amounting to 90 hours. Having at their disposal two hours, a well-prepared teacher will at best be able to convey the basic school manual knowledge, and is left without any chance to accomplish intended goals. The key issue is to involve all teachers in the educational process of shaping the entrepreneurial attitudes. It would be sufficient if, during the remaining eighty eight didactic hours allocated for teachers of other subjects, preference was given to active instead of reproductive attitudes of pupils.

How can we change the school’s perception in the area of entrepreneurship education? The paper is an attempt to formulate an answer to this question based on the analysis of the perception of economic education among teachers of general-education subjects. A sample of 741 teachers throughout Poland were researched and a presentation of their opinions concerning the need of offering this type of education as part of the school curriculum as well as information about the extent to which they are personally interested in gaining and use of economic knowledge in everyday life have been presented. The results of that research have become the basis for the formulation of a proposal of changes in the organization of schools. The accomplishment of these objectives depends on the appropriate principles of the work of boards of teachers and support for teachers with regard to the incorporation of economic education and training into the list of general-education subjects.

■ Nota o Autorce

Autorka jest wiceprezesem Zarządu Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Z edukacją ekonomiczną młodzieży w wieku 15–19 lat jest związana od 1989 roku, w którym uruchomiła pierwszą autorską klasę edukacji menedżerskiej w liceum ogólnokształcącym. Jest współautorką programów nauczania: *Ekonomia stosowana*, *Zarządzanie firmą*, *Droga do sukcesu* oraz programów dydaktycznych: *Ekonomia w szkole*, *Moje finanse*, *Być przedsiębiorczym*, *Moja przedsiębiorczość*, wdrażanych przez Fundację. Od 1992 roku blisko współpracuje ze szkołami – zarówno dostarczając materiały dydaktyczne, jak organizując i prowadząc szkolenia dla nauczycieli.

Edukacja ekonomiczna jako nowa jakość wychowania – spostrzeżenia, opinie, sugestie

W teorii kształcenia od dawna podejmuje się problematykę aktywizowania i samodzielności uczniów. Edukacja do przedsiębiorczości, uznana za nową jakość wychowania, stanowić będzie czynnik dynamizujący rozwój osobowości przedsiębiorczej oraz inspirować nauczyciela do doskonalenia własnego warsztatu dydaktycznego.

W kontekście nieustannie zmieniającej się rzeczywistości edukacyjnej coraz częściej zadaje się pytanie: Czy współczesna polska szkoła daje szansę na rozwój aktywności i samodzielności? W jaki sposób przygotowuje nowe pokolenie do świadomego uczestnictwa w życiu społecznym i gospodarczym? W jaki sposób poprzez nauczanie podstaw przedsiębiorczości stwarza się uczniowi optymalne warunki do rozwoju osobowości przedsiębiorczej? W jaki sposób przygotowuje się młodego człowieka do wyzwań współczesnego świata?

Wydaje się, że w dalszym ciągu powszechnie panującym przekonaniem jest pogląd, iż wiedza jest najważniejszym składnikiem wykształcenia. Zgodnie z takim założeniem przyjmuje się zasadę, że gdy nauczyciel poda gotowe informacje, uczeń przyswoi więcej materiału programowego. Świadome i celowe kształtowanie cech, umiejętności i zachowań, takich jak: motywacja do osiągnięć, samodyscyplina, komunikatywność czy autonomiczność, jest w dzisiejszej szkole niewystarczające. Spostrzeżenia autorki niniejszego opracowania wskazują, że szkoły w niezadowalającym stopniu sprzyjają rozwojowi postaw typowych dla osobowości przedsiębiorczej. Można przyjąć, że szkoła niekiedy odgrywa główną rolę w „zabijaniu” zainteresowania krytycznym i twórczym myśleniem. Rzadko w czasie lekcji uczeń formułuje ważne pytania, dostarcza dowodów na poparcie swoich poglądów czy kwestionuje tezy nauczyciela, a nawet samego podręcznika.

Wychowanie do przedsiębiorczości powinno ułatwić uczniowi poznanie zachowań przedsiębiorczych w życiu prywatnym i zawodowym oraz wykształcić postawę przedsiębiorczą. Zajęcia z podstaw przedsiębiorczości to nie tylko bezpośrednie przekazywanie wiedzy z zakresu komunikacji interpersonalnej, ekonomii i zarządzania, ale przede wszystkim rozwijanie za pomocą odpowiednich metod i środków umiejętności, które lepiej ucznia przygotowują do życia w społeczeństwie i wyzwań współczesnego świata. Chodzi tu zatem o umiejętności związane z: planowaniem i organizacją przedsięwzięć, poszukiwaniem informacji i podejmowaniem decyzji, twórczym rozwiązywaniem problemów, współpracą zespołową oraz skutecznym komunikowaniem się.

Przegląd definicji w świetle literatury pozwala wskazać na wiele pojęć przedsiębiorczości, w ujęciach ekonomicznym i psychologicznym. Od tego, jak rozumie się przedsiębiorczość i jaką nauczyciel przyjmie definicję w swoim nauczaniu, będzie zależeć realizacja celów kształcących. W ekonomii pojęcie przedsiębiorczości najczęściej wiąże się z prowadzeniem działalności gospodarczej na własny rachunek, podejmowaniem ryzyka w poszukiwaniu zysków¹. W psychologii definiuje się przedsiębiorczość szerzej. Przedsiębiorczość rozumiana tutaj może być realizowana we wszystkich sferach życia człowieka, nie tylko w działalności gospodarczej, ale w polityce, edukacji czy w życiu rodzinnym. T. Tysza definiuje przedsiębiorczość jako *proces tworzenia nowej wartości, dokonujący się przez poświęcenie niezbędnego czasu i wysiłku oraz przyjmowanie finansowego, psychicznego i społecznego ryzyka, który powoduje otrzymywanie rezultatów w postaci zysku pieniężnego oraz poczucia osobistej satysfakcji i niezależności*². Interesującą propozycją rozumienia przedsiębiorczości jest określenie jej jako *zdolności człowieka do kreowania i zaspokajania swoich i cudzych potrzeb. Człowiek przedsiębiorczy to taki, który w każdych warunkach – jakie stwarza mu otoczenie – potrafi dostrzegać i realizować swoje potrzeby oraz potrzeby innych ludzi*³.

Jak wynika z powyższych definicji, w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych powinno się szczególnie kłaść nacisk na cele wychowania do życia w społeczeństwie. Uczeń nabywając umiejętności typowe dla osoby przedsiębiorczej ma być samodzielny i odpowiedzialny za swoje losy, za powodzenie lub porażkę w różnych zdarzeniach życiowych, za własną karierę zawodową oraz życie innych. Przedsiębiorczość nie będzie tylko cechą działania zmierzającego do zapewnienia racjonalności i efektywności ekonomicznej.

Z analizy treści programowych przedmiotu podstawy przedsiębiorczości wynika, że człowiek przedsiębiorczy to taki, który umie żyć z innymi ludźmi oraz potrafi dostrzegać ich problemy. Zasadnicze cele wychowawcze w edukacji do przedsiębiorczości obejmują następujące aspekty:

- stworzenie uczniom możliwości zdobycia stosunkowo wszechstronnej wiedzy teoretycznej i praktycznej, determinującej przejmowanie określonych wartości i umiejętności ważnych dla integracji i globalizacji życia społecznego;
- uświadomienie uczniom, że osiąganie celów życiowych i zawodowych dokonuje się w konsekwencji rzetelnej pracy i etycznych wyborów;
- wyposażenie uczniów w zdolności aktywnego, twórczego i świadomego udziału w życiu społecznym i gospodarczym;
- rozwój wrażliwości prospołecznej poprzez wspieranie inicjatyw uczniowskich dotyczących dostrzegania i zaspokajania w miarę możliwości potrzeb innych.

Jeśli edukacja do przedsiębiorczości będzie traktowana jako nowa jakość wychowania, konieczna stanie się nie tylko modyfikacja stosowanych form, metod, środków dydaktycznych, ale także inne rozumienie nauczania – uczenia się. Wychowanie kształtujące postawy przedsiębiorcze rozwijać zatem będzie zarówno dyspozycje ucznia, jak i kompetencje pedagogiczne i kreatywność nauczyciela.

¹ T. Tysza (red.), *Psychologia ekonomiczna*, GWP, Gdańsk 2004. s. 304–305.

² Tamże, s. 307.

³ S. Gregorczyk, M. Romanowska, A. Sopińska, P. Wachowiak, *Program nauczania podstaw przedsiębiorczości dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2007.

Zdaniem autorki niniejszego opracowania, zaszczerpienie wyżej omawianych idei na gruncie szkolnictwa polskiego nie jest zadaniem łatwym i wymaga dłuższego czasu. Po pierwsze, należałoby wyposażać polskie szkoły w odpowiednie pomoce i środki dydaktyczne, zmniejszyć liczebność klas, zweryfikować realizowane programy nauczania z nastawieniem na opracowanie materiałów metodycznych. Nie mniej ważnym problemem jest włączenie wychowania do przedsiębiorczości do szkół wyższych kształcących przyszłych nauczycieli. Nauczycieli już pracujących powinno się natomiast uwrażliwić na potrzebę tworzenia przyjaznej atmosfery dla rozwoju aktywności i samodzielności uczących się.

Wychodząc z powyżej omawianych założeń, autorka opracowania podjęła próbę zebrania opinii uczniów na temat roli edukacji ekonomicznej w rozwoju ich umiejętności. Wymogi stawiane niniejszemu opracowaniu, dotyczące objętości, nie pozwalają na głębszą analizę, poddano jedynie ocenie niektóre aspekty nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych. Skoncentrowano się mianowicie na opiniach uczniów w zakresie znaczenia składników środowiska dydaktycznego dla efektywności ich uczenia się, jak i dla nabywania umiejętności, cech typowych dla osoby przedsiębiorczej. Istotne dla projektowania ewentualnych zmian procesu kształcenia wydaje się poznanie opinii uczniów na temat percepcji przedmiotu podstawy przedsiębiorczości oraz czynników ułatwiających przygotowanie się do zajęć. Badania te stanowią fragment szerszego planu badawczego.

Badania zostały przeprowadzone metodą sondażu diagnostycznego, w ramach którego wykorzystano technikę ankiety. Opracowany kwestionariusz ankiety zawierał sześć pytań półotwartych oraz metryczkę, w której uczniowie wpisywali swoje dane osobowe (płeć, średnia ocen z poprzedniego semestru, udział w Olimpiadzie Przedsiębiorczości, zainteresowania). Respondenci poproszeni byli o wybranie odpowiedzi lub dopisanie własnej.

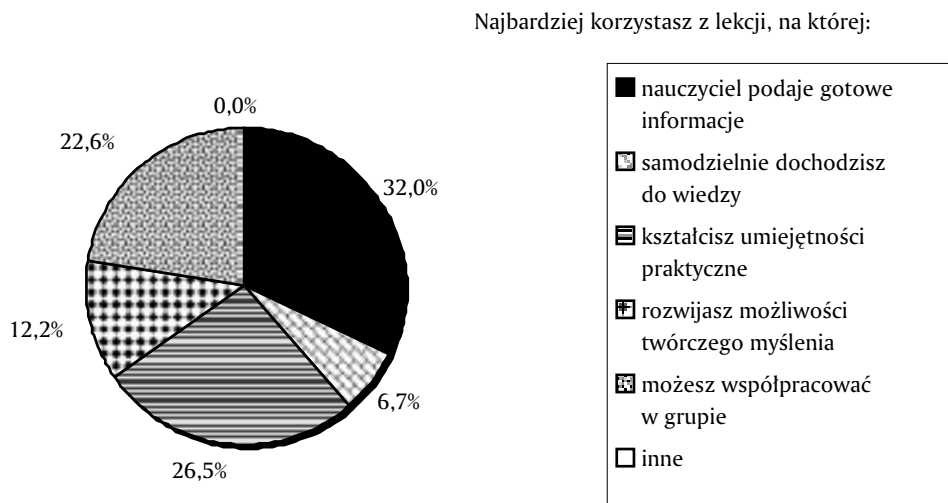
W celu zgromadzenia informacji przeprowadzono stosowne badania wśród uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Projekt został zrealizowany w roku szkolnym 2006/2007. Łącznie przebadano 183 uczniów klas II i III krakowskich szkół ponadgimnazjalnych: Zespołu Szkół Ekonomicznych (105 osób) oraz Liceum Ogólnokształcącego (78 osób). Wszyscy badani ukończyli blok zajęć z podstaw przedsiębiorczości. W badanej grupie znalazło się 136 kobiet, co stanowiło 74,3% wszystkich badanych i 47 mężczyzn (25,7% badanych). Kwestionariusz ankiety wypełniło 4 uczniów osiągających bardzo dobre wyniki w nauce (średnia ich ocen z poprzedniego semestru powyżej 5,0); 29 uczniów zadeklarowało, że osiągnęli średnią ocen od 4,1 do 5,0; najwięcej uczniów (130) wskazało średnią w przedziale 3,0–4,0; natomiast 20 osób uzyskało średnią ocen poniżej 3,0. W Olimpiadzie Przedsiębiorczości brał udział 13 osób i są to uczniowie ze szkoły zawodowej, ekonomicznej.

Informacje uzyskane na podstawie badań ankietowych pozwoliły odpowiedzieć na pytanie badawcze: Czy współczesna polska szkoła daje szansę na rozwój aktywności i samodzielności w procesie kształcenia?

Uczniowie zapytani o wpływ metod dydaktycznych i form organizacyjnych procesu kształcenia na skuteczność ich uczenia się wskazywali najczęściej, że w największym stopniu korzystają z lekcji, na której nauczyciel podaje gotowe informacje (105 odpowiedzi, co stanowiło 32,0% wszystkich wyborów). Znaczenie w procesie uczenia się, zdaniem respondentów, mają również metody kształtujące umiejętności praktyczne (87 odpowiedzi – 26,5% wyborów) oraz możliwość współpracy w grupie (74 wskazań – 22,6% odpowiedzi). Najmniej wyborów dotyczy samodzielnego dochodzenia do wiedzy (6,7% wszystkich wskazań). Analiza wyników z uwzględnieniem płci ankietowanych nie wykazała istotnych różnic. Opinię powyższą w równym stopniu podzielali uczniowie z obu badanych szkół. Nie stwierdzono także istnienia istotnych

różnic pomiędzy opiniami uczniów deklarujących różną średnią ocen. Można przypuszczać, iż działania edukacyjne szkoły, a szczególnie nauczyciela podstaw przedsiębiorczości, nie są zorientowane na organizowanie procesu kształcenia w zakresie wdrażania uczniów do samodzielnego zdobywania wiedzy czy zachęcania ich do twórczego myślenia (zob. rysunek 1).

Rysunek 1. Wpływ metod dydaktycznych i form organizacyjnych procesu kształcenia na skuteczność uczenia się w opinii uczniów



Źródło: opracowanie własne

Środki dydaktyczne, które zdaniem badanych uczniów najlepiej wspomagają uczenie się, to folie prezentujące wykresy, schematy, tabele (98 odpowiedzi – 32,9% wskazań) oraz możliwość korzystania z kserowanych materiałów (97 odpowiedzi – 32,6% wskazań). Najbardziej uczniowie wskazywali na możliwość wykorzystania na zajęciach z podstaw przedsiębiorczości programów komputerowych (5% wskazań), internetu (8,7%) oraz prezentacji multimedialnych (9,1%). Może to jednak wynikać z faktu, że z różnych przyczyn, głównie finansowych, komputer jest rzadko stosowany na tych lekcjach.

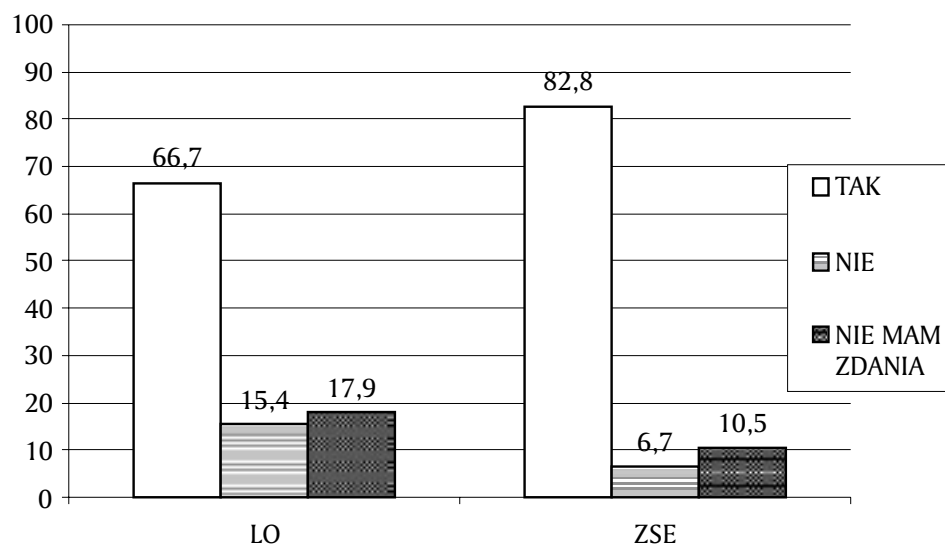
Uczniowie zostali poproszeni również o wskazanie określonego stylu kierowania ich pracą szkolną, który najlepiej motywuje do uczenia się. Wyniki ankiety pokazują, że najbardziej preferowany styl to taki, gdy nauczyciel zachęca do samodzielnej pracy i kieruje nią (94 wybory, co stanowi 33,9% odpowiedzi). Badani uczniowie lubią także, choć w mniejszym stopniu (92 odpowiedzi – 33,2%), gdy nauczyciel daje im swobodę działania w uczeniu się. Wybory te nie były w zasadzie zależne od płci badanych ani osiągniętych przez nich średnich ocen. Najbardziej wskazywano na styl autokratyczny (nauczyciel wydaje polecenia i konsekwentnie je egzekwuje), jako czynnik pozytywnie wpływający na skuteczność uczenia się (36 wskazań, co stanowiło 13% odpowiedzi).

Odpowiedzi uczniów na kolejne pytanie ankiety okazały się zaskakujące. Aż 165 wskazań (49% wszystkich odpowiedzi) informowało, iż badani uczniowie najczęściej czerpią wiedzę

przygotowując się do zajęć z podstaw przedsiębiorczości z notatek z lekcji. Zadziwiać może fakt, że badani zadeklarowali chęć samodzielnej pracy, w tym samodzielnego dochodzenia do wiedzy, a w małym stopniu wyszukują, gromadzą i wykorzystują informacje z różnych źródeł, takich jak: książki specjalistyczne (0,3% odpowiedzi), publikacje naukowe (0%), internet (8% wskazań), programy telewizyjne, radiowe (12,5% wszystkich wyborów).

Zdaniem większości respondentów (139 osób – 76% wszystkich badanych), nauczanie przedmiotu z podstaw przedsiębiorczości jest potrzebne w ich edukacji szkolnej. Tylko nieliczni (19 osób – 10,4% badanych) byli przeciwnego zdania, natomiast 25 osób (13,6%) nie miało zdania w tej kwestii. Rysunek 2. ilustruje percepcję przedmiotu według badanych z uwzględnieniem typu szkoły⁴, do której uczęszczają.

Rysunek 2. Opinia badanych uczniów na temat potrzeby prowadzenia zajęć z podstaw przedsiębiorczości z uwzględnieniem typu szkoły



Źródło: opracowanie własne

Kolejne pytanie ankiety dotyczyło opinii uczniów na temat cech, zachowań i umiejętności właściwych dla człowieka przedsiębiorczego, kształtowanych podczas zajęć z podstaw przedsiębiorczości. Respondenci wybierali różne możliwe warianty bądź dopisywali własne. Najczęściej wymieniane były cechy, takie jak: umiejętność podejmowania decyzji (14,7% odpowiedzi), umiejętność pracy zespołowej (14,3%), pomysłowość (13,1%) oraz kreatywność (10,1%). Załedwie 12 osób (co stanowiło 6,6% wszystkich badanych) stwierdziło, iż lekcje z podstaw przedsiębiorczości nie rozwijają żadnych cech, umiejętności i zachowań typowych dla osobowości przedsiębiorczej. Porównując wyniki badań uczniów, z uwzględnieniem typu szkoły i płci badanych, nie zauważa się istotnych różnic pomiędzy ich wypowiedziami.

⁴ LO – Liceum Ogólnokształcące, ZSE – Zespół Szkół Ekonomicznych.

Podsumowując wyniki przeprowadzonego sondażu, można stwierdzić, że przyjęte przypuszczenie znalazło odzwierciedlenie w rzeczywistości szkolnej, jednakże badania nie są pełne i wymagają pogłębionej analizy.

Polska szkoła powinna przygotować człowieka do „radzenia sobie” w sytuacjach niepowodzeń, porażek i trudnych do przewidzenia zdarzeń. Nauczyciel, który kształci postawy przedsiębiorcze ma uczyć, jak żyć w czasach niepewności i chaosu. Wydaje się, że preferowany i realizowany dzisiaj *model ideologii sukcesu*⁵ nie jest wystarczający. Nauczyciel powinien zatem wskazywać swoim uczniom, w jaki sposób przekształcać sytuacje trudne w zadania podmiotowo-twórcze, przygotowywać do podejmowania decyzji i rozwijać w nich umiejętności etyczne. Dla realizacji powyższych celów konieczne jest wykorzystanie skutecznych form kształcenia – *modelu uczenia się przez działanie*, ponieważ taki sposób kształcenia będzie angażować wiele sfer osobowości uczącego się. Znaczenia w umacnianiu i rozwijaniu postaw przedsiębiorczych nabierają kompetencje psychologiczne oraz interdyscyplinarność. Szczególnie istotne jest to w kształceniu ekonomicznym.

Bibliografia

- T. Borowska, *Pedagogika ograniczeń ludzkiej egzystencji*, IBE, Warszawa 2000.
S. Gregorczyk, M. Romanowska, A. Sopińska, P. Wachowiak, *Program nauczania podstaw przedsiębiorczości dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2007.
T. Tyszka (red.), *Psychologia ekonomiczna*, GWP, Gdańsk 2004.

Abstract

Does contemporary Polish school give students an opportunity to develop their activity and independence? Does it shape attitudes and traits typical for entrepreneurial personality such as: motivation for achievement, self-discipline, ability to teamwork, communicativeness, self-confidence, creativity etc.?

The entrepreneurship education treated as a new quality of upbringing will be the factor which not only dynamizes a development of entrepreneurial personality but also inspires teachers to improve their teaching skills. Thus, it requires verification of education-upbringing issues, inclusion of elements of entrepreneurship into teaching programs and raising teachers' awareness of the need for creating friendly climate and applying active methods into education. The article presents opinions of teachers and pupils of Cracow secondary schools and author's observations made during inspections of students' classes.

Nota o Autorce

Autorka jest doktorem nauk ekonomicznych, adiunktem w Katedrze Psychologii i Dydaktyki AE w Krakowie, autorką prac i publikacji z zakresu dydaktyki przedmiotów ekonomicznych. Zajmuje się problematyką aktywności twórczej w procesie kształcenia.

⁵ T. Borowska, *Pedagogika ograniczeń ludzkiej egzystencji*, IBE, Warszawa 2000, s. 9.

Analiza kwalifikacji indywidualnych absolwentów szkół zawodowych w świetle zapotrzebowania kompetencyjnego pracodawców na przykładzie województwa lubuskiego

Przemiany społeczne oraz gospodarcze, związane z przechodzeniem od gospodarki industrialnej do postindustrialnej, wymuszają na instytucjach edukacyjnych korektę, a wręcz nowatorskie spojrzenie na proces kształcenia. W opracowaniu przedstawiono rzeczywiste kwalifikacje indywidualne absolwentów szkół zawodowych w kontekście potrzeb pracodawców, z podziałem na kwalifikacje zawodowe i ponadzawodowe. Analiza kwalifikacji przeprowadzona została na danych pierwotnych uzyskanych z próby badawczej absolwentów szkół zawodowych regionu lubuskiego.

Wprowadzenie

W opracowaniu zwrócono uwagę na zjawiska, zachodzące w ostatnich latach nie tylko w Polsce, ale również za granicą, które odcisnęły piętno na współczesnym społeczeństwie oraz gospodarce.

Pierwszym zjawiskiem jest transformacja społeczno-gospodarcza z początku lat 90. XX wieku, która miała bardzo duży wpływ na społeczeństwo. Jednakże ważniejszym wydarzeniem jest wciąż zachodząca zmiana w gospodarce, związana z przejściem od gospodarki industrialnej do gospodarki postindustrialnej¹, zwanej głównie gospodarką wiedzy, gdzie najważniejszym produktem (towarem) jest właśnie wiedza. W Stanach Zjednoczonych symptomy tego zjawiska pojawiły się w latach 70. XX wieku. Ze względu na „zamknięcie granic” w starym ustroju politycznym zmiana gospodarki na postindustrialną rozpoczęła się w Polsce z opóźnieniem, szczególnie dynamika zmian nasiliła się z początkiem lat 90. XX wieku. Obecnie możemy mówić, że gospodarka Polski znajduje się w ogólnoświatowym nurcie zmian gospodarczych. W Polsce przejście gospodarki industrialnej w kierunku e-gospodarki² spowodowało zmianę w strukturze zatrudnienia. Do niedawna ponad połowa pracujących zatrudniona była w sektorze rolniczym i przemysłowym. Obecnie zmienia się to na korzyść sektora usługowego. Przyjmuje się, że w gospodarce postindustrialnej powinna nastąpić jakościowa zmiana zatrudnienia w trzech

¹ K. Krzysztofek, *Spółeczeństwo informacyjne a rozwój człowieka*, [w:] *Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego*, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa 2002, s. 8–9.

² Zgodnie z przyjętą terminologią, zamiennie używać można pojęć: gospodarka wiedzy, gospodarka postindustrialna, e-gospodarka.

sektorach. Tak więc w sektorach przemysłowym i rolniczym powinno być zatrudnionych około 20% zasobu rynku pracy, pozostała część (80%) byłaby zatrudniona w szeroko pojętym sektorze usługowym³.

Dynamika tych zmian w Polsce była i jest tak duża, że do chwili obecnej system edukacyjny nie dostosował jeszcze procesów oraz programów kształcenia do potrzeb rynku pracy. Szczególnie należy zwrócić uwagę na kształcenie zawodowe⁴ jako obszar najbardziej niedostosowany. Brak zmian w procesie oraz programie kształcenia doprowadził do sytuacji, w której kształcone zawody nie są dostosowane do potrzeb pracodawców nie tylko pod względem kwalifikacji czy też umiejętności, lecz przede wszystkim szeroko rozumianych kompetencji.

Zgodnie z analizą literaturową można przyjąć, że na kompetencje składa się zakres wiedzy, umiejętności, doświadczenia, postaw i zachowań oraz innych cech psychofizycznych ważnych w danej pracy, gotowość pracownika do działania w danych warunkach i zdolność przystosowania do zmian, a także formalne wyposażenie w możliwości działania i podejmowania decyzji związanych z pracą⁵. Według C. Levy-Lebojera, kompetencje dotyczą zintegrowanego wykorzystania zdolności, cech osobowości, a także nabytej wiedzy i umiejętności, w celu doprowadzenia do pomyślnego wykonania złożonej misji w ramach przedsiębiorstwa⁶. Jednakże ze względu na wieloaspektowość zagadnienia rozważania koncentrują się na kwalifikacjach stanowiących część składową kompetencji⁷.

Kwalifikacje zawodowe oraz ponadzawodowe są jednymi z kilku składników kompetencji indywidualnych⁸, do których zaliczyć można również zdolności, cechy osobowościowe, cechy psychofizyczne, zainteresowania, doświadczenie oraz umiejętności.

Zagadnienie kwalifikacji omówiono w dwóch blokach tematycznych, podzielonych na kwalifikacje zawodowe oraz kwalifikacje ponadzawodowe.

Metodologia badawcza

Dane przedstawione oraz przeanalizowane w opracowaniu pochodzą z badań pierwotnych przeprowadzonych na grupie absolwentów szkół zawodowych w latach 2004–2005. Zgodnie z przyjętymi założeniami do grupy zaliczono wszystkie firmy z regionu lubuskiego, które zatrudniały minimum 50 pracowników. Na tej podstawie spośród grupy 152 firm⁹, które spełniły

³ Patrz: A.J. Fazlagić, *Co to jest Marketingowe Zarządzanie Szkołą?*, [http://www.fazlagic.egov.pl/artukul.php?artyku-
l=28&zakladka=3](http://www.fazlagic.egov.pl/artukul.php?artyku-
l=28&zakladka=3), [08.07.2007].

⁴ S.M. Kwiatkowski, K. Smela, *Standardy kwalifikacji zawodowych. Teoria, metodologia, projekty*, Instytut Badań Edukacyjnych, Warszawa 2001, s. 15.

⁵ T. Oleksyn, *Zarządzanie potencjałem pracy w organizacjach różnej wielkości*, [w:] A. Ludwiczynski, K. Stobiński (red.), *Zarządzanie strategiczne kapitałem ludzkim*, Poltext, Warszawa 2001, s. 16.

⁶ A. Sajkiewicz (red.), *Jakość zasobów pracy. Kultura, kompetencje, konkurencyjność*, Poltext, Warszawa 2002, s. 89.

⁷ D. Thierry, Ch. Sauret, N. Monod, *Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesie zmian*, Wyd. Poltext, Warszawa 1994, s. 6; C. Woodruffe, *Assessment centers: competences, identifying and developing*, Institute of Personnel Management, Londyn 1993, <http://home.wxsl.nl/~tluken/ass.htm>, [20.08.2005]; M. Butkiewicz, *Struktura modelu polskich standardów kwalifikacyjnych*, [w:] M. Butkiewicz (red.), *Model polskich standardów kwalifikacji zawodowych*, Edukacja i Praca i ITeE, Warszawa–Radom 1995, s. 29–30.

⁸ Patrz: M. Kęsy, *System kształcenia w szkołach zawodowych w świetle wymagań kompetencyjnych przedsiębiorstw województwa lubuskiego*, praca doktorska, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2006, s. 182.

⁹ Tamże, s. 319–331.

wstępny warunek, za pomocą metody próby systematycznej¹⁰ wyznaczono próbę badawczą składającą się z 62 przedsiębiorstw. W tych jednostkach przebadani zostali wszyscy pracownicy, którzy maksymalnie 5 lat wcześniej ukończyli szkołę zawodową (zasadniczą lub średnią) oraz nie uzyskali w międzyczasie wykształcenia wyższego.

W trakcie badań zebrano 287 ankiet, a po wyeliminowaniu błędnie wypełnionych analizie poddano 227 z nich.

W przypadku absolwentów szkół zawodowych około 82% ukończyło średnią szkołę zawodową, a 18% zasadniczą szkołę zawodową.

Tabela 1. Typ szkoły ukończony przez badanego

Typ szkoły	Częstość	Procent
Technikum	102	44,9
Liceum profilowane	83	36,6
Zasadnicza szkoła zawodowa	42	18,5
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Kwalifikacje zawodowe absolwentów szkół zawodowych

Pierwszymi z omawianych rodzajów kwalifikacji są kwalifikacje zawodowe. Polskie Standardy Kwalifikacji Zawodowych są systemem ustalonych norm określających wymagany poziom wiedzy i umiejętności dla każdego z wyodrębnionych poziomów kształcenia, dla każdego z zawodów, specjalności oraz specjalizacji zawodowej¹¹. Klasyfikacja obejmuje zawody ujęte w grupy wielkie, duże i średnie, zgodnie z podziałem zawodów ustalonym w Rozporządzeniu Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 20 kwietnia 1995 roku w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności dla potrzeb rynku pracy oraz zakresu jej stosowania. Obecnie klasyfikacja obejmuje 195 zawodów, przyporządkowanych do 5 nadrzędnych grup zawodów.

Od około 30 lat zauważyć można tendencję spadkową liczebności zawodów oraz specjalności. Wynika to głównie ze zmian społeczno-gospodarczych. Na rynku pracy występuje silna tendencja odchodzenia od wąskiej specjalizacji na rzecz szerszego wykształcenia. W wyniku tych zmian pracownicy są bardziej elastyczni, a przedsiębiorcy mają możliwość wykorzystywać zasoby ludzkie w zależności od strategii firmy.

Zgodnie z danymi z *Panoramy Szkół Polskich za rok szkolny 2004/2005*, w województwie lubuskim w szkołach zawodowych uczą się 56 zawodów, w tym 9 specjalności. Uwzględniając podział na szkolnictwo średnie i zasadnicze, podział wygląda odpowiednio: 40 zawody lub specjalności oraz 16 zawodów. Wynika z tego wniosek, że w szkołach zawodowych w województwie lubuskim prowadzone są zajęcia z co trzeciego zawodu z Polskich Standardów Kwalifikacji Zawodowych.

¹⁰ Por. tamże, s. 71–76.

¹¹ M. Butkiewicz, *Struktura modelu polskich standardów kwalifikacji zawodowych*, [w:] B. Baraniak, M. Butkiewicz (red.) *Standaryzacja kształcenia zawodowego*, Zakład Poligrafii Instytutu Technologii Eksploatacji, Wyd. Edukacja i Praca i ITeE, Warszawa–Radom 1998, s. 108.

W badaniu wzięło udział 36 szkół zawodowych, w których kształceni są uczniowie zdobywający kwalifikacje z zakresu 35 zawodów lub specjalności (przedstawiciele 10 średnich grup zawodowych).

Tabela 2. Podział na średnie grupy zawodowe przebadanych osób

Średnia grupa zawodowa	Częstość	Procent
Grupa 31	70	30,8
Grupa 32	14	6,2
Grupa 34	58	25,6
Grupa 41	3	1,3
Grupa 51	1	0,4
Grupa 52	5	2,2
Grupa 71	3	1,3
Grupa 72	28	12,3
Grupa 74	9	4,0
Grupa 81	2	0,9
Brak zawodu	34	15,0
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Najwięcej osób zdobyło profesje z grup zawodowych 31 oraz 34, odpowiednio 30,8% i 25,6%. Z kolei najmniej respondentów kształciło się w zawodach z grup 51, 81, 71 oraz 41.

Absolwenci odbywali praktyki zawodowe w procesie kształcenia w zakładach przyszkolnych, na zewnątrz – w firmie współpracującej z jednostką edukacyjną oraz niezwiązanej żadną umową ze szkołą. Zgodnie z danymi zawartymi w tabeli 3 stwierdzono, że najwięcej, bo 50,2%, badanych zdobywało doświadczenie oraz wiedzę praktyczną w firmach działających na rynku lokalnym, lecz niezwiązanych umową współpracy ze szkołą. Świadczy to o niewielkim zaangażowaniu w zdobywanie przez uczniów umiejętności zawodowych.

W kolejnych dwóch formach odbywania praktyk zawodowych istnieje możliwość kontrolowania jakości zadań oraz zdobywanych umiejętności. Jednakże w zakładzie przyszkolnym kształciło się tylko 23% osób, z kolei w firmie współpracującej ze szkołą 19,4% respondentów.

Tabela 3. Miejsca odbywania praktyk zawodowych

Rodzaj współpracy	Odpowiedź	Częstość	Procent
Firma niewspółpracująca ze szkołą	tak	114	50,2
Zakład przyszkolny	tak	53	23,0
Firma współpracująca ze szkołą	tak	44	19,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

33,4% pracowników twierdzi, że wiedza zdobyta w trakcie procesu kształcenia okazała się w minimalnym stopniu przydatna na stanowisku pracy. Jednakże 27,8% respondentów uważa, że kwalifikacje wyniesione ze szkoły przydają się w pracy.

Tabela 4. Stopień wykorzystania w pracy kwalifikacji zdobytych w szkole

Stopień	Częstość	Procent
Wcale	47	20,6
Trochę	29	12,8
Średnio	88	38,8
Przydatne	34	15,0
Bardzo	29	12,8
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Tabela 5. Absolwenci uzupełniający wykształcenie zdobyte w szkole ponadgimnazjalnej

Odpowiedzi	Częstość	Procent	Procent ważnych odpowiedzi
Tak	150	86,1	86,1
Nie	77	33,9	33,9
Ogółem	227	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Na 227 przebadanych, 33,9% respondentów nie podjęło żadnych prób doksztalcenia. Może to świadczyć o niewysokich wymaganiach pracodawcy albo o wystarczających na stanowisku pracy kompetencjach zdobytych w szkole zawodowej. 67% przebadanych osób uzupełniało wykształcenie poprzez inne formy kształcenia, 28,7% pracowników uczęszczało na studia zawodowe (niepełne lub pełne) lub podyplomowe. 27,3% uzupełniło kwalifikacje za pośrednictwem szkoleń lub kursów, na które kierował pracodawca lub sam zainteresowany. Poprzez samokształcenie, czyli uzupełnianie wiedzy w niesformalizowanych warunkach, doskonalili się 11% respondentów.

Tabela 6. Sposoby uzupełniania kwalifikacji u absolwentów szkół zawodowych (1)

Typy doksztalcenia	Częstość	Procent
Samokształcenie	25	11,0
Kursy (pracodawcy)	32	14,1
Kursy (z własnej inicjatywy)	30	13,2
Studia podyplomowe	2	0,9
Studia zawodowe	63	27,8
Brak uzupełniania	75	33,0
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Część absolwentów uzupełniła swoją wiedzę w dwóch, a nawet trzech dostępnych formach kształcenia. Najwięcej osób podnosi swoje kompetencje, kształcąc się w uczelniach wyższych, niewiele mniej absolwentów uczestniczyło w szkoleniach lub kursach z własnej inicjatywy.

Tablica 7. Sposoby uzupełniania kwalifikacji u absolwentów szkół zawodowych (2)

Typy kształcenia	Częstość	Procent
Kursy (pracodawcy)	7	3,1
Kursy (z własnej inicjatywy)	12	5,3
Studia podyplomowe	2	0,9
Studia zawodowe	9	4,0
Brak uzupełniania	197	86,7
Ogółem	227	100,0
Kursy (z własnej inicjatywy)	4	1,8
Studia zawodowe	9	4,0
Brak uzupełniania	214	94,2
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Wyniki zawarte w tabeli 8 pokazują, że dla 37% przebadanych osób kształcenie związane było z wykonywanym zawodem. Oznacza to, że w szkołach nie nabyły one wystarczających kompetencji do wykonywanej pracy.

Tabela 8. Powiązanie kształcenia z wykonywanym zawodem

Odpowiedzi	Częstość	Procent
Tak	84	37,0
Nie	70	30,8
Nie kształcało się	73	32,2
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Wyniki z tabel 7 i 8 pokazują, że powodem, dla którego respondenci uzupełniają swoje wykształcenie, jest głównie fakt, że są absolwentami szkół zawodowych rzadko wykonującymi wyuczony zawód. Wynika to z nieprawidłowego doboru kształconych zawodów w szkołach oraz z braków kompetencyjnych u absolwentów szkół zawodowych.

Tabela 9. Powiązanie wyuczonej profesji z wykonywanym zawodem

Odpowiedzi	Częstość	Procent
Tak	82	36,1
Nie	145	63,9
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Spośród 227 badanych osób 56,4% zauważa potrzebę aktualizacji swojej wiedzy. Wynik ten pokazuje dużą orientację absolwentów co do umiejętności oraz wymagań stawianych na zajmowanym stanowisku pracy.

Tablica 10. Aktualizacja wiedzy związanej z wykonywanym zawodem

Odpowiedzi	Częstość	Procent
Tak	128	56,4
Nie	99	43,6
Ogółem	227	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

41,4% respondentów widzi konieczność częstej, corocznej, aktualizacji zawodu. Co dwa lata aktualizowałoby swoje kwalifikacje 12,3% absolwentów szkół zawodowych. 43,6% przebadanych osób oceniło, że wykonywane przez nich zawody nie wymagają aktualizacji, wystarczy wiedza oraz kwalifikacje zdobyte w trakcie procesu kształcenia.

Tabela 11. Jak często badana grupa aktualizuje wiedzę zawodową

Podział	Częstość	Procent
Poniżej 1 roku	94	41,4
Co 2 lata	28	12,3
Co 5 lat	4	1,8
Co 10 lat	2	0,9
W ogóle	99	43,6
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Pracownicy mają dwa różne podejścia do aktualizacji kwalifikacji zawodowych. Wyróżniono ujęcie praktyczne oraz teoretyczne – pierwsze z nich nawiązuje do rzeczywistej sytuacji na rynku pracy, drugie odwołuje się do odczuć badanych. Porównując wyniki, można odnieść wrażenie, że rzeczywistość odbiega od rozważań teoretycznych. Reasumując, absolwenci szkół zmuszeni są do częstej aktualizacji wiedzy, pomimo że teoretycznie zazwyczaj tej potrzeby nie zauważają.

Na podstawie zamieszczonych danych należy stwierdzić, że dobór kształconych zawodów oraz kwalifikacji czy też umiejętności nabywanych w procesie kształcenia jest niedostosowany do realiów rynku.

Tablica 12. Jak często trzeba aktualizować wiedzę zawodową

Podział	Częstość	Procent
Poniżej 1 roku	72	31,7
Co 2 lata	36	15,9
Co 5 lat	8	3,5
Co 10 lat	2	0,8
W ogóle	109	48,1
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Pracodawcy często zatrudniają absolwentów szkół zawodowych na innych stanowiskach, aniżeli wskazują na to kompetencje zdobyte przez nich w szkole. Ten fakt obrazuje minimalny, a nawet żaden kontakt pomiędzy szkołami zawodowymi a przedsiębiorstwami.

Kwalifikacje ponadzawodowe grupy absolwentów szkół zawodowych

Uzupełnieniem kwalifikacji zawodowych, szczególnie w dobie społeczeństwa wiedzy, są nowoczesne technologie informacyjne oraz języki obce, które stanowią części składowe kwalifikacji ponadzawodowych.

Z badań dotyczących znajomości języków obcych wynika, iż 56,4% respondentów słabo zna język niemiecki, zaś tylko 18,1% korzystnie ocenia swoją znajomość tego języka.

Tabela 13. Znajomość języka niemieckiego

Stopień znajomości	Częstość	Procent
Bardzo słaba	77	33,9
Słaba	51	22,5
Średnia	58	25,6
Dobra	27	11,9
Bardzo dobra	14	6,2
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Z kolei język angielski słabo zna 58,5% osób, a 16,8% absolwentów szkół zawodowych stwierdziło, że posługuje się tym językiem w stopniu dobrym.

Tabela 14. Znajomość języka angielskiego

Stopień znajomości	Częstość	Procent
Bardzo słaba	82	36,0
Słaba	51	22,5
Średnia	56	24,7
Dobra	29	12,8
Bardzo dobra	9	4,0
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Język rosyjski wśród absolwentów znany jest bardzo słabo, zaledwie 7% respondentów posługuje się tym językiem przynajmniej dobrze, natomiast aż 75,4% osób zna wspomniany język słabo albo nie zna go wcale.

Tabela 15. Znajomość języka rosyjskiego

Stopień znajomości	Częstość	Procent
Bardzo słaba	129	56,9
Słaba	42	18,5
Średnia	40	17,6
Dobra	13	5,7
Bardzo dobra	3	1,3
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Wśród badanych znalazły się także osoby, które stwierdziły, że znają jeden z pięciu innych języków obcych: 4,4% osób posługuje się przynajmniej w stopniu podstawowym językiem francuskim, 1,3% językiem włoskim lub hiszpańskim, 0,9% językiem łacińskim, a 0,4% językiem czeskim.

Tabela 16. Znajomość innych języków obcych

Język obcy	Częstość	Procent
Język francuski	10	4,4
Język czeski	1	0,4
Język włoski	3	1,3
Język hiszpański	3	1,3
Język łaciński	2	0,9
Nie zna	208	91,7
Ogółem	227	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Kolejnym składnikiem kwalifikacji ponadzawodowych są umiejętności informatyczne. 33,9% absolwentów szkół zawodowych oceniło swoje umiejętności w tym zakresie jako dobre. Ocena ta stoi w sprzeczności z rzeczywistością. Aż 77,1% respondentów zostało uznanych przez autora opracowania za osoby o minimalnych kwalifikacjach informatycznych, a tylko 9,2% osób potwierdziło swoje wysokie kwalifikacje informatyczne.

Tabela 17. Ocena umiejętności informatycznych dokonana przez respondentów

Stopień znajomości	Częstość	Procent
Bardzo słaba	29	12,8
Słaba	41	18,1
Średnia	80	35,1
Dobra	53	23,3
Bardzo dobra	24	10,6
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Tabela 18. Ocena umiejętności informatycznych dokonana przez autora

Wiedza informatyczna	Częstość	Procent
Żadna	66	29,1
Bardzo słaba	54	23,8
Słaba	55	24,2
Średnia	31	13,7
Dobra	13	5,7
Bardzo dobra	8	3,5
Ogółem	227	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań pierwotnych wśród absolwentów szkół zawodowych

Oba rodzaje umiejętności przenikają się oraz uzupełniają się wzajemnie. Oznacza to, że kwalifikacje zawodowe powinny być uzupełniane umiejętnościami językowymi oraz informatycznymi. Przebadana grupa absolwentów zatrudniona jest na stanowiskach pracy, na których nie wykorzystuje się umiejętności nabytych w szkole zawodowej. Sposobem na uzupełnienie, a nawet na zdobycie wykształcenia, stało się różnego rodzaju kształcenie sformalizowane. Świadomość oraz zauważenie potrzeby doksztalcania zwiększy szanse na znalezienie pracy.

Podsumowanie

Zdobywane w szkole zawodowej kwalifikacje zawodowe oraz ponadzawodowe oceniać należy jako niedostosowane do obecnego charakteru rynku pracy. Absolwenci szkół zawodowych, oprócz kwalifikacji oraz umiejętności zawodowych przydatnych w pracy, powinni posiadać umiejętności informatyczne oraz językowe, często wymagane przez pracodawców.

Celem opracowania było zaprezentowanie rzeczywistego stanu kwalifikacji zawodowych oraz ponadzawodowych absolwentów szkół zawodowych. Na podstawie przeanalizowanych danych można stwierdzić, że szkoły zawodowe w minimalnym stopniu współpracują z rynkiem pracy. W wyniku czego nie znają potrzeb kwalifikacyjnych i kompetencyjnych pracodawców, kształcą w zawodach niepotrzebnych lub na które nie ma „wystarczającego” popytu. Absolwenci szkół nie posiadają wystarczających umiejętności praktycznych, co wynika z niewielkiej kontroli praktyk zawodowych ze strony szkół zawodowych lub jej całkowitego braku. Należy również zwrócić uwagę na niewystarczające kwalifikacje językowe oraz informatyczne absolwentów szkół zawodowych.

Bibliografia

- M. Butkiewicz, *Struktura modelu polskich standardów kwalifikacyjnych*, [w:] M. Butkiewicz (red.), *Model polskich standardów kwalifikacji zawodowych*, Edukacja i Praca i ITeE, Warszawa–Radom 1995.
- M. Butkiewicz, *Struktura modelu polskich standardów kwalifikacji zawodowych*, [w:] B. Baraniak, M. Butkiewicz (red.), *Standaryzacja kształcenia zawodowego*, Wyd. Zakład Poligrafii Instytutu Technologii Eksploatacji, Edukacja i Praca i ITeE, Warszawa–Radom 1998.
- A.J. Fazłagić, *Co to jest Marketingowe Zarządzanie Szkołą?*, <http://www.fazlagic.egov.pl/artukul.php?artykul=28&zakladka=3>, [08.07.2007].
- M. Kęsy, *System kształcenia w szkołach zawodowych w świetle wymagań kompetencyjnych przedsiębiorstw województwa lubuskiego*, praca doktorska, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2006.
- K. Krzysztofek, *Spółczesność informacyjna a rozwój człowieka*, [w:] *Polska w drodze do globalnego społeczeństwa informacyjnego*, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Warszawa 2002.
- S.M. Kwiatkowski, K. Smela, *Standardy kwalifikacji zawodowych. Teoria, metodologia, projekty*, Instytut Badań Edukacyjnych, Warszawa 2001.
- T. Oleksyn, *Zarządzanie potencjałem pracy w organizacjach różnej wielkości*, [w:] A. Ludwiczynski, K. Stobiński (red.), *Zarządzanie strategiczne kapitałem ludzkim*, Poltext, Warszawa 2001.
- A. Sajkiewicz (red.), *Jakość zasobów pracy. Kultura, kompetencje, konkurencyjność*, Poltext, Warszawa 2002.
- D. Thierry, Ch. Sauret, N. Monod, *Zatrudnienie i kompetencje w przedsiębiorstwie w procesie zmian*, Poltext, Warszawa 1994.
- C. Woodruffe, *Assessment centers: competences, identifying and developing*, Institute of Personnel Management, Londyn 1993, <http://home.wxs.nl/~tluken/ass.htm>, [20.08.2005].

Abstract

Social and economic changes deriving from transformation from industrial to postindustrial economy have caused a necessity of changes in the educational system. The paper presents actual individual qualifications of vocational schools' graduates in relation to employers' needs. The survey concerning qualifications has been carried out among graduates of vocational schools in Lubuskie region.

Nota o Autorze

Autor jest zatrudniony na stanowisku asystenta na Wydziale Ekonomii i Zarządzania Uniwersytetu Zielonogórskiego. We wrześniu 2006 r. Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego nadał mu tytuł doktora nauk ekonomicznych za dysertację pt. *System kształcenia w szkołach zawodowych w świetle wymagań kompetencyjnych przedsiębiorstw województwa lubuskiego*. Jest autorem (współautorem) 20 artykułów konferencyjnych lub rozdziałów w monografiach. W najbliższym czasie planuje wydanie monografii poświęconej kompetencjom indywidualnym.

E-learning – oferta edukacyjna również dla szkół

Pomimo wzrastającego zainteresowania szkół średnich zastosowaniem w procesie nauczania różnych narzędzi informatycznych, zjawisko to w szkolnictwie średniego szczebla nie jest częste. Chociaż szkoły są wyposażone w pracownie komputerowe, to nauczyciele nie przygotowują zajęć z wykorzystaniem komputerów.

Z badań na temat praktyki realizowania podstaw przedsiębiorczości w wybranych szkołach, przeprowadzonych na zlecenie Narodowego Banku Polskiego w 2005 roku przez Centralny Ośrodek Doskonalenia Nauczycieli wynika, że nauczyciele rezygnują z atrakcyjnych metod w nauczaniu, gdyż są one czasochłonne i wymagają od nich zabiegów organizacyjnych (zdobycia dostępu do pracowni komputerowych z internetem zarezerwowanych wyłącznie na zajęcia informatyczne). W dalszym ciągu podstawowym środkiem dydaktycznym wskazywanym przez nauczyciela jest podręcznik¹.

Tymczasem niespotykany dotychczas rozwój technologii informacyjnych i szybki postęp we wdrażaniu osiągnięć informacyjnych i telekomunikacyjnych w zarządzaniu przedsiębiorstw zmienił sposób funkcjonowania firm i zmienił oczekiwania pracodawców względem pracownika na rynku pracy. Dzięki nowym technologiom i usieciowieniu gospodarki przedsiębiorca może prowadzić działalność gospodarczą w różnych krajach. Może poszukiwać rynków zbytu oraz wytwarzać część produkcji w innej firmie lub poza granicami kraju. Oznacza to również, że może poszukiwać tańszych lub lepiej płatnych wykwalifikowanych pracowników nie tylko w innych miastach kraju, ale również poza jego granicami².

Konsekwencją obserwowanego usieciowienia gospodarki i jego oddziaływania na firmy i rynek pracy jest wzrastająca rola szkoły, a w szczególności nauczyciela, w kształtowaniu u uczniów umiejętności niezbędnych do sprawnego poruszania się na globalnym rynku pracy i w globalnej gospodarce opartej na wiedzy³. Umiejętnościami, jakie uczeń powinien posiadać, są:

- zdolność do wykorzystywania nowych technologii,
- umiejętność zastosowania istniejących narzędzi informacyjnych do rozwiązywania codziennych problemów,

¹ Więcej na ten temat w: D. Danilewicz (red.), *Edukacja ekonomiczna w polskich szkołach ponadgimnazjalnych*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2006.

² K. Rybiński, *Globalizacja*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2007, materiał powielony.

³ Tamże.

- zdolność do szybkiego pozyskiwania nowych umiejętności,
- zdolność do pracy w zróżnicowanych środowiskach, często wirtualnych.

Odpowiedzą na wyzwania, jakie stawia przed polskim systemem edukacji globalizacja, może być e-learning, czyli elektroniczna edukacja, wspomagająca proces nauczania.

W placówkach dydaktycznych e-learning stosowany jest najczęściej jako strona internetowa z udostępnionymi kursami, ćwiczeniami, gramami decyzyjnymi, symulacjami itp. Powszechnie wykorzystywanym w tym celu systemem informatycznym są platformy LMS (Learning Management System) oraz LCMS (Learning Content Management System)⁴. Oprogramowania te umożliwiają przygotowanie i administrowanie szkoleniami elektronicznymi oraz planowaniem i organizacją nauki. Pozwalają one na uruchomienie kursu, śledzenie postępów słuchaczy w nim uczestniczących. Rejestrują wszystkie wyniki osiągnięte przez nich w trakcie przebiegu kursu, odnotowują ich „obecność” i postępy w nauce, np. zaliczenie poszczególnych jednostek dydaktycznych wchodzących w skład kursu. Ułatwia to nauczycielowi ocenę uczącego się – jego postępów, samodzielnie przerobionego materiału oraz jeszcze niezrealizowanych tematów. Tworzy to szansę na skuteczną personalizację zdalnego nauczania i doskonalenia wykorzystywanych metod i narzędzi. Z kolei korzyści, jakie przynosi e-learning uczącemu się to przede wszystkim możliwość wyboru czasu i miejsca nauki (szkoła, dom, biblioteka), a także dynamiczna, atrakcyjna prezentacja nauczanego zagadnienia.

NBPortal.pl – bezpłatna, powszechna, nowoczesna platforma e-learning

NBPortal.pl jest nowoczesną platformą edukacyjną, dostępną dla wszystkich użytkowników internetu. Dostarcza wiedzy nie tylko uczniom, ale również nauczycielom. Poszczególne elementy platformy mogą być wykorzystane bezpośrednio na lekcjach w szkole w ramach podstawy programowej do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych lub jako element uzupełniający program nauczania przedmiotów okołoekonomicznych w szkołach o profilu technicznym.

NBPortal.pl oferuje łącznie ponad 200 godzin lekcji na temat przedsiębiorczości, finansów firmy, Unii Europejskiej, euro, inwestowania, bankowości dostępnych w formie e-learningu. Każdy kurs zamieszczony w NBPortal.pl składa się z kilkunastu lekcji. Każda lekcja to kilkanaście minut multimedialnego wykładu z lektorem, animacją i krótkim filmem. Kursy multimedialne dostosowują się do zaangażowania i możliwości czasowych użytkowników. Za sprawą specjalnego systemu zapamiętywane są fragmenty wiedzy już przyswojonej przez kursanta. Specjalny blok zatytułowany *Twoje postępy*, a także ćwiczenia i testy na bieżąco informują o postępach w nauce. Taka budowa kursu sprawia, że treść nauczania jest łatwiejsza do zapamiętania.

Na stronach NBPortal.pl dostępnych jest kilkadziesiąt krótkich prezentacji dotyczących przedsiębiorczości i ekonomii. Są one doskonałym środkiem dydaktycznym, który można wykorzystać na 45-minutowej lekcji z uczniami. Pracę z prezentacją ułatwia przejrzysty układ ekranu, podział materiału na oddzielne rozdziały oraz możliwość samodzielnego nawigowania



⁴ K. Waćkowski, J.M. Chmielewski, *Rola standaryzacji w platform w e-learningu*, „e-mentor” 2007, nr 2 (19), s. 25.

Rysunek 1. Prezentacja pt. *To nie Fenicjanie wymyślili pieniądze*

Źródło: www.NBPPortal.pl

(przesuwania w przód, cofania) materiału. Dzięki tym rozwiązaniom użytkownik prezentacji w wybranym przez siebie tempie może poznawać przekazywane zagadnienia.

Atrakcyjnym środkiem dydaktycznym, który można w łatwy sposób wykorzystać na zajęciach w klasie szkolnej, są również multimedialne lekcje dla uczniów oraz dołączone do nich konspekty dla nauczycieli. Każda multimedialna lekcja dla ucznia to kilkanaście minut wykładu z lektorem, przeplatane ćwiczeniami sprawdzającymi poziom zrozumienia treści.

Interesującym narzędziem e-learningu w NBPPortal.pl są również gry decyzyjne i symulacje. NBPPortal.pl proponuje naukę przedsiębiorczości z wykorzystaniem gier strategicznych, quizów i krzyżówek ekonomicznych.

Zabawy strategiczne i zręcznościowe zmuszają do myślenia i zdobywania wiedzy ekonomicznej. Gry zostały oparte na modelach prawdziwych sytuacji ekonomicznych, dlatego wyzwania, przed jakimi zostaje postawiony internauta, są bardzo trudne. Uczeń może wziąć udział w symulacji zarządzania bankiem, w której wcieli się w rolę prezesa banku komercyjnego. Jego zadaniem będzie maksymalizowanie zysku banku, którym zarządza. Z kolei w grze *Kasa nowa* zmierzy się z sytuacjami dnia codziennego – zarządzaniem budżetem domowym poprzez bilansowanie wydatków i przychodów. Gracz zadecyduje, czy zapłaci rachunek za telefon, pójdzie na studia podyplomowe, czy kupi samochód.

Zestaw kilkudziesięciu haseł zaczerpniętych z życia gospodarczego, politycznego i społecznego znajduje się w krzyżówkach. Łączą one doskonałą rozrywkę z bardzo użyteczną wiedzą. Stanowią nieoceniony zbiór przydatnych terminów i pojęć, podanych w atrakcyjnej formie.

NBPPortal.pl dostarcza bezpłatnie wszystkim użytkownikom internetu narzędzia merytoryczne w postaci multimedialnych kursów e-learning, prezentacji, gier dydaktycznych oraz pomocy naukowych jakimi są zbiory wirtualnej biblioteki, wirtualny słownik ekonomiczny PWN.

Rysunek 2. Multimedialna lekcja dla uczniów



Źródło: www.NBPortal.pl

Podsumowanie

Zdaniem Witolda Bieleckiego, kierownika Katedry Metod Ilościowych i Zastosowań Informatyki Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, zaletą e-learningu jest forma zajęć zbliżona charakterem do prowadzenia przedsiębiorstwa w gospodarce sieciowej⁵. W sieciowej gospodarce globalnej wiele transakcji zawieranych jest bez osobistego kontaktu z partnerami biznesowymi. Absolwenci szkoleń opartych o rozwiązania sieciowe są gotowi do prowadzenia negocjacji przez internet. Umieją również efektywnie pracować w wirtualnych zespołach zadaniowych, które stanowią podstawę organizacji wirtualnych.

Globalizacja ma ogromny wpływ na każdego z nas, na kształt funkcjonowania przedsiębiorstw i całej gospodarki. Współczesny uczeń powinien być przygotowany do bycia w przyszłości mobilnym pracownikiem, ustawicznie podnoszącym kwalifikacje, konkurencyjnym w stosunku do innych na rynku pracy. Współczesny uczeń powinien być przygotowanym do sprawnej zmiany kwalifikacji w sytuacji utraty pracy w firmie lub w przemyśle, które nie wytrzymują globalnej gospodarki. Takiego przygotowanie dostarczy mu tylko nauka przedstawiana w ciekawiej i interesującej formie, która potrafi dostosować się do wymogów globalnego rynku.

⁵ W.T. Bielecki, *Wpływ globalnej gospodarki sieciowej na e-learning*, „e-mentor” 2007, nr 2 (19), s. 4.



Bibliografia

- W.T. Bielecki, *Wpływ globalnej gospodarki sieciowej na e-learning*, „e-mentor” 2007, nr 2 (19).
D. Danilewicz (red.), *Edukacja ekonomiczna w polskich szkołach ponadgimnazjalnych*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2006.
K. Rybiński, *Globalizacja*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2007, materiał powielony.
K. Waćkowski, J.M. Chmielewski, *Rola standaryzacji w platform w e-learningu*, „e-mentor” 2007, nr 2 (19).
Raport zbiorczy z badań środowisk szkolnych w zakresie realizacji edukacji ekonomicznej w polskich szkołach ponadgimnazjalnych, CODN, Warszawa 2006.

■ Abstract

Although the interest of secondary schools in implementing different ICT tools into didactics is growing, it is still not very frequent. The schools are equipped well, but teachers do not conduct classes with the use of computers because it is time-consuming and requires additional organization. E-learning can be an answer to those problems. The paper presents a set of lessons' scenarios available at NBPortal – the educational website of the National Bank of Poland.

■ Nota o Autorce

Autorka jest pracownikiem Wydziału Badań i Marketingu w Narodowym Banku Polskim. Ukończyła Wydział Pedagogiczny Uniwersytetu Warszawskiego w obszarze dwóch specjalności: andragogika oraz edukacja społeczno-oświatowa. Jest autorką kilku artykułów w polskich czasopismach edukacyjnych. Od 2004 do chwili obecnej współtwórca i redaktor serwisu internetowego NBPortal.pl.

Wspieranie nauczycieli i uczniów w edukacji podstaw przedsiębiorczości

Reforma szkolnictwa spowodowała, że zostały wprowadzone nowe przedmioty nauczania – podstawy przedsiębiorczości w szkole ponadgimnazjalnej i moduł wychowanie do aktywnego udziału w życiu gospodarczym w ramach wiedzy o społeczeństwie w gimnazjum. Przeprowadzone przez Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli sondaże wśród nauczycieli podstaw przedsiębiorczości wykazały, że znacząca część nauczycieli po przekwalifikowaniu, prowadząc nowy przedmiot nie czuje się pewnie pod względem merytorycznym i metodycznym. Wychodząc naprzeciw potrzebom nauczycieli, Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach od pięciu lat realizuje projekty edukacyjne (głównie w ramach programu edukacji ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego), które adresowane są do uczniów i nauczycieli gimnazjów oraz szkół ponadgimnazjalnych województwa świętokrzyskiego w ramach grantów NBP „I ty możesz zostać przedsiębiorcą”, „Ekonomia – jest w niej ukryty skarb”, „Moja firma – mój sukces”, „Moje wymarzone miejsce pracy”. Podczas realizacji powyższych projektów odbywają się konferencje, warsztaty i seminaria dla nauczycieli i uczniów. Każde z wymienionych przedsięwzięć podsumowuje trzyetapowy konkurs, na zakończenie którego najlepsze projekty są prezentowane przed publicznością.

Reforma szkolnictwa spowodowała, że zostały wprowadzone nowe przedmioty nauczania – podstawy przedsiębiorczości w szkole ponadgimnazjalnej i moduł wychowanie do aktywnego udziału w życiu gospodarczym w ramach wiedzy o społeczeństwie w gimnazjum. Główne cele, jakie stawiane są przed tymi przedmiotami, to: ukształtowanie u uczniów postaw przedsiębiorczych oraz przygotowanie uczniów do aktywnego i świadomego uczestnictwa w życiu gospodarczym kraju i zjednoczonej Europy.

Z zebranych na terenie woj. świętokrzyskiego przez Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli sondaży od uczestników studiów podyplomowych z zakresu przedsiębiorczości oraz uczestników konferencji metodycznych wynika, że nie wszyscy nauczyciele po przekwalifikowaniu czują się pewnie w pracy z nowym programem i przedmiotem. Niejednokrotnie brakuje im doświadczenia merytorycznego i metodycznego (studia podyplomowe nie zawsze wystarczają w tym zakresie). Wielu nauczycieli uczących podstaw przedsiębiorczości i WOS-u nie potrafi zastosować metod aktywizujących (a w szczególności metody projektów i metody portfolio) w procesie nauczania–uczenia się, dzięki którym można ukształtować u uczniów umiejętności i postawy poszukiwane przez pracodawców.

Wychodząc naprzeciw potrzebom nauczycieli, Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach od pięciu lat realizuje projekty edukacyjne (w ramach programu edukacji ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego), które adresowane są do uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych województwa świętokrzyskiego. Pośrednimi odbiorcami naszych projektów są nauczyciele podstaw przedsiębiorczości, wiedzy o społeczeństwie oraz przedmiotów ekonomicznych

Jedną z głównych faz naszego pierwszego projektu, zatytułowanego *I ty możesz zostać przedsiębiorcą*, było przeprowadzenie trzyetapowego konkursu *Przedsiębiorczy zawsze wygrywa* na najlepszy projekt firmy, mającej szansę zaistnieć w środowisku lokalnym (szkole, miejscowości, gminie, województwie). Prace konkursowe zespołów uczniowskich prowadzone były przez nauczycieli koordynatorów metodą projektów. Zanim jednak te projekty powstały, uczniowie oraz opiekujący się nimi nauczyciele wzięli udział w dwudniowej konferencji pt. *Aktywność gospodarcza w świetle przepisów obowiązujących w krajach Unii Europejskiej* oraz seminariach i konsultacjach projektowych prowadzonych przez ekspertów ze świata nauki i biznesu.

W konkursie *Przedsiębiorczy zawsze wygrywa* udział wzięło 41 szkół, 877 uczniów wykonało 243 projekty pod kierunkiem 51 nauczycieli. Najlepsze projekty były prezentowane przed Komisją Konkursową i publicznością.

Wypowiedzi uczniów realizatorów projektów, zaczepnięte ze sprawozdań projektów¹

- *Uważamy, że takiego typu projekty są bardzo ważne, ponieważ ukazują nam zupełnie inny świat niż ten, który możemy poznać w szkole czy na podwórku, wśród przyjaciół. Mogliśmy poczuć, jak to jest, gdy trzeba już samodzielnie działać na świecie, nie mając już oparcia w rodzinie we wszystkich rzeczach, jakich się podjęliśmy.*
- *Dzięki pracy nad własnym biznesplanem uzyskałyśmy informacje, jak założyć firmę, jakie dokumenty są do tego potrzebne, a także gdzie należy je złożyć.*
- *Informacje zdobyte podczas pracy nad projektem są doskonałą pomocą w zrozumieniu całego mechanizmu tworzenia i zakładania firmy. Każdy z nas je zrozumiał, a teraz ponadto potrafi je przedstawić, zanalizować i sprawić, że będą one funkcjonować. Dzięki nim nasze przedsiębiorstwo będzie działało zgodnie z prawem, jak również będzie przynosić zysk.*
- *Po pierwsze: nauczyłyśmy się załatwiać sprawy dotyczące biznesu, np. chodząc do różnych urzędów. Teraz, gdy już zostały załatwione sprawy formalne możemy powiedzieć, że stałyśmy się „nieletnimi business woman”. Po drugie, myślimy, że jest to dobra zabawa, z której możemy wyciągnąć jakieś wnioski na przyszłość. Sądzymy również, że to dla nas wspinały sprawdzian przetrwania: jak daleko zajdziemy, czy się wycofamy, czy będziemy trwać do końca.*
- *Nauczyłyśmy się podejmować decyzje zespołowe, rozwiązywać konflikty, radzić sobie z trudnościami. Potrafiłyśmy bez trudu wyrażać własne opinie, obserwacje, wyciągać słuszne wnioski z popełnionych błędów.*

¹ Wypowiedzi uczniów realizatorów projektów zostały zaczerpnięte ze sprawozdań następujących projektów: *Pod Żurawiem*, *KSERUŚ*, *i.NET Computers*, *Piekarnia ROGALIK*, *Kawiarenka internetowa PORT@Ls.c.*, *ESKULAP*, *RACHMISTRZ*.

- Nie poprzestaniemy na utworzeniu jednej apteki w Kurzelowie. Zamierzamy rozszerzyć naszą działalność i otworzyć sieć aptek w wielu miejscowościach powiatu włoszczowskiego województwa świętokrzyskiego. Nasza firma zapewnia klientom najwyższą jakość rozprawdzanych produktów.
- Po skończeniu pracy nad naszym projektem doszliśmy do wniosku, iż samozatrudnienie w Polsce będzie miało coraz większe znaczenie przy dzisiejszym bezrobociu, dlatego ten projekt będzie nam pomocny przy próbie zakładania firmy w dorosłym życiu.

Następnym projektem, który powstał w Świętokrzyskim Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach w ramach Programu Edukacji Ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego, był projekt *Ekonomia – jest w niej ukryty skarb*. Celem ogólnym projektu było podniesienie poziomu nauczania elementów ekonomii w gimnazjach i szkołach ponadgimnazjalnych województwa świętokrzyskiego. 20 nauczycieli podjęło wyzwanie konkursu na najlepszy scenariusz lekcji o tematyce ekonomicznej – *Ekonomia praktyczna – ciekawsza niż przypuszczasz*, a 17 osób z 16 szkół ponadgimnazjalnych ukończyło kurs w zakresie zastosowania w procesie nauczania–uczenia się znanej na całym świecie komputerowej gry symulacyjnej procesy gospodarcze *Zarządzanie firmą* – MESE, którą rozpropagowała w Polsce Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości.

Najlepsze projekty nauczycielskie zostały nominowane do finału konkursu. Jurorzy oceniali prezentacje, kierując się stopniem spełnienia przez prezynterów następujących kryteriów (skala od 0 do 2 punktów):

- wykazanie się znajomością przedstawianego zagadnienia,
- współpraca nauczyciela i uczniów podczas prezentacji,
- kompozycja wypowiedzi według planu, uporządkowana,
- przestrzeganie zasad poprawności języka mówionego,
- forma prezentacji,
- przestrzeganie ram czasowych (maksymalnie 12 minut),
- celowe użycie środków multimedialnych i audiowizualnych.

Różnorodne przedsięwzięcia nauczycieli w ramach projektu *Ekonomia – jest w niej ukryty skarb* objęły ponad 1800 uczniów. Powołany został także Klub Edukacji Ekonomicznej, działający jako grupa wsparcia dla wszystkich nauczycieli podstaw przedsiębiorczości i innych przedmiotów, bloków lub modułów o tematyce ekonomicznej pracujących w szkołach województwa świętokrzyskiego

Celem ogólnym kolejnego projektu *Moja firma – mój sukces*, składającego się z modułu A *Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo* (opartego na programie Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości) i modułu B *Portfolio młodego przedsiębiorcy*, było kształtowanie u uczniów umiejętności zakładania własnej firmy.

W ramach projektu odbyły się wykłady i wystąpienia informacyjne specjalistów z zakresu teorii ekonomii i zarządzania, specjalistów praktyków z dziedziny ekonomii: przedstawicieli Staropolskiej Izby Handlowej, Wojewódzkiego Urzędu Pracy, Urzędu Skarbowego, Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, banków i przedsiębiorców lokalnych, a także warsztaty internetowe, warsztaty z filmem dydaktycznym z dziedziny przedsiębiorczości oraz warsztaty z zastosowaniem metod aktywizujących dla nauczycieli i uczniów biorących udział w module A.

Główne efekty projektu:

- w ramach modułu A *Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo* powstało 18 młodzieżowych miniprzedsiębiorstw uczniowskich o charakterze produkcyjnym lub usługowym, działających na terenie szkół, w których pracowało ok. 200 osób;

- w ramach modułu B *Portfolio młodego przedsiębiorcy* powstało 160 portfolio wirtualnych firm, mających realne szanse zaistnieć w naszym regionie, które opracowało około 600 uczniów szkół województwa świętokrzyskiego.

Najlepsze projekty modułu A i B zostały zaprezentowane przed Komisją Konkursową, publicznością i zaproszonymi gośćmi. W zgodnej opinii nauczycieli opiekujących się uczniami w czasie trwania projektu, uczniowie poszerzyli swoją wiedzę w zakresie zakładania własnej firmy oraz pozyskiwania kapitału na rozwój przedsiębiorstw. Nauczyciele dostrzegli też przedsiębiorcze postawy uczniów podczas realizacji projektu.

W roku szkolnym 2006/2007 Świętokrzyskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach realizuje IV edycję projektu *Moje wymarzone miejsce pracy*, który adresowany jest do nauczycieli i uczniów gimnazjów oraz szkół ponadgimnazjalnych woj. świętokrzyskiego. Ma on na celu wspieranie szkół w projektowaniu własnych programów doradztwa zawodowego oraz uświadomienie uczniom związku pomiędzy własnym wysiłkiem włożonym w wykształcenie a karierą zawodową. Pozwala również uzyskać odpowiedzi na pytania dotyczące specyfiki zawodu, wymaganych kwalifikacji i predyspozycji do wykonywania pracy w danym zawodzie, na określonym stanowisku pracy. Uświadamia uczniom konieczność budowania prawidłowych relacji interpersonalnych dla dobrego funkcjonowania w miejscu pracy oraz pomaga określić perspektywę budowania kariery zawodowej. W ramach projektu odbywają się warsztaty, seminaria i konsultacje dla nauczycieli i uczniów. Realizując swoje projekty uczniowie wykorzystują informacje z różnych źródeł oraz doświadczenia nabyte podczas ogólnopolskiego Dnia Przedsiębiorczości i samodzielnie przeprowadzonych wywiadów z przedstawicielami wybranych zawodów pracujących na różnych stanowiskach.

W wyniku współpracy uczniów, pracujących pod kierunkiem nauczycieli w poszczególnych szkołach, co roku powstaje kilkadziesiąt projektów poświęconych wymarzonemu miejscu pracy uczniów, a najlepsze z nich są prezentowane na forum publicznym.

Fragmenty wypowiedzi z projektów uczniowskich

Projekt Własne biuro rachunkowe: Z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że znaczna liczba uczniów z naszej szkoły nie ma sprecyzowanego, wymarzonego miejsca pracy. My na początku określiliśmy, jakie ono ma być. Gdy pisałyśmy nasz projekt, skryształizowały się nasze poglądy na temat wymarzonego miejsca pracy. Uważamy, że założenie własnego biura rachunkowego to najlepsza droga, jaką mogliśmy wybrać.

Projekt Lekarz pediatra: Zawsze marzyłyśmy, aby zostać lekarkami, jednak nie widziałyśmy siebie w przychodni czy w prywatnym gabinecie, siedzących za biurkiem i wypisujących recepty, lecz w szpitalu dziecięcym na oddziale intensywnej terapii. Wykonując projekt, przeprowadziłyśmy wywiady z lekarzami pediatrami na temat ich pracy oraz korzyści i zagrożeń z niej płynących. Oprócz tego wzięłyśmy udział w Dniu Przedsiębiorczości i towarzyszyłyśmy pediatrom Wojewódzkiego Specjalistycznego Szpitala Dziecięcego w Kielcach podczas ich codziennej pracy.

Projekt Zawód policjant: Praca nad projektem dała nam dużą satysfakcję i pogłębiła wiedzę na temat naszego wymarzonego zawodu. Podczas Dnia Przedsiębiorczości utwierdziłyśmy się w przekonaniu, że w przyszłości, z naszymi predyspozycjami, możemy zostać policjantkami.

Projekt Wojsko: Jestem jeszcze uczniem gimnazjum i najważniejszą sprawą jest dla mnie pomyślne ukończenie szkoły. Każdy jednak lubi snuć plany życiowe i myśleć o swojej przyszłości. Moim wymarzonym miejscem pracy jest jednostka wojskowa. Czekam na dużo pracy w szkole ponadgimnazjalnej, ponieważ o przyjęciu na pierwszy rok decydują „punkty wniesione”, które stanowią sumę punktów przeliczonych z przedmiotów objętych egzaminem zewnętrznym oraz test sprawności fizycznej.

Opinie o projektach zaproszonych gości i członków Komisji Konkursowych

Rafał Borkowski (Świętokrzyski Oddział Regionalny Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa) napisał m.in.: *Pragnę pogratulować uczestnikom konkursu wytrwałości i konsekwencji w realizacji celu. Wierzę, że doświadczenie i wiedza zdobyte w trakcie projektu zaprocentują w przyszłości. Założenie własnej działalności nie będzie się jawić jako coś niezwykle trudnego, wręcz abstrakcyjnego. Przeciwnie – młodzi ludzie staną się w niedalekiej przyszłości awangardą małej i średniej przedsiębiorczości. Mam nadzieję, że niektórzy będą mierzyć znacznie wyżej i odniosą sukces; to będzie Ich firma i Ich sukces!*

Stanisław Golmento Okręgowy Inspektorat Państwowej Inspekcji Pracy w Kielcach napisał m.in.: *Z punktu widzenia Inspekcji Pracy – młodzież w dokumentacji modułu projektu „Portfolio młodego przedsiębiorcy” – wykazała wiele troski w zakresie prowadzenia dokumentacji związanej z zatrudnieniem pracowników w firmie. Wśród tych dokumentów można wymienić: kartę zgłoszenia działalności do PIP, dokumenty związane z zatrudnieniem pracowników, w tym między innymi różne rodzaje umów o pracę, regulamin pracy, listę obecności, kartotekę czasu pracy, skierowanie na badania lekarskie oraz instrukcje bhp na stanowisku pracy.*

Ciekawe i realne pomysły firm i zawodów zaproponowane przez młodzież w module „Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwa” – to dobry przykład kreowania przedsiębiorczości na terenie województwa świętokrzyskiego.

W imieniu własnym i Okręgowego Inspektoratu Pracy składam serdeczne gratulacje dla Dyrekcji i osób zaangażowanych przy projekcie ze strony Świętokrzyskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach, za duże zaangażowanie emocjonalne i bardzo dobrą organizację w trakcie trwania projektu.

Podsumowanie

Projekty *I ty możesz zostać przedsiębiorcą* i *Moja firma – mój sukces* propagujące wśród młodych ludzi samozatrudnienie oraz projekt *Moje wymarzone miejsce pracy*, zwracający uwagę uczniów na świadomy wybór zawodu, znalazły poparcie u władz samorządowych, w urzędach, instytucjach i firmach województwa świętokrzyskiego. To dzięki ich pomocy merytorycznej i finansowej ponad tysiąc dwustu uczniów pokonało barierę lęku i niepewności przed wkroczeniem w dorosłe życie.

W trakcie realizacji ww. projektów uczniowie nie tylko zdobyli wiedzę merytoryczną dotyczącą rynku pracy, ale także nabyli umiejętności i cechy, takie jak: umiejętność współpracy w zespole, umiejętność podejmowania decyzji, obowiązkowość, zdolność komunikacji interpersonalnej, przedsiębiorczość, kreatywność, odpowiedzialność, umiejętność wypełniania

dokumentów, umiejętność wdrażania pomysłów, konsekwencja w działaniu, umiejętność prezentacji i wystąpień publicznych, pewność siebie, otwartość i systematyczność. Nauczyciele koordynatorzy zaobserwowali znaczący wpływ realizacji ww. projektów na kreowanie postaw przedsiębiorczych uczniów.

Metody aktywizujące (ze szczególnym uwzględnieniem metody projektów i portfolio) zastosowane przez nauczycieli podczas pracy z uczniami realizującymi ww. projekty oraz projekt *Ekonomia – jest w niej ukryty skarb*, przestały być dla nich tylko teorią i pomogły bardzo skutecznie wprowadzić uczniów w realia środowiska ekonomicznego.

Przedsięwzięcia ŚCDN w zakresie edukacji ekonomicznej, w opinii ekspertów zewnętrznych oraz ich autorki, dają młodym ludziom szansę wprowadzenia teorii poznanej w szkole na lekcjach podstaw przedsiębiorczości i wiedzy o społeczeństwie w praktykę, a także umożliwiają im konfrontację z rzeczywistością.

Bibliografia

- M. Krogulec-Sobowiec, *Refleksje po zakończeniu projektu „I ty możesz zostać przedsiębiorcą”, „Inspiracje”* 2003, nr 3.
- M. Krogulec-Sobowiec, *I ty możesz zostać przedsiębiorcą. Przykłady dobrej praktyki*, „Nowa Edukacja Zawodowa” 2003, nr 6, KOWEŻiU, Warszawa 2004
- M. Krogulec-Sobowiec, M. Myzik, *Realizacja projektu „Ekonomia – jest w niej ukryty skarb”, ŚCDN*, Kielce 2004.
- M. Krogulec-Sobowiec, M. Myzik, *Realizacja projektu „Moja firma – mój sukces”, tom I i II, ŚCDN*, Kielce 2006.

Abstract

The reform of education has implemented new subjects: ‘the basics of entrepreneurship’ and a module ‘the education for the active participation in business life’ as a part of social studies into upper secondary schools and lower secondary schools respectively. The surveys carried out by the Świętokrzyskie In-service Teacher Training Centre found out that a majority of retrained teachers does not feel familiar with the subject both in terms of factual knowledge and methodology. For five years already, in order to meet teachers’ needs, the Świętokrzyskie In-service Teacher Training Centre has been carrying out educational programmes (mostly as a part of the Economic Education programme of the National Bank of Poland and NBP grants: ‘You can also become an entrepreneur’, ‘Economy – there is a treasure hidden in it’, ‘My company – my success’, ‘My perfect job’) aimed at students and teachers of lower secondary schools and upper secondary schools from Świętokrzyskie region. Conferences, workshops and seminars have been organized within the above-mentioned projects. Each undertaking is ended up with a three-stage competition, at the end of which the best projects are shown in front of an audience.

Nota o Autorce

Autorka pełni funkcję kierownika Pracowni Programów Edukacyjnych i Edukacji Europejskiej w Świętokrzyskim Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Kielcach. Jest nauczycielem dyplomowanym, edukatorem i ekspertem, autorką wielu programów doskonalenia nauczycieli i projektów edukacyjnych m.in. Akademii Nowej Edukacji Zawodowej – ANEZ, Szkoły Metod Aktywizujących – SMAk, Sesji Metodycznych Rozwój – Aktywność – Motywacja – RAM oraz wizyt studyjnych w ramach europejskiego programu edukacyjnego Socrates ARION. Ma na swoim koncie liczne prace i publikacje z zakresu metodyki przedmiotów zawodowych i podstaw przedsiębiorczości. Jest autorką i koordynatorką projektów, które zostały zakwalifikowane do realizacji w ramach grantów NBP. Współpracuje również z Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości.

Nauka przez działanie: *Dzień przedsiębiorczości i Młodzieżowe Miniprzedsiębiorstwo przykładami dobrych praktyk przedsiębiorczości szkolnej*

Niniejsze opracowanie ukazuje sposób ujęcia problematyki przedsiębiorczości w podstawowych i aktualnych dokumentach politycznych przyjmowanych na poziomie Unii Europejskiej jako kluczowej kompetencji niezbędnej w procesie uczenia się przez całe życie oraz w procesie uczestnictwa w gospodarce i społeczeństwie wiedzy. Tekst prezentuje także dwie wybrane inicjatywy podejmowane przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości, ukierunkowane na realizację postulatów europejskich i mające na celu kształtowanie i promowanie postaw przedsiębiorczości, kreatywności i inicjatywy wśród młodzieży, a także przygotowywania jej do funkcjonowania w warunkach zmiennego rynku pracy.

U podstaw niniejszego opracowania tkwi przekonanie, że najlepszą metodą nauczania przedsiębiorczości jest uczenie jej przez praktykę, i to uczenie we współpracy ze środowiskiem przedsiębiorców. To przekonanie stanowi istotę działalności Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości, która przygotowuje dzieci i młodzież do życia w warunkach gospodarki rynkowej i społeczeństwa obywatelskiego. Prowadzone przez Fundację programy pozwalają młodzieży lepiej zrozumieć zasady ekonomii i funkcjonowania biznesu, a także doskonalić praktyczne umiejętności. Rozwijają w uczniach umiejętność krytycznego myślenia, wyrabiają aktywny stosunek do życia, uczą kreatywności, efektywnej komunikacji i pracy w grupie.

Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości działa w ramach Junior Achievement Worldwide – najstarszej (powstałej w 1919 r.) i najszybciej rozwijającej się na świecie organizacji zajmującej się edukacją ekonomiczną młodzieży w prawie 100 krajach. Dotychczas z programów Fundacji w Polsce skorzystało ponad 1 624 tys. uczniów. W roku szkolnym 2006/2007 w dziesięciu programach Fundacji wzięło udział 664 tys. uczniów.

Przedsiębiorczość jest traktowana obecnie jako kluczowa kompetencja zarówno przez Komisję Europejską, Parlament Europejski, jak i Radę Edukacji Unii Europejskiej. Komisja w *Komunikacie z dnia 13 lutego 2006 r. w sprawie rozbudzania ducha przedsiębiorczości przez edukację i kształcenie* uznaje przedsiębiorczość za jedną z podstawowych życiowych umiejętności, pozwalającą młodym ludziom zyskać kreatywność i pewność siebie w ich wszelkich przedsięwzięciach i zachowywać się w sposób odpowiedzialny społecznie¹. W *Komunikacie*

¹ Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: *Realizacja wspólnotowego programu lisbońskiego: Rozbudzanie ducha przedsiębiorczości poprzez edukację i kształcenie*, Bruksela, 13 lutego 2006 r., KOM(2006) 33 wersja ostateczna, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pl/com/2006/com2006_0033pl01.pdf.

stwierdza się także, iż umiejętności i postawy przedsiębiorcze najlepiej można wzmacniać poprzez uczenie aktywne (uczenie się przez działanie) oraz doświadczanie przedsiębiorczości w praktyce, przy zastosowaniu metody projektów i praktycznych działań.

Polski Rząd odpowiedział na Komunikat oficjalnym Stanowiskiem, przyjętym na posiedzeniu Komitetu Europejskiego Rady Ministrów 17 marca 2006 r.², w którym zgodził się z ujęciem przedsiębiorczości jako jednej z podstawowych umiejętności niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania w życiu społecznym, zawodowym i gospodarczym. Za niezwykle wszechstronną, a przez to bardzo skuteczną, formę kształtowania u młodzieży postaw przedsiębiorczych uznane zostało prowadzenie szkolnych miniprzedsiębiorstw. Ponadto szczególną rangę zyskała umiejętność przedsiębiorczości w przyjętym 18 grudnia 2006 r. przez Parlament Europejski i Radę Edukacji *Zaleceniu w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie*³ – w dokumencie tym przedsiębiorczość uznano za kluczową kompetencję, o priorytetowym znaczeniu, warunkującą nabywanie i rozwijanie innych sprawności i umożliwiającą realizację idei uczenia się przez całe życie. W *Zaleceniu* wezwano państwa członkowskie do zapewnienia wszystkim obywatelom, a zwłaszcza młodzieży, możliwości nabywania kluczowych kompetencji poprzez wzbogacanie oferty edukacyjno-szkoleniowej ukierunkowanej na rozwijanie umiejętności podstawowych, zwłaszcza w ramach współpracy z partnerami społecznymi i instytucjami społeczeństwa obywatelskiego.

Działania Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości – prowadzone bądź samodzielnie, bądź we współpracy z innymi instytucjami – wychodzą naprzeciw powyższemu postulatowi. Poniżej zaprezentowano dwa z licznych wdrażanych przez Fundację programów, realizujących założenia dokumentów krajowych i europejskich: *Dzień przedsiębiorczości* oraz *Młodzieżowe Miniprzedsiębiorstwo*.

Ideą *Dnia przedsiębiorczości* jest włączenie środowisk przedsiębiorców w edukację młodzieży, zbudowanie „mostów” między szkołą a miejscem pracy oraz uświadomienie młodym ludziom konieczności dostosowywania się do zmieniających się warunków na rynku pracy. Dzięki temu uczniowie mają możliwość przygotowania się do wejścia na rynek pracy i świadomego planowania dalszej drogi edukacyjnej i zawodowej. Jest on okazją do wykorzystania w praktyce wiadomości zdobytych w szkole, stwarza także możliwość bezpośredniego poznania wymarzonego miejsca pracy, zapoznania się z jego specyfiką, wymagany wykształceniem czy niezbędnymi umiejętnościami.

Program *Dzień przedsiębiorczości* wpisał się już na stałe do kalendarza polskich szkół, jednak mimo to na początku każdego roku szkolnego przypomina się szkołom o rejestracji do kolejnej edycji. W tym celu dystrybuowane są ulotki o projekcie podczas warsztatów i szkoleń, ustawicznie prowadzona jest korespondencja elektroniczna ze szkołami, placówkami edukacyjnymi, ośrodkami doskonalenia nauczycieli, zamieszczane są stosowne artykuły w prasie ogólnopolskiej, lokalnej i branżowej (zwłaszcza skierowanej do środowisk szkolnych).

Zadaniem stanowiącym poważniejsze wyzwanie jest pozyskanie firm i instytucji. Fundacja zachęca do udziału partnerów ze świata biznesu, sponsorów oraz członków swojej Rady Dyrektorów. Dzięki temu w programie uczestniczą duże, międzynarodowe firmy, banki oraz instytucje i urzędy państwowe. Fundacja korzysta także z uprzejmości wielu instytucji zamiesz-

² Dokument wewnętrzny Komitetu Europejskiego Rady Ministrów (niepublikowany).

³ Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie, Bruksela, 18 grudnia 2006 r., PE-CONS 3650/1/06 REV 1, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pl/oj/2006/l_394/l_39420061230pl00100018.pdf.

czających informacje o programie na swoich stronach internetowych. Nieocenionym sposobem na włączenie do projektu małych, lokalnych firm, urzędów i instytucji jest pomoc szkół. Co roku w organizację praktyk dla uczniów włączają się nauczyciele, rodzice oraz sami uczniowie, a także absolwenci placówek edukacyjnych.

Dzień przedsiębiorczości to *de facto* jeden dzień, ale przygotowania do programu rozpoczynają się w szkołach dużo wcześniej. Szkolni koordynatorzy są zobowiązani do poddania się określonej procedurze przygotowującej dyrekcję, rodziców i uczniów do udziału w projekcie. Po uzyskaniu zgody dyrekcji następuje formalna rejestracja szkoły na stronie internetowej Fundacji. Wówczas szkoła uzyskuje dostęp do materiałów edukacyjnych, do oferty firm, a także ma możliwość zgłaszania do programu firm, które tylko jej udostępniły swoją ofertę. Niezwykle ważne jest zorganizowanie spotkania z rodzicami, gdyż poprzez włączenie rodziców w organizację *Dnia przedsiębiorczości* szkoła ma zwiększone szanse na pozyskanie lokalnych firm, instytucji i urzędów.

Do obowiązków szkolnego koordynatora programu należy przydzielenie uczniom odpowiednich miejsc pracy zgodnie z ich zainteresowaniami i preferencjami oraz przeprowadzenie lekcji poprzedzającej praktykę – bezpośrednio przed *Dniem Przedsiębiorczości*. Każda szkoła uczestnicząca w projekcie otrzymuje pakiet materiałów do realizacji programu, w wersji papierowej i elektronicznej, obejmujący karty zgłoszenia ucznia (zawierające elementy kwestionariusza zainteresowań edukacyjno-zawodowych ucznia, planowanych studiów czy wymarzonego zawodu), karty zgody rodziców (opiekunów) na udział młodzieży w programie, karty zgłoszenia wolontariuszy – konsultantów z przedsiębiorstw i urzędów przyjmujących uczniów na praktyki, informatory dla wolontariuszy – konsultantów (prezentujące założenia programu, sposoby włączania się firm do projektu i proponowany przebieg *Dnia Przedsiębiorczości*) oraz tzw. analizę wyboru, wypełnianą przez uczniów po odbyciu praktyki, stanowiącą ocenę stanowiska pracy według konkretnych kryteriów (płacy, możliwości awansu, satysfakcji z wykonywania zawodu, szans na zatrudnienie itd.). Informatory dla wolontariuszy szkoła jest zobowiązana dostarczyć do wszystkich współpracujących z nią instytucji; do firm, które same zgłosiły się do programu, informatory są przekazywane przez Fundację.

Wszystkie informacje dotyczące programu są umieszczone i na bieżąco aktualizowane na internetowych stronach Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości, w zakładce *Dzień Przedsiębiorczości*, pogrupowane według poszczególnych kategorii przedmiotowych i adresatów przekazu. Dostęp jest częściowo ograniczony, pełny dostęp możliwy jest po zarejestrowaniu i zalogowaniu się szkoły do systemu. Szkoły uczestniczące w kolejnych edycjach programu posługują się hasłem i loginem z poprzednich edycji. Nowe szkoły muszą natomiast wypełnić formularz zgłoszeniowy i przesłać potwierdzenie zgłoszenia wraz z pieczęcią szkoły i podpisem dyrektora do Fundacji. Po tej procedurze konto szkoły zostaje aktywowane.

Firmy mogą się zgłaszać do udziału w programie na dwa sposoby:

- 1) bezpośrednio – poprzez wypełnienie formularza, dostępnego na stronie internetowej i przesłanie do Fundacji potwierdzenia zgłoszenia. Z oferty tej mogą skorzystać wszystkie szkoły uczestniczące w programie, które zwrócą się do firmy o potwierdzenie przyjęcia ucznia na dane stanowisko;
- 2) za pośrednictwem szkoły – poprzez zgłoszenie oferty do wybranej szkoły. W tym celu należy wypełnić *Karty zgłoszenia konsultanta-opiekuna ucznia* i przekazać je Szkolnemu Koordynatorowi *Dnia Przedsiębiorczości*. Wówczas rejestracji firmy w bazie danych programu dokonuje w imieniu firmy szkoła, automatycznie rezerwując oferowane przez firmę stanowiska dla swoich uczniów.

Punkt kulminacyjny programu stanowi praktyka. Uczeń towarzyszy swojemu wolontariuszowi konsultantowi przez 3–5 godzin dnia roboczego. W tym czasie zapoznaje się ze specyfiką stanowiska pracy, zakresem obowiązków, wykonuje proste zadania, pozyskuje informacje na temat predyspozycji, wymaganego wykształcenia, niezbędnych umiejętności itp. Wskazane jest, aby szkolny koordynator odwiedził swoich uczniów odbywających praktykę. Po *Dniu przedsiębiorczości* następuje jego ewaluacja: szkolny koordynator sporządza wraz z uczniami szczegółowe sprawozdanie z przebytej praktyki, przeprowadza lekcję podsumowującą udział uczniów w programie (z wykorzystaniem formularza analizy wyboru) oraz wysyła listy z podziękowaniami do firm.

Podsumowaniem programu jest uroczysta Gala Przedsiębiorczości organizowana przy współpracy Kancelarii Prezydenta RP. Od początku trwania programu Gala odbywa się w Pałacu Prezydenckim w Warszawie. Podczas uroczystości najaktywniejsze szkoły oraz firmy i instytucje uhonorowane zostają statuetkami i dyplomami. Nagrody otrzymują także uczniowie – laureaci konkursu na najlepszy fotoreportaż z *Dnia przedsiębiorczości*. Do tej pory honorowymi gośćmi Gali Przedsiębiorczości byli: Aleksander Kwaśniewski, Prezydent RP w latach 1995–2005 oraz Lech Kaczyński, obecny Prezydent RP.

Drugą inicjatywą Fundacji realizującą priorytety w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczych jest program *Młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo*, prowadzony w szkołach ponadgimnazjalnych wspólnie z Fundacją Edukacji Rynku Kapitałowego, pod patronatem Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie SA. Celem programu jest bezpośrednie i praktyczne przygotowanie młodzieży szkolnej do zakładania i prowadzenia własnego przedsiębiorstwa. Uczestnictwo w programie pomaga rozwijać umiejętności planowania, podejmowania decyzji, rozwiązywania konfliktów oraz uczy sprawnej i skutecznej komunikacji i pracy w grupie.

W ramach programu uczniowie zakładają firmy na terenie szkoły – realizują wszelkie działania związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa, czyli wybierają zarząd, gromadzą kapitał, szukają pomysłu na produkt, prowadzą badania marketingowe, organizują proces produkcji, promują swoje wyroby lub usługi, organizują proces sprzedaży, prowadzą dokumentację finansową przedsiębiorstwa (na wzór rzeczywistych firm).

Istotnym wsparciem przy prowadzeniu szkolnych miniprzedsiębiorstw są organizowane przez Fundację szkolenia i warsztaty dla nauczycieli i uczniów, m.in. szkolenie dla nauczycieli uczestniczących po raz pierwszy w programie, warsztaty *Zakładam miniprzedsiębiorstwo* dla uczniów i nauczycieli, warsztaty dla członków i opiekunów miniprzedsiębiorstw oraz warsztaty dla reprezentacji miniprzedsiębiorstw – finalistów konkursu – z zakresu marketingu wystawienniczego. Nauczyciele mają także możliwość ustawicznego korzystania z konsultacji merytorycznych i dydaktycznych ze strony koordynatora programu i trenerów Fundacji.

W celu sprawnej realizacji programu wszystkie szkoły zaopatrywane są przez Fundację w materiały niezbędne do jego prowadzenia. I tak, nauczyciele otrzymują płyty CD zawierające *Vademecum miniprzedsiębiorstwa* oraz przewodnik metodyczny, a uczniowie płyty CD z *Vademecum miniprzedsiębiorstwa* oraz teczki na dokumentację dotyczącą poszczególnych obszarów działalności miniprzedsiębiorstwa. Płyta CD zawiera użyteczne informacje odnośnie zasad funkcjonowania miniprzedsiębiorstwa oraz wiele ważnych treści związanych z prowadzeniem minifirmy. W *Vademecum* opisano też zasady dokumentowania działalności miniprzedsiębiorstwa oraz pokazano jak prawidłowo sporządzać i wypełniać wszelkie dokumenty i formularze.

Uczniowie uczestniczący w programie *Młodzieżowe Miniprzedsiębiorstwo* mają możliwość zdawania międzynarodowego egzaminu *Cambridge – Young Enterprise International Examination*, którego celem jest sprawdzenie i ocena praktycznych umiejętności i doświadczeń nabytych przez

nich podczas działalności w miniprzedsiębiorstwie. Miesiąc przed planowanym egzaminem, uczniom przekazywane jest studium przypadku (w języku polskim), stanowiące opis działalności jednego z miniprzedsiębiorstw działających na terenie Wielkiej Brytanii. W dniu egzaminu uczniowie otrzymują zestaw pytań dotyczących zarówno analizowanego studium przypadku, jak i własnych doświadczeń oraz problemów, które wystąpiły w uczniowskich miniprzedsiębiorstwach. Uczniowie, którzy uzyskają pozytywny wynik egzaminu, otrzymują stosowny certyfikat poświadczający ich udział w egzaminie oraz nabyte kompetencje.

Młodzież, która tworzyła szkolne miniprzedsiębiorstwa, może także wziąć udział w Ogólnopolskim Konkursie na Najlepsze Młodzieżowe Miniprzedsiębiorstwo PRODUKCIK. W finale ocenie jury podlega: raport z działalności miniprzedsiębiorstwa, prezentacja miniprzedsiębiorstwa, aranżacja i estetyka stoiska oraz sam produkt. Zwycięzca Ogólnopolskiego Finału otrzymuje nagrodę Grand Prix oraz reprezentuje Polskę w Konkursie Europejskim *European Company of the Year Competition*, podczas którego młodzież z około 30 europejskich krajów współzawodniczy w prezentacji swoich minifirm.

Podsumowanie

Przedsiębiorczość, uznana za podstawową cechę w krajach Unii Europejskiej oraz przez instytucje europejskie, stopniowo nabywa coraz większego znaczenia także w polskim systemie edukacyjnym, m.in. ujęto ją w podstawie programowej przedmiotów obowiązkowych w szkolnictwie ponadgimnazjalnym. Ważne jest jednak, by prowadzenie procesu kształcenia w zakresie przedsiębiorczości nie ograniczało się do przekazu czy odtwarzania teoretycznej wiedzy ekonomicznej, lecz wiązało się z formowaniem umiejętności praktycznego działania, rozbudzaniem inicjatywy i kreatywności oraz kształtowaniem postaw przedsiębiorczości, zaangażowania i odpowiedzialności.

Abstract

The following paper presents the way entrepreneurship is perceived in the major and current European Union's policy documents: as a key competence crucial and indispensable in the lifelong learning process and in the participation in the knowledge-based economy and society. The text depicts two selected initiatives undertaken by the Junior Achievement Foundation in Poland aimed at implementation of the above-mentioned European priorities and shaping entrepreneurial skills, promoting sense of initiative and creativity among youth as well as preparing young people to the changing labour market needs.

Nota o Autorce

Autorka jest dyrektorem ds. programowych w Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości. W latach ubiegłych zatrudniona była na stanowisku Naczelnika Wydziału w Departamencie Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego Ministerstwa Edukacji Narodowej, gdzie zajmowała się kwestiami kształcenia zawodowego i jego powiązań z rynkiem pracy, edukacji dla przedsiębiorczości i doradztwa edukacyjno-zawodowego. Jest również uczestnikiem zaocznych studiów doktoranckich w Kolegium Ekonomiczno-Społecznym Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, a jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół decentralizacji zadań publicznych, ze szczególnym uwzględnieniem transformacji systemu oświaty.



Propozycja programu edukacyjnego *Moja własna firma* dla uczniów szkół średnich

W opracowaniu została przedstawiona propozycja programu dydaktycznego w ramach edukacji przedsiębiorczości uczniów w szkołach średnich. Tematyka programu ma na celu zrozumienie mechanizmów rynkowych, sposobu zakładania własnej firmy oraz metod opracowywania biznesplanu. Odbiorcami programu są uczniowie w wieku 16–20 lat, którzy zechcą w przyszłości założyć własną działalność gospodarczą bez wcześniejszego ukończenia studiów wyższych w uczelniach ekonomicznych.

Nieodłącznym elementem życia ludzkiego jest proces przekazywania wiedzy, który od tysięcy lat miał na celu doskonalenie życia społeczności oraz jednostki. Nośnikiem wiedzy począwszy od czasów pierwszych cywilizacji była informacja, skupiająca w sobie przekaz odpowiadający na pytania: co, jak, kiedy, kto, gdzie i dlaczego należało robić, by doskonalić procesy zachodzące w otoczeniu człowieka oraz w nim samym.

W związku z burzliwie zmieniającym się rynkiem pracy, w tym z upowszechnieniem się telepracy i zwiększaniem się elastyczności zatrudnienia, należy spodziewać się, iż obecny maturzysta wiele razy zmieni w przyszłości sposób zarabiania na życie. Nawet jeśli planuje karierę zawodową w dużych międzynarodowych koncernach, niewykluczone jest, iż w pewnym momencie drogi zawodowej będzie zmuszony lub zechce założyć własną działalność gospodarczą. Taka zewnętrzna presja w celu podnoszenia indywidualnej przedsiębiorczości wymaga odpowiedzi ze strony systemu kształcenia osób w wieku 16–20 lat. W tym wieku bowiem formują się postawy i zachowania, które w późniejszym życiu wpływają na funkcjonowanie na rynku pracy. W niniejszym opracowaniu zaprezentowano propozycję programu edukacyjnego *Moja własna firma* dla uczniów szkół średnich.

Adama Nowaka pomysł na biznes

Ktoś, kto myśli o własnej firmie, musi rozważyć, czy działać samodzielnie, czy w spółce; co, za ile i komu sprzedawać oraz jakie zyski przyniesie ta działalność. Pozwala to ocenić, czy nie straci się zainwestowanych pieniędzy i cennego czasu.

Adam Nowak to statystyczny uczeń szkoły średniej. Mimo młodego wieku, ma już pomysł na biznes. Marzy mu się sklep internetowy albo pracownia informatyczna. Bez ukończonych studiów na kierunku ekonomicznym będzie jednak głowić się, jaką formę działalności gospodar-

czej wybrać – działać samodzielnie, a może ze swoim sąsiadem – jak reklamować swoje usługi i produkty wśród klientów, gdzie szukać dostawców. Poza tym nie będzie potrafił stwierdzić, czy zdoła stawić czoła konkurencji oraz nie będzie widział, na jakiej podstawie oszacować, że biznes przyniesie zyski, a zainwestowane oszczędności kiedyś się zwrócą.

Aby Adam Nowak łatwiej mógł znaleźć odpowiedzi na te pytania, powinien już w ramach programu szkoły średniej wynieść podstawowe wiadomości dotyczące sporządzania biznesplanów. Biznesplan oprócz zebrania wszystkich ważnych informacji i danych do podjęcia decyzji dotyczących otwarcia firmy, pozwoli również na prezentację swojego pomysłu na biznes potencjalnym inwestorom. Dlatego biznesplan sporządzony przez Adama Nowaka powinien zawierać szereg elementów objętych programem nauczania w szkole średniej. Obszary tematyczne dotyczące tego zagadnienia można podzielić na 9 obszarów:

- a) formalne dane o zakładanej firmie, czyli:
 - formy prawne prowadzonej działalności gospodarczej,
 - elementy prawa cywilnego,
 - droga formalna niezbędna do założenia działalności lub spółki,
 - określenie kwalifikacji (umiejętności i wykształcenia) do prowadzenia planowanej firmy,
 - sposoby wykorzystania środków pomocowych Unii Europejskiej do rozwijania przedsiębiorczości indywidualnej;
- b) powód, dla którego Nowak chce zakładać firmę, a więc:
 - sposób określenia misji firmy,
 - sposób ustalania celów krótko i długookresowych,
 - analizę własnego potencjału przedsiębiorczości,
 - zasady zarządzania własną karierą;
- c) plan marketingowy, w którym zawierają się informacje wynikające z:
 - posługiwania się narzędziami marketingu-mix,
 - badania potrzeb klientów i trendów na rynku,
 - budowania sieci dystrybucji w oparciu o istniejące sieci handlowe,
 - sposobów budowania wizerunku firmy wśród klientów,
 - budowania wizerunku marki oraz pozycjonowania marki;
- d) opis sytuacji na rynku, na którym firma ma działać, czyli:
 - analiza otoczenia dalszego firmy (mody, technologii, sytuacji demograficznej),
 - analiza otoczenia bliższego firmy (konkurenci, nabywcy, dostawcy i substytuty);
- e) jeśli Nowak będzie miał pracowników lub wspólników, to również organizację firmy, np.:
 - określenie struktury organizacyjnej firmy,
 - sporządzenie opisu stanowisk pracy,
 - przyjęcie formy zatrudnienia pracowników (w oparciu o umowę o pracę lub umowy cywilnoprawne),
 - obliczanie wynagrodzeń zatrudnionych pracowników,
 - opracowanie systemu motywacji finansowej;
- f) plan finansowy przedsięwzięcia przynajmniej na najbliższy rok, zawierający:
 - źródło finansowania do czasu, kiedy firma zacznie przynosić zyski,
 - wielkość przychodów, czyli to, jak Adam Nowak może zarobić prowadząc swoją firmę,

- sposoby szacowania przychodów w czasie,
 - sposoby obliczania kosztów wynikających z zakupów materiałów i urządzeń, wynagrodzeń, wynajmu pomieszczeń, rozmów telefonicznych itd.,
 - najważniejsze wskaźniki ekonomiczne, pokazujące, czy i kiedy Adamowi Nowakowi zwróci się zainwestowany kapitał i czy firma będzie się rozwijać;
- g) umiejętności menedżerskie, czyli:
- metody planowania przedsięwzięć złożonych (metoda Gantta i metoda ścieżki krytycznej),
 - podejmowanie decyzji,
 - techniki twórczego myślenia,
 - zarządzanie czasem,
 - zarządzanie projektem,
 - prowadzenie zebrań,
 - sposoby motywowania pozafinansowego,
 - budowanie zespołu.

Metodyka nauczania programu *Moja własna firma*

W procesie przekazywania wiedzy można wyodrębnić cztery główne etapy, sprowadzające wiedzę nie tylko do posiadanych przez jednostkę informacji, ale także do umiejętności ich wykorzystania oraz nabytych postaw i wyuczonych zachowań. Jego znaczenie jest szczególnie ważne w procesie kształcenia osób w wieku 16–20 lat. Ze względu na brak dotychczasowych doświadczeń dotyczących przedmiotu wiedzy oraz brak nawyków i wyuczonych zachowań stanowią one bardzo specyficzną grupę uczących się zakładania i prowadzenia własnej firmy. Młody wiek odbiorców jest atutem w kształtowaniu prawidłowego – rynkowego, a jednocześnie etycznego – podejścia do biznesu.

Pierwszy etap przekazywania wiedzy określa się jako nieświadomą niekompetencję, która definiuje posiadaną wiedzę, a raczej jeszcze jej brak, za pomocą dwóch elementów: potencjalny uczący się nie tylko nic nie wie na dany temat, ale również nie zdaje sobie sprawy ze swojej niewiedzy. Drugim etapem jest świadoma niekompetencja. W trakcie jego trwania uczeń zdaje sobie sprawę z braków w posiadanej wiedzy, ale nadal nie posiada wystarczająco dużo informacji, aby je uzupełnić. Trzeci etap to etap świadomej kompetencji. Potencjalny uczący się zdążył pozyskać już wystarczającą wiedzę, ale aby zastosować ją w praktyce musi wykonywać świadomy wysiłek poparty wystarczającą motywacją, który jednak nie zawsze zakończony będzie sukcesem. Na tym etapie kończy się rola nauczania, a zaczyna rola uczenia się. Czwartym etapem edukacji, możliwym do osiągnięcia przy pełnym zaangażowaniu obu stron procesu przekazywania wiedzy, jest nieświadoma kompetencja. Nabyta wiedza staje się umiejętnością, serią nawyków, okazywanymi postawami oraz wyuczonymi zachowaniami, które pozwalają najpełniej wykorzystać informacje zdobyte na etapie trzecim w praktyce. Czwarty etap nazywa się również procesem uczenia się w przeciwności do procesu nauczania, mającego miejsce na etapie trzecim.

Jak twierdzą Joseph o'Connor i John Seymour w publikacji *NLP – szkolenie menedżerów i trenerów*, proces uczenia odnosi się również do wyznawanych wartości i przekonań, a w konsekwencji tworzy stany emocjonalne, niezbędne do efektywnego zdobywania nowej wiedzy

o praktycznym znaczeniu¹. Według modelu amerykańskiego trenera Roberta Diltsa, uczenie się może odbywać się na różnych poziomach²:

- pierwszym poziomem jest środowisko, dające bardzo ogólną wiedzę o otoczeniu człowieka i ludziach z nim związanych;
- drugim poziomem jest zachowanie, czyli podejmowane działania w praktyce;
- poziom trzeci to umiejętności i zdolności;
- czwartym poziomem uczenia jest kształtowanie przekonań i wartości;
- piątym budowanie tożsamości ucznia, czyli określenie poczucia własnej wartości i misji życiowej;
- ostatnim, najgłębszym poziomem pozyskiwania wiedzy jest stworzenie stabilnych punktów odniesienia, do których uczący może się odnosić duchowo.

Należy stwierdzić, że szeroko pojmowana edukacja szkolna koncentruje się na poziomie środowiskowym, zachowań oraz umiejętności i zdolności. Nierzadko zdarza się, że dostrzegany jest tylko poziom środowiskowy, a pozostałe pozostawione są wyłącznie uczącemu się. Dodatkowo, wiek wczesnoszkolny często pozostawia trzy główne bariery przeszkadzające w efektywnym uczeniu się:

- krytyczno-logiczną (*zawsze szkoła była nudna i trudna, więc pewnie nic się nie zmieniło*);
- intuicyjno-emocjonalną (*pewnie nie będę wiedział, o co chodzi*);
- krytyczno-moralną (*nie każdy może być orłem, więc po co się wychylać*).

W literaturze podkreśla się aspekt zrozumienia potrzeb potencjalnego uczącego się. Jeśli uda się wkroczyć do świata świadomych uczestników procesu nauczania, bariery mogą być szybko i łatwo pokonane.

Według Gordona Drydena oraz Jeannette Vos, ludzi można podzielić na co najmniej trzy grupy w zależności od preferowanego przez nich stylu uczenia się³:

- uczniów kinestetyczno-dotykowych, którzy najlepiej przyswajają sobie wiedzę, gdy są w coś zaangażowani, poruszają się, doświadczają na sobie lub eksperymentują;
- wzrokowców, którzy najlepiej uczą się, gdy widzą obraz tego, co mają przyswoić, niewielki odsetek w tej grupie stanowią osoby nastawione na słowo drukowane, które uczą się głównie przez czytanie;
- uczniowie preferujący styl słuchowy – oni wolą naukę poprzez dźwięk, w tym muzykę i mowę.

Techniką, która staje się coraz bardziej popularna wśród potencjalnych klientów firm szkoleniowych, szkolących osoby dorosłe (w tym współczesnych menedżerów), są gry i zabawy. Duże zainteresowanie tymi technikami wynika z uwarunkowań ludzkiego mózgu, który rozwija się w 50% do czwartego roku życia, w następnych 30% do 10 roku życia, a ostateczny rozwój kończy się w wieku około 18 lat. Tony Buzan, który promuje doskonalenie wiedzy i umiejętności za pomocą gier i zabaw zebrał następujące doświadczenia: *Po trzydziestu latach pytania ludzi, co kojarzy im się ze słowem nauka, okazało się, że można wyróżnić dziewięć takich podstawowych pojęć. Są to: nuda, egzaminy, zadanie domowe, strata czasu, kara, oderwanie od rzeczywistości,*

¹ J. O'Connor, J. Seymour, *NLP – Szkolenie menedżerów i trenerów*, GWP, Gdańsk 1999, s. 33.

² Tamże, s. 39.

³ G. Dryden, J. Vos, *Rewolucja w uczeniu*, Moderski i S-ka, Poznań 2000, s. 116.

zostawianie po lekcjach, nienawiść i strach. Kiedy jednak spyta się czterolatka, który chodzi do dobrego przedszkola, to powie, że świetnie się tam bawi.

Nic dziwnego, że obecnie większość specjalistów szkoleniowych oraz pedagogów podkreśla potrzebę przywrócenia w procesie ucznia się i radosnego pocucia zabawy, które towarzyszyły zdobywaniu wiedzy we wczesnym dzieciństwie.

Wydaje się, że takie podejście również w przypadku uczniów w wieku 16–20 lat może przynieść doskonałe efekty. Obecne możliwości techniczne pozwalają przenieść funkcjonowanie firmy w wirtualną rzeczywistość, a sytuacje biznesowe rozgrywać z różnych miejsc, gdzie dostępne jest łącze internetowe oraz o różnym czasie. Zastosowanie symulacji komputerowych pozwoliłoby podnieść efektywność procesu nauczania zasad tworzenia i prowadzenia własnej firmy.

Podsumowanie

W niniejszym opracowaniu zaprezentowano propozycję programu nauczania, opartego o budowę biznesplanu przedsięwzięcia. Jednak takie podejście nie powinno być niezmiennym planem, który określa działania w pewnym momencie zupełnie nieprzydatne. Szczegółowa wartość merytoryczna powinna być każdorazowo ustalana w oparciu o możliwości dydaktyczne placówki oświatowej, a także modyfikowana z punktu widzenia profilu szkoły średniej.

Bibliografia

G. Dryden, J. Vos, *Rewolucja w uczeniu*, Moderski i S-ka, Poznań 2000.

J. O'Connor, J. Seymour, *NLP – Szkolenie menedżerów i trenerów*, GWP, Gdańsk 1999.

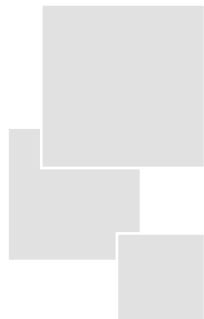
Abstract

The paper presents a proposal of teaching program in the field of entrepreneurship education prepared for pupils in secondary schools. The program is aimed at understanding market economy, ways of setting up a company and methods of creating a business plan. Pupils at the age of 16 to 20 who want to set up their own company in the future without completing studies at universities of economics are the target group for the program.

Nota o Autorze

Autor jest pracownikiem naukowym Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Jest również trenerem i konsultantem w firmie Training Partners Sp. z o.o. Przez 5 lat pracował w portalu rekrutacyjnym pracuj.pl, zdobył doświadczenie w Ford Motor Company w Kolonii. Zarządzał kilkoma ogólnopolskimi projektami dla studentów różnych uczelni. W pracy naukowej i szkoleniowej zajmuje się umiejętnościami menedżerskimi oraz konkurencyjnością przedsiębiorstw. Jest autorem informatycznego narzędzia 4P Projekt do określania konkurencyjności firmy (www.konkurencyjnosc.ae.katowice.pl).

Część IV



Kształtowanie postaw przedsiębiorczych

Wprowadzenie

Od wielu lat trwa dyskusja, czy przedsiębiorczość jest cechą wrodzoną, czy też jest to cecha nabyta. Obecnie przeważa jednak pogląd, że człowiek nie rodzi się przedsiębiorczy. Zdobywa odpowiednie umiejętności dzięki swojej postawie, ale także dzięki kontaktom z innymi ludźmi. Inne osoby mogą zachęcać do zachowywania się w sposób przedsiębiorczy oraz pomagać w pozyskaniu odpowiedniej wiedzy, kształtowaniu umiejętności. Kształtowanie postaw przedsiębiorczych jest zadaniem trudnym i złożonym. Wymaga wielu wysiłków ze strony osoby, która chce być przedsiębiorczą oraz innych osób, które mają na nią wpływ. Niemniej jednak postawę przedsiębiorczą można ukształtować. Trzeba tylko chcieć i wiedzieć, jak to robić.

Autorzy opracowań zawartych w tym rozdziale odpowiadają na pytanie: w jaki sposób należy kształtować postawy przedsiębiorcze? Starają się w sposób dogłębny przeanalizować to zagadnienie, zwracając uwagę na jego wielowątkowość. Oprócz rozważań czysto teoretycznych przedstawiają również praktyczne wskazówki pomocne w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych. Zwracają uwagę, że należy je formować od jak najmłodszych lat. Zaznaczają również, że możliwe jest to również w dorosłym życiu. Chociaż jest to o wiele trudniejsze.

Aby odpowiedzieć na powyższe pytanie, należy na początku zastanowić się nad cechami osoby przedsiębiorczej. Osoba przedsiębiorcza, zdaniem Jacka Strojnego, to taka, która ma dużą potrzebę osiągnięcia sukcesów, charakteryzuje się wewnątrzsterownością oraz posiada duże zdolności intelektualne. Autor ponadto zauważa, że postawa przedsiębiorcza powstaje na gruncie kultury narodowej, która może wzmacniać lub ograniczać zachowania przedsiębiorcze. Według jego opinii kształtowanie postaw przedsiębiorczych łatwiej przebiega w przypadku osób młodych, jednak jest możliwe również przez całe życie. Cechy osoby przedsiębiorczej wymienia również w swoim opracowaniu Letycja Sołoducho-Pelc. Zwraca uwagę, że osoba przedsiębiorcza to osoba o silnym charakterze, samodyscyplinująca się, innowacyjna i zdolna do ponoszenia ryzyka. Zatem można stwierdzić, że osoba przedsiębiorcza powinna posiadać wiedzę, określone umiejętności i cechy osobowościowe, które pozwalają jej na poszukiwanie okazji i przekształcanie ich w sukces.

Nie ma możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych bez odpowiedniej edukacji ekonomicznej. Na ten problem w swoim opracowaniu zwracają uwagę Ewa Cierniak-Szóstak i Anna Karwińska. Twierdzą, że obecnie istotnym zadaniem jest podniesienie jakości kształcenia i dostosowanie go do zwiększających się wymagań. Należy większy nacisk położyć na kształtowanie umiejętności związanych z zachowaniami przedsiębiorczymi. Wyposażenie młodego człowieka w samą wiedzę jest dziś niewystarczające.

Postawa przedsiębiorcza powinna mieć odzwierciedlenie w cechach osobowościowych. Bez rozwoju osobistego nie można skutecznie kształtować postawy przedsiębiorczej. Henryk Bieniok w swoim opracowaniu zwraca uwagę na przedsiębiorczość osobistą i charakteryzuje główne

czynniki, które ją kształtują. Zalicza do nich geny, inteligencję ogólną, inteligencję emocjonalną, wiedzę i wykształcenie oraz motywację. Nie mniej istotną kwestią jest system wychowawczy oraz środowisko, w którym wyrasta młody człowiek. Zwraca uwagę na ważną zasadę *Obowiązki plus*, oznaczającą, że sukces życiowy osiągają tylko ci, którzy zwykle przekraczają swoje obowiązki oraz dają z siebie o wiele więcej, niż wynika to z ich powinności i oczekiwań innych osób.

Krzysztof Pawłowski w swoim opracowaniu na temat formowania postaw przedsiębiorczych w systemie kształcenia zwraca także uwagę na konieczność kształtowania praktycznych umiejętności związanych z przedsiębiorczością. Autor stwierdza, że postawa przedsiębiorcza jest przydatna we wszystkich zawodach. Postaw przedsiębiorczych nie można kształtować tylko w salach dydaktycznych, ale także w praktycznej działalności, na przykład w organizacjach studenckich.

Negatywne stanowisko Krzysztofa Pawłowskiego dotyczące sposobu kształtowania postaw przedsiębiorczych u młodzieży potwierdzają wyniki badań zaprezentowane w opracowaniu Pauli Pestki. Zdaniem studentów objętych badaniem, przekazywana wiedza ma małe zastosowanie praktyczne oraz jest zbyt mało zajęć kształtujących umiejętności przedsiębiorcze. Z przeprowadzonych badań wynika również, że studenci, którzy rozpoczęli już swoją działalność, są bardziej pozytywnie nastawieni do otoczenia, natomiast ci, którzy nie prowadzą działalności, są bierni.

Mirosława Pluta-Olearnik w swoim opracowaniu również podkreśla praktyczny aspekt kształtowania postaw przedsiębiorczych poprzez udział studentów w organizacjach gospodarczych. Niestety, przeprowadzone przez autorkę badania wykazały niedostateczną współpracę takich organizacji z wyższymi uczelniami. Organizacje gospodarcze są w niewielkim stopniu zainteresowane taką współpracą. Jednakże należy dołożyć wszelkich starań, żeby taką współpracę rozwinąć. Studenci w czasie studiów, powinni mieć kontakt z praktyką gospodarczą, co ułatwi im ukształtowanie postaw przedsiębiorczych.

Również Marcin Polak zwrócił uwagę na praktyczne metody kształtowania postaw przedsiębiorczych. Scharakteryzował jedną z najnowocześniejszych metod, jaką jest Edutainment, czyli połączenie edukacji z rozrywką. Autor w swoim opracowaniu zaprezentował wykorzystanie Edutainmentu w edukacji ekonomicznej proponowanej przez Narodowy Bank Polski. Metoda ta powinna być stosowana na większą skalę w polskiej edukacji z zakresu przedsiębiorczości. Przekazywana w ten sposób wiedza oraz kształtowanie umiejętności są lepiej przyswajalne przez społeczeństwo.

Interesujące wyniki badań na temat czynników wpływających na kształtowanie przedsiębiorczości w kontekście badań Global Entrepreneurship Monitor przedstawili Mariusz Bratnicki, Przemysław Zbierowski oraz Rafał Kozłowski. Jak wynika z badań, Polska, pomimo że jest najbardziej przedsiębiorczym krajem Unii Europejskiej, posiada dość niekorzystny stosunek przedsiębiorczości opartej na szansie do przedsiębiorczości wynikającej z konieczności. Z konieczności zakładanych jest ponad 35% firm, co odbiega znacząco od innych krajów europejskich (np. w Danii tylko ok. 10%).

Jeszcze inny sposób kształtowania postaw przedsiębiorczych prezentuje w swoim opracowaniu Edyta Anna Kowalczyk. Zaleca ona przede wszystkim większe zastosowanie narzędzi public relations. Zdaniem autorki, promowanie najlepszych przedsiębiorczych praktyk poprzez pokazywanie tych przedsięwzięć, które odniosły sukces, może wzmocnić postawy przedsiębiorcze społeczeństwa.

Na podstawie zaprezentowanych opracowań należy jednoznacznie stwierdzić, że można kształtować postawy przedsiębiorcze. Jednak warunkiem koniecznym do skutecznego ich kształtowania jest zmiana systemu edukacji, który powinien być w większym stopniu nastawiony na praktyczne wykorzystanie przekazywanej wiedzy oraz na rozbudzanie ducha przedsiębiorczości wśród młodych osób.

Kształtowanie postawy przedsiębiorczej – procesy socjalizacji i autokreacji

Opracowanie stanowi próbę uporządkowania wiedzy dotyczącej procesu kształtowania się postawy przedsiębiorczej. Zwrócono uwagę na proces socjalizacji, w ramach którego grupy odniesienia wpływają na kształtowanie się osobowości człowieka. Proces socjalizacji ma szczególne znaczenie w początkowej fazie rozwoju człowieka. Dorosła osoba również podlega socjalizacji, lecz dodatkowo należy uwzględnić proces autokreacji. Oba mechanizmy oddziałują wzajemnie na siebie, wpływając w konsekwencji na ukształtowanie się postawy przedsiębiorczej.

Przystępując do omówienia zagadnień związanych z socjalizacją i autokreacją przedsiębiorczości, należy wpięrow ustalić, w jaki sposób definiować osobę charakteryzującą się postawą przedsiębiorczą. W literaturze pojawia się bardzo licznie pojęcie przedsiębiorcy, które definiowane jest w różnorodny sposób. Przegląd literatury skłania autora do zaproponowania definicji, według której przedsiębiorcą jest osoba, która w postaci przedsięwzięć gospodarczych realizuje trwałą kompetencję do dynamicznego reagowania na zjawiska pojawiające się w otoczeniu, uzyskując efekt w postaci przejścia na wyższy poziom rozwoju¹. Ujawnienie się owych kompetencji w sferze innej niż gospodarcza pozwala na określenie danej osoby mianem przedsiębiorczej. Pojęcie przedsiębiorcy powinno dotyczyć wyłącznie tych osób, które są właścicielami firmy i jednocześnie są osobami przedsiębiorczymi. Należy przyjąć, że tylko część osób prowadzących działalność gospodarczą charakteryzuje się postawą przedsiębiorczą. Pozostałych należy definiować jako właścicieli firmy, nie wykazując bowiem kompetencji przyjętych jako pewnego rodzaju wyróżnik przedsiębiorczości.

Rysunek 1. Granice pojęcia „przedsiębiorca” oraz pojęć pokrewnych



Źródło: J. Strojny, dz. cyt., s. 99

¹ J. Strojny, *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy*, (maszynopis pracy doktorskiej), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006, s. 99.

W niniejszym opracowaniu autor pozostaje w ramach zarysowanego na rysunku 1 obszaru przedsiębiorczości (pojęcia: przedsiębiorcy i osoby przedsiębiorczej). Przyjąć należy, że oba pojęcia odnoszą się do pewnego rodzaju, specyficznych ról społecznych. Człowiek jednocześnie odgrywa wiele takich ról, ujawniających się w różnych relacjach społecznych² oraz zmieniających się w czasie. Rola społeczna to zachowanie, jakiego inni oczekują od osoby zajmującej określoną pozycję³. Obejmuje ona nie tylko obowiązki i oczekiwany sposób zachowania, ale także prawa, stanowiące system względnie stabilny i wewnętrznie spójny⁴.

W kształtowaniu się roli należy brać pod uwagę nie tyle oddziaływanie całego społeczeństwa, co tzw. grup odniesienia, czyli takich, z którymi osoba ma związek konieczny, ze względu na swoją pozycję społeczną⁵. Grupa odniesienia może definiować oczekiwania, normy i sankcje, składające się na rolę przypisaną do danej pozycji. W przypadku osób przedsiębiorczych dość mocno ujawnia się zjawisko kreacji roli, czyli określania jej parametrów przez jednostkę. Rola kształtowana jest więc przez czynniki kulturowe oraz przez jednostkę⁶. Jest to możliwe dlatego, że na całokształt roli, składa się zarówno treść formalna (określona społecznie i egzekwowana), jak i pozostałe elementy, o charakterze zindywidualizowanym. Zatem ostateczny sposób realizacji roli, uzależniony jest od konkretnego człowieka. J.M. George i G.R. Jones, mówią o dwóch formach kształtowania roli: 1) *role-making* oraz 2) *role-taking*⁷. W pierwszym przypadku, jest to przyjmowanie tych zachowań czy uprawnień, które nie są przypisane do roli, ale wynikają np. z osobowości danego człowieka. W drugim przypadku, autorzy mają na myśli podejmowanie zachowań oczekiwanych społecznie. Człowiek przedsiębiorczy ma zdecydowanie większe możliwości kreowania realizowanych przez siebie ról. Dzieje się tak dlatego, że postawa przedsiębiorcza budowana jest w oparciu o specyficzne wymiary osobowości, dające szanse na odniesienie sukcesu we współczesnym świecie. Na podstawie badań zweryfikowano, że na osobowość przedsiębiorczą składają się:

- 1) potrzeby sukcesu,
- 2) wewnątrzsterowność,
- 3) duże zdolności intelektualne⁸.

Osoba posiadająca tego typu cechy dąży do kształtowania sytuacji, jest odporna na oddziaływanie innych osób oraz potrafi poradzić sobie ze złożonymi problemami, dzięki inteligencji, kreatywności i uczeniu się. Te przejawy osobowości przedsiębiorczej widoczne są podczas codziennej aktywności zawodowej (i poza nią), składając się łącznie na tzw. postawę przedsiębiorczą.

Proces formowania się osobowości przedsiębiorczej jest procesem złożonym i dynamicznym. Wiadomym jest, że funkcjonowanie w ramach społeczności wymaga od jednostki podporządkowania się interesom całości. Każdy nowy członek społeczeństwa kształtowany jest w ten sposób, aby przyswoił sobie normy regulujące działanie. Społeczeństwo oddziałuje na

² R.K. Merton, *Zestawy ról, zestawy statusów społecznych i sekwencje statusów społecznych w czasie*, [w:] P. Sztompka, M. Kucia (red.), *Socjologia. Lektury*, Wydawnictwo Zak, Kraków 2005, s. 142.

³ N. Sillamy, *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Książnica, Katowice 1998, s. 253.

⁴ J. Szczepański, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa 1970, s. 131, [za:] M. Pacholski, A. Słaboń, *Słownik pojęć socjologicznych*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 1997, s. 153.

⁵ R. Dahrendorf, *Grupy odniesienia i przypisywanie ról*, [w:] P. Sztompka, M. Kucia (red.), *Socjologia...*, dz. cyt., s. 539.

⁶ E. Karpowicz, *Menedżerowie w nowych rolach*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 2, s. 10.

⁷ J.M. George, G.R. Jones, *Understanding and Managing Organizational Behavior*, Addison-Wesley Pub. Comp., Nowy Jork 1996, s. 312.

⁸ Szerzej o badaniach weryfikujących istnienie wymiarów przedsiębiorczości w: J. Strojny, *Wielowymiarowość...*, dz. cyt., s. 141 i nast.

jednostki poprzez kulturę, czyli zbiór zachowań ludzkich, które mieszczą się w obrębie wzorców społecznych oraz zbiór efektów tych zachowań⁹. Podobną definicję podaje R. Linton, używając również terminów „zachowanie” oraz „efekty zachowań”¹⁰. Można więc mówić o trzech wymiarach kultury, którymi są:

- 1) zachowania jawne (aspekt kinetyczny – działanie),
- 2) zachowania ukryte (aspekt psychologiczny – postawy i wartości),
- 3) aspekt materialny (rezultaty działania).

W efekcie w wymiarze jawnym tworzy się wzorec kulturowy, czyli pewien zakres zachowań, stanowiących akceptowaną społecznie reakcję na daną sytuację. W wymiarze psychologicznym zaś powstaje osobowość podstawowa, czyli *jądro postaw i uczuć wspólnych wszystkim członkom jakiegoś społeczeństwa*¹¹. Jest to osobowość modalna, tj. taka, która występuje najczęściej w danej zbiorowości¹².

Kultura jest na początku rozwoju narzucana człowiekowi. W ten sposób staje się ona częścią jego własnej tożsamości, stając się podstawą dalszego rozwoju, w którym coraz większą rolę odgrywa sama jednostka i wewnętrzne procesy myślowe¹³. Można zatem mówić o dwóch poziomach kształtowania rozwoju osobowości przez kulturę. Jest to oddziaływanie bezpośrednie, pojawiające się w postaci kształtowania odpowiednich zachowań, akceptowanych z punktu widzenia społeczeństwa. Drugi typ wpływów ma charakter pośredni. Odbywa się bowiem za pomocą procesu percepcji pewnych wzorców. Tutaj jednak jednostka występuje jako podmiot aktywny, świadomie decydując, jakie elementy przyswoić. W pewnym stopniu proces ten jest kształtowany przez właściwości jednostki (np. jej intelekt, zdolności), w pewnym zaś przez podstawę kulturową nabytą we wczesnych fazach rozwoju¹⁴.

Mechanizm oddziaływania kultury na jednostkę, poprzez socjalizację, którą należy rozumieć jako *proces przyswajania przez jednostkę wiedzy, umiejętności i dyspozycji, czyniący ją zdolną do życia w społeczeństwie. Oddziaływania ze strony środowiska zmierzają do przekazania jednostce wzorów zachowań, norm, wartości oraz zdolności do samodzielnego utrzymywania się i wykonywania określonych ról społecznych*¹⁵. Dzięki temu procesowi, człowiek może przystosować się do funkcjonowania w obszarze określonej kultury¹⁶. Socjalizacja jest więc aktywnym i zindywidualizowanym¹⁷ *procesem rozwijania przez jednostkę zdolności do świadomej adaptacji*¹⁸, który trwa przez całe życie¹⁹. W okresie dzieciństwa występuje socjalizacja pierwotna, zaś po osiągnięciu pewnej dojrzałości osobistej – socjalizacja wtórna²⁰. Oczywiście granice między tymi dwoma etapami nie są ostre. Okres pierwszych kilku lat życia jest niesłychanie ważny – tworzą się bowiem w ramach osobowości generalne systemy wartości i postaw. Dziecko nie dysponu-

⁹ A. Kłosowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, PWN, Warszawa 1980, [za:] M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 89.

¹⁰ R. Linton, *Kulturowe podstawy osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 47–53.

¹¹ N. Sillamy, dz. cyt., s. 193.

¹² E. Nowicka, *Świat człowieka – świat kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 101.

¹³ B. Bjerke, *Kultura a style przywództwa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s. 34.

¹⁴ R. Linton, dz. cyt., s. 167.

¹⁵ M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 162.

¹⁶ G. Hofstede, *Kultury i organizacje*, PWE, Warszawa 2000, s. 377.

¹⁷ Ł. Sułkowski, *Czy kultury organizacyjne zmierzają do unifikacji?*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3–4, s. 12.

¹⁸ J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 572.

¹⁹ A.S. Reber, *Słownik psychologii*, Scholar, Warszawa 2000, s. 685.

²⁰ M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 163.

je jeszcze na tyle rozwiniętymi zdolnościami poznawczymi, aby samodzielnie interpretować, oceniać i dobrać czynniki, modyfikujące osobowość²¹. W opinii niektórych psychologów zauważa się przekonanie, iż osobowość kształtuje się przed osiągnięciem 21 roku życia²². Z całą pewnością istnieją już wtedy trwałe systemy wartości, a człowiek ma rozbudowane zdolności poznawcze i wnioskowania. Jednak w dalszym ciągu podlega wpływom otoczenia, które ewolucyjnie, a w wyniku traumatycznych zdarzeń nawet rewolucyjnie, mogą powodować zmiany osobowości. Jean Piaget mówi o nabywaniu pewnych schematów, które pozwalają człowiekowi na zrozumienie otaczającego świata, a wynikają z doświadczenia i wiedzy nabytych w trakcie rozwoju²³. Zwraca się tutaj uwagę na rolę superego, które spełnia rolę wewnętrznej instytucji nagradzająco-karzącej²⁴. Powstaje w ten sposób mechanizm autodyscyplinujący, który pozwala utrzymać zachowania zgodne z przyjętym wzorcem kulturowym.

Prócz autodyscypliny jednostka dyscyplinowana jest również przez oddziaływanie norm społecznych. Jest to pewnego rodzaju dyrektywa, wskazująca, jak członek społeczności powinien się zachować²⁵. Normy wyrażają *praktyczne sposoby realizacji przyjętych wartości określają np., co wolno, a czego nie wolno robić, czego należy unikać, do czego dążyć*²⁶. Społeczeństwo posiada także odpowiedni system nagród i kar (system wzmocnień), które zwiększają skuteczność oddziaływania na jednostkę²⁷. Według teorii wzmocnienia, proces uczenia się wspomagany jest właśnie przez bodźce, które mają charakter wzmocnień pozytywnych bądź negatywnych (albo inaczej nagród i kar). W związku z tym, wzmocnieniem można nazwać wszystko, co skłania do podjęcia bądź zaniechania danego działania²⁸. Człowiek zachowuje się więc w taki sposób (przyswaja i powiela zachowania), aby uzyskać nagrodę i unikać kary. Ważnym zatem elementem całego systemu, są oczekiwania. Wiążą się one z oceną prawdopodobieństwa, że wystąpi wzmocnienie, jeśli pojawi się określone zachowanie²⁹. Znaczenie ma także wartość wzmocnienia. Powoduje ona, że człowiek zwraca uwagę, jakie wzmocnienia są dostępne w otoczeniu i wybiera takie zachowanie, które pociąga za sobą wzmocnienie o wartości relatywnie największej.

Mechanizm wzmocnień nie jest jednak jedynym. Naukowcy dostrzegają rolę obserwacji i naśladowania. Mają one duże znaczenie w przypadku przyswajania wartości społecznych. Ujawniają się jednak również, jako wzorce do naśladowania. Waldemar Domachowski, słusznie zauważa, że nie wszyscy z otoczenia społecznego stają się modelami, które dana jednostka gotowa jest naśladować. Oczywiście, poziom świadomości w tym zakresie wzrasta w miarę rozwoju osobowego człowieka. W każdym razie, naśladuje się te osoby, które są pożądane jako źródło aprobaty³⁰.

²¹ K. Kálin, P. Müri, *Kierować sobą i innymi: psychologia dla kadry kierowniczej*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998, s. 75.

²² M. Holstein-Beck, *Być albo nie być menedżerem*, Infor, Warszawa 1997, s. 123.

²³ Ch.R. Lévy, *W jaki sposób nabywamy pojęcia i wartości ekonomiczne*, [w:] T. Tyszka (red.), *Psychologia ekonomiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004, s. 284-285.

²⁴ C.S. Hall, G. Lindzey, *Teorie osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 220.

²⁵ M. Pacholski, A. Słaboń, dz. cyt., s. 113.

²⁶ J. Szaban, *Miękkie zarządzanie. Ze współczesnych problemów zarządzania ludźmi*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003, s. 3.

²⁷ A.S. Reber, dz. cyt., s. 330.

²⁸ W. Domachowski, dz. cyt., s. 75.

²⁹ B. Szmigielska, *Społeczno-uczeniowa teoria osobowości Juliana B. Rottera*, [w:] A. Gałdowa (red.), *Współczesne koncepcje osobowości*, UJ, Kraków 1995, s. 15.

³⁰ W. Domachowski, *Przewodnik po psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 77.

Aby możliwy był wpływ czynnika socjalizacyjnego na osobowość człowieka, musi pojawić się zjawisko percepcji. Percepcja jest procesem, który pozwala zbudować obraz świata zewnętrznego (świadomość ekstraspekcyjna), a także obraz siebie (świadomość introspekcyjna)³¹. Składa się ona z procesów, pozwalających na odbiór i interpretację informacji z zewnątrz³². Można opisowo stwierdzić, że polega na formułowaniu hipotez i ich weryfikowaniu w oparciu o pozyskiwane informacje³³. Procesy poznawcze, leżące u podstaw percepcji, występują pod dwiema podstawowymi postaciami. Są to mianowicie wrażenia i spostrzeżenia³⁴. Wrażenie pojawia się w wyniku oddziaływania elementarnych bodźców na pojedyncze receptory, natomiast spostrzeżenia mają formę znacznie bardziej złożoną i wynikają z oddziaływania złożonych bodźców na różne narządy zmysłów. Człowiek nie przyswaja jednak wszystkich informacji wynikających z otoczenia. Zachodzi natomiast zjawisko percepcji selektywnej, która ma charakter intencjonalny, tzn. kierunkowana jest przez danego człowieka³⁵. Widoczna jest nawet pewnego rodzaju organizacja percepcji, która bazuje na systemach wyobrażeń, pojęć i wartości i kształtuje sposób interpretacji otoczenia³⁶. Czesław Sikorski mówi nawet o istnieniu kulturowo zdeterminowanych i subiektywnych wzorów percepcji, które powodują, że człowiek ma skłonność do odbierania rzeczywistości zgodnie z przyjętym wzorcem, a nie z rzeczywistością³⁷.

Najbardziej złożoną czynnością poznawczą jest myślenie. Według J.F. Terelaka, pojęcie to należy definiować jako proces obejmujący: planowanie, przewidywanie, ocenianie, rozumienie, wnioskowanie oraz następujące operacje umysłowe: analizę, syntezę, porównywanie, abstrahowanie i uogólnianie³⁸. Pierwszy z wymienionych procesów umysłowych – analiza, pozwala na rozdzielanie jakiegoś zagadnienia na części składowe, aby można je było lepiej zrozumieć. Synteza jest procesem odwrotnym, polegającym na łączeniu w całość składowych jakiegoś zjawiska. Dzięki porównaniu można obserwować podobieństwa i różnice między zjawiskami. Abstrahowanie wyodrębnia istotę problemu, przy pomijaniu innych cech, natomiast uogólnianie jest poszukiwaniem cech wspólnych dla jakiejś grupy zjawisk. Powyższe operacje wykorzystywane są szczególnie w przypadku najbardziej złożonych czynności myślowych, czyli w procesie rozumowania (myślenia pojęciowego). Pojęcia stanowią reprezentację rzeczywistości w umyśle człowieka. Odnoszą się zatem, do ogólnych właściwości zjawisk, budujących tę rzeczywistość.

Podsumowując dotychczasowe rozważania, pokusić się można o skonstruowanie pewnego rodzaju schematu, obrazującego przebieg procesu socjalizacji i autokreacji w kontekście kształtowania się postawy przedsiębiorczej. Społeczeństwo, poprzez dostępne instrumenty, takie jak wartości, normy, wzorce czy też mechanizmy wzmocnienia, wychowuje i socjalizuje jednostkę. Kształtują się w ten sposób indywidualne zbiory wartości, ujawniają się potrzeby. Człowiek wykazuje także określone postawy. Wszystko to znajduje, przynajmniej w części swoje odzwierciedlenie

³¹ J.F. Terelak, *Psychologia menedżera Wybrane zagadnienia psychologii organizacji i zarządzania*, Difin, Warszawa 1999, s. 49.

³² R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999, s. 567; Zob. także: S.P. Robbins, *Zachowania w organizacji*, PWE, Warszawa 1998, s. 75.

³³ A. Grabowska, W. Budohoska, J. Kozielski, *Procesy percepcji. Myślenie i rozwiązywanie problemów. Podejmowanie decyzji*, [w:] T. Tomaszewski (red.), *Psychologia ogólna*, tom 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 10.

³⁴ J.F. Terelak, dz. cyt., s. 50.

³⁵ S.P. Robbins, dz. cyt., s. 79.

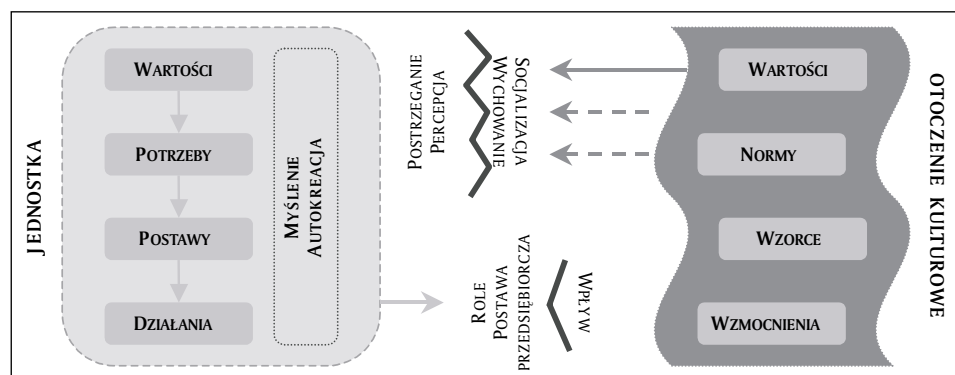
³⁶ M. Holstein-Beck, dz. cyt., s. 89.

³⁷ Cz. Sikorski, *Dysonanse kulturowe w organizacji*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3–4, s. 35–36.

³⁸ J.F. Terelak, dz. cyt., s. 59.

w działaniach jednostki. W miarę rozwoju psychicznego, coraz większego znaczenia nabierają procesy myślowe i autokreacji, które ujawniają się w postaci przyjmowania i realizowania konkretnych ról społecznych. Proces autokreacji opiera się o intencjonalne (świadome) kreowanie przemian wewnętrznych³⁹. Jest to szczególnie widoczne właśnie w przypadku osób przedsiębiorczych, są nastawione raczej na ekspansywne kształtowanie innych niż bierne poddawanie się wpływow socjalizacyjnym. Właśnie dzięki takiej aktywnej postawie, jednostka zyskuje możliwość (instrument) kształtowania otoczenia, w którym funkcjonuje. Jak słusznie zauważa L. Gajos, poszerza się w ten sposób kulturowy dorobek grupy, w której osoba przedsiębiorcza funkcjonuje⁴⁰.

Rysunek 2. Proces kształtowania się postawy przedsiębiorczej



Źródło: Opracowanie własne

W oparciu o rozważania przedstawione w niniejszym opracowaniu, można się pokusić o sformułowanie kilku wniosków o charakterze praktycznym:

1. Postawy przedsiębiorcze kształtować można, dobierając taki zestaw wzmocnień, który umocni wewnątrzsterowność i dążenie do sukcesu;
2. W kształtowaniu przedsiębiorczości dużą rolę mogą odgrywać zdolności intelektualne, które determinują możliwości autokreacji;
3. Postawa przedsiębiorcza powstaje na gruncie kultury narodowej (osobowości podstawowej) i podlega z tego powodu ograniczeniom bądź wzmocnieniom;
4. Kształtowanie osobowości i postaw przedsiębiorczych łatwiej przebiega w przypadku osób młodych, jednak jest możliwe również przez całe życie. W związku z tym należy w organizacjach dobierać taki system wzmocnień, by mogła się ona pojawić.

Bibliografia

- B. Bjerke, *Kultura a style przywództwa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
J. Dietl, W. Gasparski (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.

³⁹ A. Miś, *Wybrane teorie rozwoju jednostki w praktyce zarządzania personelem*, „Zeszyty Naukowe” nr 466, AE w Krakowie, Kraków 1996, s. 14.

⁴⁰ L. Gajos, *Etyka biznesu*, [w:] J. Dietl, W. Gasparski (red.), *Etyka biznesu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 110.

- W. Domachowski, *Przewodnik po psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.
- A. Gałdowa (red.), *Współczesne koncepcje osobowości*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 1995.
- J.M. George, G.R. Jones, *Understanding and Managing Organizational Behavior*, Addison-Wessley Pub. Comp., Nowy Jork 1996.
- A. Grabowska, W. Budohoska, J. Kozielecki, *Procesy percepcji. Myślenie i rozwiązywanie problemów. Podejmowanie decyzji*, [w:] T. Tomaszewski (red.), *Psychologia ogólna*, tom 1, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
- R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
- C.S. Hall, G. Lindzey, *Teorie osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- G. Hofstede, *Kultury i organizacje*, PWE, Warszawa 2000.
- M. Holstein-Beck, *Być albo nie być menedżerem*, Infor, Warszawa 1997.
- K. Kälén, P. Müri, *Kierować sobą i innymi: psychologia dla kadry kierowniczej*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998.
- E. Karpowicz, *Menedżerowie w nowych rolach*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 2.
- R. Linton, *Kulturowe podstawy osobowości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- A. Miś, *Wybrane teorie rozwoju jednostki w praktyce zarządzania personelem*, „Zeszyty Naukowe”, nr 466, AE w Krakowie, Kraków 1996.
- E. Nowicka, *Świat człowieka – świat kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.
- M. Pacholski, A. Słaboń, *Słownik pojęć socjologicznych*, AE w Krakowie, Kraków 1997.
- A.S. Reber, *Słownik psychologii*, Scholar, Warszawa 2000.
- S.P. Robbins, *Zachowania w organizacji*, PWE, Warszawa 1998.
- Cz. Sikorski, *Dysonanse kulturowe w organizacji*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3-4.
- N. Sillamy, *Słownik psychologii*, Wydawnictwo Książnica, Katowice 1998.
- J. Strojny, *Wielowymiarowość związku między przedsiębiorczością jako cechą osobowości przedsiębiorcy a działaniem małej i średniej firmy*, (maszynopis pracy doktorskiej), Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków 2006.
- Ł. Sułkowski, *Czy kultury organizacyjne zmierzają do unifikacji?*, „Zarządzanie zasobami ludzkimi” 2002, nr 3-4.
- J. Szaban, *Miękkie zarządzanie. Ze współczesnych problemów zarządzania ludźmi*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003.
- J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- P. Sztompka i M. Kucia (red.), *Socjologia. Lektury*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2005.
- J.F. Terelak, *Psychologia menedżera. Wybrane zagadnienia psychologii organizacji i zarządzania*, Difin, Warszawa 1999.
- T. Tysza (red.), *Psychologia ekonomiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.

Abstract

The paper is an attempt to systematize the knowledge of shaping entrepreneurial attitudes. The process of socializing which includes influence of reference groups on shaping human personality has been pointed out. The socializing has a particular meaning in the early phase of human development. An adult can also be liable to socializing but in such a situation also the process of self creation has to be taken into account. Both mechanisms affect each other influencing as a result on shaping the entrepreneurial attitude.

Nota o Autorze

Autor jest adiunktem w Zakładzie Procesu Zarządzania w Wyższej Szkole Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie. Wcześniej przez 5 lat był Specjalistą ds. Badań i Analiz Instytutu Gospodarki WSiLZ w Rzeszowie. W pracy badawczej koncentruje się na zagadnieniach przedsiębiorczości w kontekście psychologii osobowości, socjologii organizacji, zarządzania oraz rozwoju lokalnego

Socjalizacja do przedsiębiorczości. Możliwości i ograniczenia

Socjalizacja do przedsiębiorczości – pojmowanej jako pewne właściwości zachowań, które powodują, że można je uznać za przedsiębiorcze bez względu na warunki działania – stanowi element szerszego procesu socjalizacji ekonomicznej, czyli nabywania wiedzy, umiejętności zachowań, opinii i postaw dotyczących świata gospodarki. Głównym agendum socjalizacyjnym – rodzinie i instytucjom edukacyjnym – przypada zatem szczególna rola w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych.

Przedsiębiorczość jest w znacznej mierze określona kulturowo. Polska kultura ekonomiczna cierpi na niedostatek wartości prorozwojowych: cechuje nas familizm i anarchiczny kolektywizm; awersja wobec wielkich organizacji; orientacja na terażniejszość; moralna solidarność, która merytokratyczne kryteria wynagradzania zastępuje godnościowymi i społecznymi (wiek, wielodzietność, upośledzona sytuacja); ambiwalentna postawa wobec bogactwa, które w społecznym odbiorze utożsamiane bywa z nieuczciwością; w końcu dwuznaczne rozumienie przedsiębiorczości, będącej dla wielu synonimem wykorzystywania niemoralnych i pozaprawnych sposobów dla własnych korzyści¹.

Opis kultury ekonomicznej Polaków (z konieczności uogólniający) pomija fakt, że na nierówny rozkład tych cech w społeczeństwie wpływa szereg zmiennych, m.in. miejsce pracy. Odmienność kontekstu instytucjonalnego – przedsiębiorstwo państwowe i prywatne – różnicuje świadomość ekonomiczną na „zetatyzowaną” i „sprywatyzowaną”. Pracownicy firm prywatnych nie tylko podkreślają znaczenie indywidualnego wysiłku, planowania, oszczędzania, rzetelnej pracy i odpowiedzialności, lecz są również przekonani, iż rynkowa wycena „wartości wymiennej” jednostki jest gwarantem sprawiedliwości społecznej – każdy otrzymuje tyle, ile jest wart. Badani z firm państwowych są częściej skłonni akceptować etatystyczną wersję mechanizmów merytokratycznych, w ramach której „wartość” jednostki jest pochodną pozycji zajmowanej w hierarchii służbowej, ta zaś powinna być wyznaczana przede wszystkim przez staż. Instytucjonalny kontekst działania rzutuje też na wybór jednej z dwóch interpretacji źródeł biedy. Pracownicy sektora prywatnego przyczyn upośledzenia ekonomicznego upatrują w sferze indywidualnych predyspozycji, motywacji i wyznawanych wartości, podczas gdy grupy z sektora państwowego źródła biedy lokują raczej w warunkach zewnętrznych, od jednostki niezależnych².

¹ J. Kochanowicz, M. Marody, *Towards Understanding Polish Economic Culture*, „Polish Sociological Review” 2003, nr 4.

² M. Marody, *Společné negocjowanie rzeczywistości*, [w:] M. Marody (red.), *Między rynkiem a etatem. Společné negocjowanie polskiej rzeczywistości*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000, s. 307.

Można założyć, że w procesie socjalizacji ekonomicznej dziecka dokonuje się transmisja takiego typu świadomości ekonomicznej, jaki podzielać rodzice. A w psychospołecznym wyposażeniu znacznej części społeczeństwa brak jest takich cech, jak: potrzeba osiągnięć i sukcesu, innowacyjność, elastyczność poznawcza, otwartość na nowe doświadczenia, poczucie własnej skuteczności, aktywne obywatelstwo. Instytucje edukacyjne powinny te niedostatki rekompensować, nie tylko dostarczając wiedzy o mechanizmach działania społeczeństwa rynkowego, ale i kształtując postawy przedsiębiorcze, funkcjonalne w ładzie rynkowym.

Nowe wyzwania dla instytucji edukacyjnych

Przedsiębiorczość do niedawna kojarzyła się niemal wyłącznie z biznesem. Stopniowo duch przedsiębiorczości zaczął przenikać do zarządzania sferą publiczną, kulturą, a także edukacją, co wiązało się z rozszerzaniem oczekiwań wobec procesów kształcenia i wychowania. Coraz więcej młodych ludzi podejmuje naukę na szczeblu średnim i wyższym. Obecnie istotnym zadaniem jest podniesienie jakości kształcenia i dostosowanie go do zwiększających się wymagań. Liczba uczelni wyższych wzrosła w Polsce trzykrotnie od początku lat 90. Rośnie liczba absolwentów, jednak przemianom ilościowym nie towarzyszą w takim samym zakresie przemiany jakościowe. Znaczna część młodych ludzi, którzy już przyswoili sobie przekonanie, że wykształcenie (zwłaszcza wyższe) jest jedyną drogą do sukcesu, studiuje w szkołach, które przy pomocy rozmaitych technik promocyjnych bezpodstawnie oferują edukacyjny sukces. Częstym grzechem absolwentów wielu uczelni, także tych o dobrej reputacji, jest „wycieczna bierność”. Nie wystarcza unowocześnianie programów, wprowadzanie zajęć w językach obcych czy komputerowe wspomaganie edukacji. Absolwenci mają problemy ze znalezieniem pracy, z radzeniem sobie w sytuacjach trudnych. Co więcej, w sytuacji gdy osoba wkraczająca na rynek pracy powinna przewidywać przeciętnie czterokrotną zmianę zawodu i miejsca zatrudnienia, cechą polskich absolwentów jest często brak starań o wyrobienie sobie zdolności do znajdowania zatrudnienia (*employability*). Jeszcze w połowie lat 90. ukończenie dobrej uczelni, znajomość języków, biegłość w obsługiwaniu komputera praktycznie gwarantowały pracę. Od kilku lat żaden dyplom nie daje takiej gwarancji. Z danych MNiSW wynika, że największym powodzeniem od lat cieszą się takie kierunki studiów, jak zarządzanie i marketing (choć notuje się tendencję spadkową), pedagogika, ekonomia, informatyka. Z kolei analizy dotyczące prywatnej stopy zwrotu z inwestowania w wykształcenie wyższe wskazują, że rentowność inwestycji w studiowanie na kierunkach ekonomicznych (biznesowych) zmniejsza się, rośnie natomiast atrakcyjność studiowania nauk rolniczych, inżynierskich czy medycznych³.

Jeszcze w latach 80. J. Koziński zastanawiając się, czy „produktem” systemu edukacyjnego powinien być człowiek oświecony, czy też innowacyjny, nie pozostawiał wątpliwości, że mimo tradycyjnej w kulturze polskiej atrakcyjności „oświecenia” chodzi przede wszystkim o stawianie się innowacyjnym⁴. Ten sposób myślenia ugruntował się w praktyce szkolnictwa wyższego, przynajmniej na poziomie przygotowywania programów nauczania i rozwijania dydaktyki.

Pod koniec lat 90. autorzy EU-monitoringu III wyodrębnili w społeczeństwie polskim co najmniej „trzy Polski” różniące się sposobem pozyskiwania dochodów, celami i w związku z tym

³ J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2003*, konspekt raportu *Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 29 lipca 2003, s. 76.

⁴ J. Koziński, *O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne*, PWN, Warszawa 1988, s. 34.

wyborem najbardziej racjonalnych strategii działania: Polskę „kapitałową”, „etatową” i „zasilkową”. Interesująca nas Polska „kapitałowa” składa się z jednostek, które dążą do „sprzedawania” swoich zasobów (wykształcenia, zdolności, kompetencji) za jak najwyższą cenę. Podstawą pozyskiwania dochodu są tu więc indywidualne osiągnięcia, umiejętność poruszania się na rynku, zorientowanie na „kupca”. Obywatele tej Polski zyskują wysokie nagrody w myśl reguł sprawiedliwości merytokratycznej, w zamian ponosząc wysokie ryzyko związane z mechanizmami gospodarki rynkowej. Są jednak odpowiednio przygotowani, wyposażeni w niezbędne kwalifikacje i umiejętności, pozwalające im na stosowanie strategii maksymalizowania zysku⁵.

Zadanie ukształtowania takiej generacji „wygrywających” stawia się przed uczelniami wyższymi zakładając, że to przede wszystkim w nich następuje kształtowanie absolwentów o „osobowości nowoczesnej”, czyli posiadających pewne cechy niezbędne i te, które można określić jako przydatne człowiekowi funkcjonującemu w zmieniającym się środowisku. Ostatecznym sprawdzianem jakości kształcenia jest jednak nie tylko zdolność absolwentów do skutecznego funkcjonowania na rynku pracy, ale udział szkół wyższych w stymulowaniu rozwoju, stwarzaniu klimatu innowacyjności, poczucia społecznej odpowiedzialności.

Problemy kształtowania postaw przedsiębiorczych

Od ponad 30 lat prowadzone są badania nad młodzieżą regionu toruńskiego, dotyczące m.in. wybieranych strategii życiowych, poziomu aspiracji i deklarowanych działań w odpowiedzi na sytuacje przedstawione w pytaniach projekcyjnych. Interesujący jest rozkład odpowiedzi dotyczących wybieranych strategii życiowych, przy podziale na „młodzież wiejską” i „młodzież miejską”.

Tabela 1. Rozkład procentowy badanych według wybieranych strategii życiowych

Strategia życiowa	Młodzież miejska	Młodzież wiejska	Ogółem
Dedał	45,7%	34,2%	42,3%
Mrówka	11,2%	17,4%	12,5%
Dyzio Marzyciel	5,3%	4,5%	5,1%
Kłapouchy	1,1%	2,3%	1,5%

Źródło: M. Kwiecińska-Zdreńska, *Socjalizacja do bezradności: Iluzoryczna czy faktyczna cecha środowiska wiejskiego?*, „Przegląd Socjologiczny” 2001, tom L/1, s. 80

Przyjęte w badaniach metafory odnoszą się do aspiracji i chęci ich zrealizowania. I tak, „Dedał” wie, czego chce i ma wysokie aspiracje; „Mrówka” oczekuje niewiele od życia, ale jednocześnie sądzi, że należy podejmować działania w życiu, „Dyzio Marzyciel” jest bierny, nie podejmuje działań, przekonany o ich bezsensowności, niemożności osiągnięcia postawionych celów, wreszcie „Kłapouchy” jest przekonany, że działanie na nic się nie zda. Komentując wyniki badań, autorka wskazuje, że w grupie najbardziej aktywnej, stawiającej sobie ambitne zadania przeważa młodzież miejska, ważną determinantą jest także typ rodziny: im wyższy status

⁵ J. Hausner, M. Marody (red.), *EU-monitoring III. Trzy Polski: Potencjał i bariery integracji z Unią Europejską*, Warszawa 1999.

rodziny, tym więcej osób planujących optymistycznie i podejmujących się aktywnie realizacji planów. Dane z badań wskazują jednak na to, że szkoły nie spełniają w zadowalającym stopniu swoich funkcji wzmacniania czy wytwarzania tej części „kapitału kulturowego”, który odnosi się do wybieranych orientacji życiowych, budowania zaufania we własne siły i postaw aktywnych wobec problemów i wyzwań.

Jednym z elementów tego procesu jest budowanie kompetencji do poruszania się w gospodarce wolnorynkowej, czemu z założenia powinien służyć przedmiot podstawy przedsiębiorczości. Podręcznik dla szkół ponadpodstawowych *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, skomponowany został zgodnie z ideą pokazania człowieka-jednostki aktywnie działającej w kontekście najpierw mikro (rodzina), następnie w układach struktur średniego zasięgu (społeczność lokalna i przedsiębiorstwo), aż po poziom makro – państwo, struktury ponadpaństwowe⁶. Przyjęta definicja przedsiębiorczości – zdolność do kreowania i zaspokajania swoich i cudzych potrzeb – skłania do przyjęcia perspektywy indywidualnej w dalszych rozważaniach. To jednostka jest w centrum uwagi, jej możliwości rozwojowe, zdolność do autokreowania postaw i umiejętności odpowiednich do pożądanego celu. Cel podręcznika sformułowany we wstępie zapowiada *rozbudzenie w Tobie ducha przedsiębiorczości oraz zachęcenie do zachowań przedsiębiorczych. A przedsiębiorczym można być we wszystkich sferach życia. W podręczniku sfery te ograniczono do rodziny, przedsiębiorstwa oraz organizacji i stowarzyszeń. Sukces działań w każdej z nich zależy od dobrej znajomości otoczenia, w którym się działa*⁷. Warto podkreślić rozległość perspektywy postrzegania człowieka jako istoty aktywnej. Oczywiście, problematyka zaprezentowana została w sposób przystosowany do potrzeb i wiedzy nastolatków, pozwala jednak na dostrzeganie ważności samowiedzy, umiejętności kontrolowania swojego życia, podejmowania świadomych decyzji.

Część druga poświęcona makrouwarunkowaniom przedsiębiorczości, prezentuje główne kwestie związane z systemem gospodarki rynkowej, funkcjonowania państwa, rynku pracy i wreszcie integracji Polski z Unią Europejską. Ma ona określić czynniki pozostające poza sferą możliwości działania jednostek i grup społecznych, a jednocześnie znacząco wpływające na sferę życia rodzinnego, lokalnej społeczności, funkcjonowanie rynku pracy i przedsiębiorstw. Pozwala to uczniom na dostrzeganie uwarunkowań, z których często nie zdają sobie sprawy.

Kolejna część ma pomóc w orientowaniu się w zasadach funkcjonowania i konkurencyjności przedsiębiorstw, racjonalnego gospodarowania zasobami. Zatem ciągle jeszcze uczeń porusza się w obszarze zagadnień, które dotyczą go raczej pośrednio (np. poprzez doświadczenia rodziców). Dopiero dwie ostatnie (znacznie krótsze) części podręcznika przenoszą czytelnika w świat problematyki znanej z bezpośredniego doświadczenia – funkcjonowania rodziny i działań przedsiębiorczych w ramach społeczności lokalnej. Oczywiście zawartość podręcznika zawsze może budzić dyskusje, także i w tym przypadku można polemizować z doбором problematyki. Rysem charakterystycznym jest pokazanie rzeczywistości jako układu powiązanych ze sobą sfer działania i możliwości udziału czynnego lub pośredniego (poprzez wykorzystanie wiedzy o mechanizmach gospodarczych i społecznych) w działaniach gospodarczych na poziomach makro, mezo i mikro.

Jak jednak wynika m.in. z naszych badań⁸, ale także innych cytowanych tu danych, rozwijanie indywidualnych postaw przedsiębiorczych jest zadaniem trudnym. Nawet studenci

⁶ S. Grzegorzcyk i in., *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2002.

⁷ Tamże, s. 6.

⁸ *Społeczny wymiar gospodarowania. Raport z badań statutowych Katedry Socjologii AE w Krakowie*, Kraków 2004.

kierunków ekonomicznych mają rozbudowane oczekiwania wobec państwa, a powodzenie w realizowaniu własnych zamierzeń widzą raczej w „układach”, „znajomościach” czy „szczęściu” niż własnej aktywności. Deklaratywne uznanie dla przedsiębiorczości nie idzie do końca w parze z dokonywanymi wyborami czy akceptacją ryzyka związanego z podejmowaniem działań przedsiębiorczych. Badania porównawcze ujawniły istotne różnice w mentalności ekonomicznej studentów I roku ekonomii (stacjonarnej i wieczorowej) oraz filologii polskiej.

„Ekonomiści” wieczorowi – adaptacja do brudnych reguł gry. Akceptują państwo hierarchiczne, ale zapewniające opiekę socjalną. Tylko nieliczni w wolnym rynku widzą możliwości, szansę na sukces dla ludzi operatywnych i kreatywnych; dla większości wolny rynek oznacza bezwzględną walkę konkurencyjną, gdzie nie obowiązują żadne reguły i wszystkie środki są dopuszczalne. Wizja „bezlądu”, pustki normatywnej określa postawy wobec zjawisk rynkowych i indywidualne strategie działania na rynku. Tylko co trzeci badany wiąże bogactwo ze sprawiedliwą nagrodą za zasługi. Odwaga, gotowość do ryzyka, talent i szczęście są wprawdzie wymieniane jako pierwsze czynniki sukcesu, ale tuż za nimi są cechy negatywne: omijanie prawa, przekupstwo urzędników, bezwzględność w stosunku do innych. Ta grupa jest najsilniej zorientowana na „bycie na swoim” i gotowa zawieszać takie pozaprawne kategorie, jak uczciwość czy ambicja, jeśli są dysfunkcyjne w osiągnięciu sukcesu, kojarzonego z sukcesem materialnym.

„Ekonomiści dzienni” – pragmatyczni specjaliści na oswojonym rynku. Wolny rynek widzą jako pole walki konkurencyjnej, która daje swobodę działania i stwarza szansę najlepszym. Oczekiwania wobec państwa sprowadzają do popierania przez nie indywidualnej przedsiębiorczości, gdyż przez pomyślność i bogacenie się jednych rośnie dobrobyt całego społeczeństwa. To przeciwieństwo mentalności dystrybucyjnej studentów wieczorowych pociąga za sobą zgodę na to wszystko, co wytwarza ład rynkowy, czyli dyferencjację materialną społeczeństwa. Częściej niż wieczorowi postrzegają sukces biznesowy jako skutek ciężkiej pracy, umiejętności, odwagi i szczęścia, a rzadziej jako efekt omijania prawa i oszustw. Znacznie słabsze są też negatywne stereotypy dotyczące ludzi bogatych. W odróżnieniu od wieczorowych są też przekonani, że w gospodarce rynkowej istnieje pewien ład normatywny. Dlatego zjawiska naruszające uczciwe reguły gry (takie jak korupcja czy nierzetelność dłużnika) spotykają się z rygorystycznym potępieniem. Studenci dzienni są nastawieni przede wszystkim na bycie pracobiorcą, w mniejszym stopniu zainteresowani są prowadzeniem własnej firmy. Nie są też tak silnie zdeterminowani dążeniem do sukcesu materialnego, dorobienia się, zdobycia poczucia bezpieczeństwa i stabilności. Zarobki traktują jako oczywistą i należną im zapłatę za indywidualne zasługi w rozwijającej, interesującej pracy, a nie cel sam w sobie.

„Poloniści” – moralisci outsiderzy. Opowiadają się za państwem opiekuńczym, wykazują zarazem najmniejszą tolerancję dla zróżnicowania majątkowego. Bogactwo postrzegają jako niekorzystne dla społeczeństwa i równocześnie niesprawiedliwe, bo niemające związku z indywidualnymi zasługami. „Poloniści” rzadziej niż „ekonomiści” są przekonani, że sukces biznesowy i finansowy zależy od pracowitości i talentu; awansują cechy negatywne (omijanie prawa, korupcja, bezwzględność). Ambicje zawodowe lokują na ogół poza własną firmą: w budżetówce, prywatnych i państwowych firmach czy pracy za granicą. W pracy poszukują przede wszystkim poczucia bezpieczeństwa i możliwości rozwoju⁹.

⁹ A. Karwińska, E. Cierniak-Szóstak, *Edukacja a percepcja ładu gospodarczego*, [w:] S. Partycki (red.), *Religia a gospodarka*, KUL, Lublin 2005, t. 2.



Podsumowanie

Trwałość wartości polskiej kultury ekonomicznej oraz dysfunkcjonalny wobec gospodarki rynkowej model socjalizacji ekonomicznej w wielu grupach społecznych są jednymi z ograniczeń w kształtowaniu nastawień przedsiębiorczych przez instytucje edukacyjne. Edukacja do przedsiębiorczości na poziomie ponadpodstawowym wydaje się nie spełniać zakładanej roli socjalizującej, dając prymat „wiedzy” nad „umiejętnościami”. W tej sytuacji na uczelni wyższe spada obowiązek socjalizacji do przedsiębiorczości ludzi już w dużej mierze ukształtowanych.

Bibliografia

- J. Czapinski, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2003*, konspekt raportu *Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 29 lipca 2003 r.
- S. Grzegorzczak i in., *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2002.
- J. Hausner M. Marody (red.), *EU-monitoring III. Trzy Polski: Potencjał i bariery integracji z Unią Europejską*, Warszawa 1999
- A. Karwińska, E. Cierniak-Szóstak, *Edukacja a percepcja ładu gospodarczego*, [w:] S. Partycki (red.), *Religia a gospodarka*, KUL, Lublin 2005, t. 2.
- J. Kochanowicz, M. Marody, *Towards Understanding Polish Economic Culture*, „Polish Sociological Review” 2003, nr 4.
- J. Koziński, *O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne*, PWN, Warszawa 1988.
- M. Marody, *Społeczne negocjowanie rzeczywistości*, [w:] M. Marody (red.), *Między rynkiem a etatem. Społeczne negocjowanie polskiej rzeczywistości*, Scholar, Warszawa 2000.
- Społeczny wymiar gospodarowania*, Raport z badań statutowych Katedry Socjologii AE w Krakowie, Kraków 2004.

■ Abstract

Socialization for entrepreneurship – understood as certain patterns of behavior – is an element of a much broader process of economical socialization. The problem is how to gain knowledge, skills, competencies, opinions and attitudes related to the world of economy. The main socialization agents: family and educational institutions play a particularly important role in the creation of entrepreneurial attitudes.

■ Nota o Autorkach

Ewa Cierniak-Szóstak pracuje w Katedrze Socjologii AE w Krakowie. Zajmuje się problematyką społeczno-kulturowych uwarunkowań gospodarowania.

Anna Karwińska jest Kierownikiem Katedry Socjologii AE w Krakowie. Zajmuje się problematyką socjologii miasta i przestrzeni, socjologii kultury, zagadnieniami ekonomii społecznej i jakością nauczania.

Czy przedsiębiorczości można się nauczyć – wpływ edukacji na rozwój przedsiębiorczości

Podstawowe informacje na temat edukacji przedsiębiorczości oraz standardy obowiązujące w tej nauce mogą odgrywać rolę ważnych czynników wpływających na rozwój przedsiębiorczości. W procesie tym istotne znaczenie mają kreatywne myślenie oraz traktowanie nauki przedsiębiorczości jako ciągłego procesu trwającego całe życie.

Jeśli prawdziwe jest stwierdzenie, że „to ludzie zmieniają świat”, to do grona najbardziej, aktywnych inicjatorów zmian i odkrywców nowych możliwości można zaliczyć przedsiębiorców¹. Obecnie zarówno naukowcy, jak i praktycy doceniają olbrzymią rolę, jaką pełni przedsiębiorca w rozwoju świata, zarówno pod względem gospodarczym, jak i społecznym. Przedsiębiorcy są bezpośrednimi uczestnikami procesów gospodarczych, a ich wiedza, zaangażowanie oraz wizjonerskie spojrzenie nie tylko decydują o losach firmy, ale również kształtują nową rzeczywistość. Cechy charakteru, potencjał, jakim muszą dysponować przedsiębiorcy, działanie zgodne z „duchem czasów” sprawiają, że liczebność tej grupy ludzi jest ograniczona w każdym społeczeństwie.

Analizując dokonania przedsiębiorców, ich olbrzymią aktywność, trudno nie zadać sobie pytania, czy każdy może zostać przedsiębiorcą, czy też „takim” się trzeba urodzić? Wśród ekonomistów, socjologów czy psychologów jest wielu sceptyków, którzy nie wierzą w możliwość wyodrębnienia wzorcowej osobowości typowego przedsiębiorcy. Trudno więc jednoznacznie określić cechy decydujące o aktywności zawodowej przedsiębiorców, jednak można wyodrębnić te, które dominują i są charakterystyczne dla większości ludzi podejmujących działania przedsiębiorcze. Są to cechy związane z osobowością dynamiczną, nieschematyczną i nonkonformistyczną². Można założyć, że przedsiębiorcy charakteryzują się pewnymi cechami, które sprzyjają „byciu przedsiębiorcą”. Tomasz Gruszecki wskazał następujące cechy charakterystyczne³:

- zdolność i gotowość do podejmowania inicjatyw,
- akceptacja ryzyka,
- zdolność do podejmowania długotrwałego wysiłku,

¹ A.J. Mayo, N. Nohria, Czas rekinów. Liderzy amerykańskiego biznesu, Harvard Business School Press, Helion, Gliwice 2007, s. 9.

² K. Safin, Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji, [w:] K. Jaremczuk (red.), Rozwój Przedsiębiorczości, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2004, s. 45.

³ T. Gruszecki, Przedsiębiorca, Cedor, Warszawa 1994, s. 75.

- zdolność do rozumienia i prognozowania potrzeb rynku,
- akceptowanie dużej liczby obowiązków,
- umiejętność podejmowania decyzji w oparciu o niepełne informacje lub ich brak,
- umiejętność kojarzenia różnorodnych informacji,
- umiejętność kierowania ludźmi, wzbudzania w nich zaufania i entuzjazmu.

Przedsiębiorcy, jak każda zbiorowość, charakteryzują się cechami czy zachowaniami ocenianymi przez społeczeństwo korzystnie bądź nie. Przedstawione powyżej cechy przedsiębiorców stanowią pozytywne wzorce, które różnią się od negatywnych stereotypów⁴.

Przedsiębiorcy to osoby o silnym charakterze, umiejętnie samodyscyplinujące się, które czerpią z zasobu wyjątkowych cech osobowościowych, intelektu i doświadczeń⁵. Przedsiębiorcę, na tle innych grup zawodowych, wyróżnia umiejętność zrozumienia i oceny pojawiających się okazji. Z pewnością ważną cechą każdego przedsiębiorcy jest jego zdolność do podejmowania ryzyka i odwaga – przedsiębiorcy muszą angażować się w prace, które są nie tylko obarczone dużym ryzykiem, ale również nie przynoszą stałego, pewnego dochodu. Przedsiębiorcy powinni charakteryzować się „mądrą arogancją”, gdyż muszą mieć olbrzymie zaufanie do siebie, wierzyć w swoje możliwości i umieć przetrwać trudne sytuacje. Powinni oni być przygotowani na wykorzystanie możliwości, których nie brali pod uwagę podczas planowania i umiejętnie dopasowywać swój pomysł do zaistniałej sytuacji⁶.

Najistotniejszą cechą przedsiębiorców jest przedsiębiorczość, a bycie przedsiębiorczym oznacza bycie innowacyjnym i zdolnym do ponoszenia ryzyka, co znajduje odzwierciedlenie w dążeniu do wzrostu firmy. Przedsiębiorczość indywidualna jest uznawana za siłę napędową gospodarki. Najczęściej jej przejawem jest założenie nowego przedsiębiorstwa, czuwanie nad prawidłowym funkcjonowaniem firmy, podejmowanie ryzyka i ponoszenie całkowitej odpowiedzialności za losy firmy. Przedsiębiorczość przybiera postać przedsięwzięć, dla których impulsem jest dostrzeżenie okazji w otoczeniu⁷.

Wyjątkowe cechy, jakie są przypisywane przedsiębiorcom nie oznaczają, że „bycie przedsiębiorcą”, jest genetycznie uwarunkowane. Często stawiane pytanie: *Are entrepreneurs born or made?* stale uzyskuje tę samą odpowiedź – przedsiębiorcą się nie rodzi, lecz zostaje.

Istnieją również wyjątkowe przyczyny, dla których te, a nie inne osoby decydują się na podjęcie działalności gospodarczej i zmaganie z dużą niepewnością i ryzykiem. Niemal każdy poświęca wiele wysiłku na zarabianie pieniędzy, jednak nie każdy zakłada własne przedsiębiorstwo. Można więc wnioskować, że motywacja ekonomiczna (chęć zdobywania pieniędzy) nie jest jedynym powodem działania przedsiębiorców.

Przesłanki, które decydują o „zostaniu przedsiębiorcą” są różne i wynikają ze splotu wielu czynników: osobowościowych, rodzinnych i społecznych oraz ekonomicznych⁸. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że nie zawsze głównym motywem działania przedsiębiorcy jest zysk. Przed-

⁴ Szerzej: M.F.R. Kets de Vries, *The dark side of entrepreneurship*, „Harvard Business Review” 1985, nr 6.

⁵ S. Faris, *Are entrepreneurs born or made?*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999, <http://www.celcee.edu/products/digest/99Dig-1.html>.

⁶ A. Bhidé, *How entrepreneurs craft strategies that work*, „Harvard Business Review” 1994, marzec–kwiecień.

⁷ T. Kraśnicka, *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 6.

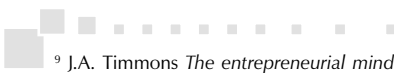
⁸ F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003, s. 181.

siębiorca decydujący się na podjęcie działalności gospodarczej, tak naprawdę dokonuje wyboru pomiędzy pracą najemną (w „czyjejś” firmie), samozatrudnieniem (praca we własnym przedsiębiorstwie) oraz byciem bezrobotnym. Decyzje przedsiębiorców o założeniu własnej firmy często wynikają z niechęci do pracy w dużej korporacji, w której praca ogranicza swobodę. Dodatkowo, grupy społeczne, jakimi są kobiety czy mniejszości rasowe, w pracy na własny rachunek widzą większą szansę na rozwój, odniesienie sukcesu, a przede wszystkim niezależność. W Stanach Zjednoczonych można dostrzec zwrot kulturowy w stronę samozatrudnienia, a swoisty „duch przedsiębiorczości” coraz częściej decyduje o powoływaniu własnego przedsiębiorstwa⁹.

W literaturze tematu wyraźnie podkreśla się, że korzystne cechy przedsiębiorców mogą zostać wykształcone i wzmocnione przez naukę. Bardzo istotną rolę odgrywa umiejętność obiektywnej oceny własnego potencjału i uznanie, że kwalifikacje i gruntowna wiedza wymagają stałego doskonalenia się i pracy nad sobą¹⁰. Na barkach każdego przedsiębiorcy spoczywa odpowiedzialność wobec pracowników, otoczenia, jak i samego siebie. W związku z tym istotne wydaje się uświadamianie i kształtowanie tych cech przedsiębiorców oraz sposobów działania, które z punktu widzenia specyfiki małej firmy są najistotniejsze.

Tego rodzaju działania można realizować dzięki szeroko rozumianej edukacji, skierowanej zarówno do młodych ludzi (dopiero wybierających ścieżkę kariery zawodowej), jak i osób, które dysponując praktyką zawodową, podejmują decyzję o założeniu własnej firmy. Kierując się doświadczeniami krajów postrzeganych jako szczególnie sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości (np. USA), można uznać, że właśnie edukacja połączona ze społeczną akceptacją przedsiębiorczych postaw (a nawet uznaniem dla osób podejmujących przedsiębiorcze wyzwania) może stanowić istotny bodziec propagujący i stymulujący przedsiębiorczość. Podstawę edukacji „przedsiębiorczości” stanowi założenie, że programy te powinny traktować naukę w tym obszarze, jako długotrwały proces, który wspomaga przedsiębiorcę na każdym etapie kariery w biznesie. Dzięki długoletniemu doświadczeniu w nauce przedsiębiorczości ustalono zasady, które mogą stanowić podstawę edukacji¹¹:

- Przedsiębiorcą nie rodzimy się, lecz stajemy, dzięki życiowemu doświadczeniu;
- Przedsiębiorcy są bardzo zróżnicowaną populacją ludzi, jednak ich cechą wspólną jest gotowość do podejmowania ryzyka, w celu osiągnięcia zysku;
- Każdy może zostać przedsiębiorcą w każdym wieku;
- Pomimo braku jednomyslności w ocenie wpływu wykształcenia na założenie własnej firmy, przyjmuje się, że przedsiębiorcy powinni kształcić się i zdobywać umiejętności z zakresu komunikacji, zarządzania, marketingu, ekonomii, matematyki, finansów oraz obsługi komputera;
- Inicjatywy gospodarcze podejmowane przez przedsiębiorców kreują nowe miejsca pracy;
- Przedsiębiorczości nie można się nauczyć, ograniczając edukację jedynie do lektury książek akademickich, niezbędne są zajęcia warsztatowe, pozwalające na zdobycie praktycznych umiejętności;



⁹ J.A. Timmons *The entrepreneurial mind: winning strategies for starting, renewing and harvesting new and existing ventures*, <http://www.celcee.edu/books/c96055.html>.

¹⁰ E. Otolński, *Istota i kreowanie przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 1996, nr 6.

¹¹ *National Content Standards for Entrepreneurship Education: Nurturing the Entrepreneurial Spirit*, http://www.entre-ed.org/Standarts_Toolkit/nurturing.html, [18.05.2007].

- Edukacja na temat przedsiębiorczości powinna objąć pracowników małych firm, gdyż pozwala im skuteczniej rozwijać się, dzięki znajomości specyfiki small businessu;
- Przedsiębiorców można znaleźć wszędzie, bez względu na realizowaną aktywność zawodową;
- Nauka przedsiębiorczości jest istotna na każdym poziomie edukacji;
- Sukces w odniesieniu do przedsiębiorcy oznacza osiągnięcie założonych celów, czasami tym celem może być zapewnienie firmie szybkiego wzrostu.

Zaprezentowane założenia, które leżą u podstaw nauki przedsiębiorczości, wyraźnie podkreślają zarówno istotną rangę takich działań, jak i korzyści z nich wynikające (tabela 1).

Tabela 1. Korzyści wynikające z nauki przedsiębiorczości na różnych poziomach nauczania

Poziom nauczania	Korzyści
Poziom podstawowy	■ uświadomienie sobie możliwości wyboru różnych dróg kariery zawodowej (oraz bycia przedsiębiorcą jako jednej z nich), ■ uświadomienie znaczenia działań podejmowanych przez przedsiębiorców dla rozwoju społecznego i gospodarczego, ■ przyswojenie podstawowych zasad ekonomii i zasad finansowych, ■ znajomość etapów zakładania firmy, ■ poznawanie zasad etyki, ■ wzrost świadomości „utruty kontroli” nad podjętymi działaniami.
Poziom średni	■ wyraźne uświadomienie roli przedsiębiorców w rozwoju kraju, ■ zapoznanie się z literaturą z zakresu ekonomii, zasad gospodarki kapitalistycznej, finansów, ■ poznawanie podstaw biznesplanu, ■ zapoznanie się z procesem podejmowania ryzyka, ■ odkrywanie potencjalnych szans biznesowych i poznawanie zasad szacowania kosztów związanych z ich wykorzystaniem, ■ warsztaty na temat źródeł konfliktów i możliwości ich rozwiązywania, negocjacji, marketingu sprzedaży, ■ reorientacja w kierunku bycia wykształconym, świadomym swoich praw konsumentem.
Poziom zaawansowany	■ wykreowanie umiejętności przedsiębiorczego myślenia, w taki sposób, aby uzyskać wiedzę na temat działań niezbędnych do założenia własnej firmy, ■ nauka tworzenia biznesplanów, ■ przyswajanie podstawowych umiejętności marketingowych, ■ nauka zarządzania ryzykiem, ■ identyfikowanie dostępnych źródeł kapitału, ■ poznawanie metod przekształcania problemów w szansę, ■ przyswajanie zasad HRM, ■ przyswajanie podstawowych zasad rachunkowości, ■ angażowanie się w praktyki etyczne w biznesie, ■ zdobywanie wiedzy z zakresu zarządzania finansami, ■ zdobywanie umiejętności niezbędnych na etapie zakładania firmy, ■ zdobywanie wiedzy na temat przyczyn porażek przedsiębiorstw, ■ szczegółowe opracowywanie poszczególnych części biznesplanu, ■ nauka wykorzystania strategii, jako narzędzia realizacji pomysłów.

Źródło: <http://www.entre-ed.org>

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości powinna przynieść korzyści w postaci: wzrostu poczucia własnej wartości, wiary we własne siły, umiejętności zarządzania samym sobą, poczucia odpowiedzialności, uzyskania silnej motywacji do działania, umiejętności pracy w grupie, komunikacji interpersonalnej, umiejętności radzenia sobie z problemami oraz kreatywności.

Z pewnością lista korzyści, jakie stają się udziałem osób kształcących się, będzie zależała od indywidualnych cech personalnych tych osób oraz ich celów życiowych. Jednak można uznać, że główny nacisk został położony na samodzielność, samoświadomość i umiejętność podejmowania wyzwań, zgodnych z wyznaczonymi sobie celami. Nawet jeśli nie przyniesie to korzyści w postaci założenia własnej firmy, to taka oferta edukacyjna stwarza możliwości budowania społeczeństwa odważnego, które czuje się odpowiedzialne za siebie i „chce wziąć swój los w swoje ręce”.

System edukacji adresowany do obecnych lub potencjalnych przedsiębiorców z pewnością może przynieść trudne do przecenienia korzyści w postaci: większej liczby zakładanych przedsiębiorstw, zwiększenia liczby aktywnych firm, zmniejszenia liczby upadających przedsiębiorstw oraz coraz większego zainteresowania nie tylko przetrwaniem, ale przede wszystkim rozwojem przedsiębiorstw. Czerpiąc wzorce z krajów, które mają większe doświadczenie w propagowaniu przedsiębiorczości można uznać, że oferta edukacyjna skierowana do przedsiębiorców powinna być bardzo zróżnicowana, niejako tworzona w odpowiedzi na aktualne zapotrzebowanie zgłaszane przez ludzi biznesu. Z drugiej strony nie tylko szeroki wachlarz tematyki związanej z przedsiębiorczością odgrywa istotną rolę w kształceniu. Równie ważne wydaje się objęcie edukacją ludzi bardzo młodych, po to, aby wzmocnić świadomość dokonywania różnych wyborów ścieżki kariery zawodowej, szczególnie takich, które stanowią alternatywę dla bycia pracownikiem najemnym. Ponadto edukację przedsiębiorczości warto potraktować jako proces, który rozpoczyna się już na etapie szkoły podstawowej, poprzez wszystkie stopnie nauczania, kończąc na ofercie edukacyjnej skierowanej do osób dorosłych. Dzięki zbudowaniu trwałych ram kształcenia studenci stopniowo nabierają umiejętności niezbędnych do odkrywania, kreowania szans w działalności biznesowej, uczą się, jak z sukcesem rozpoczynać działalność własnej firmy i jak nią zarządzać, aby efektywnie wykorzystywać pojawiające się okazje.

W Polsce na początku lat 90. obserwowaliśmy „eksplozję przedsiębiorczości”: wystarczyło wykazać się inicjatywą, rozpocząć własną działalność gospodarczą, uniknąć popełnienia kilku podstawowych błędów i można było odnosić sukcesy w biznesie. Obecnie Polacy najczęściej wybierają status pracownika najemnego, unikają ryzyka i nie chcą ponosić odpowiedzialności za losy własnej firmy. Nawet jeśli decydują się na pracę we własnym przedsiębiorstwie, to napotykać na szereg trudności, uniemożliwiających lub spowalniających rozwój firmy. Literatura tematu wiele uwagi poświęca badaniu czynników, które w istotny sposób hamują rozwój sektora MSP, jednak znacznie mniej wagi przywiązuje się do badania i oceny przygotowania polskich przedsiębiorców do prowadzenia działalności gospodarczej na coraz bardziej konkurencyjnym rynku. Brakuje oferty edukacyjnej skierowanej do obecnych lub potencjalnych przedsiębiorców i pobudzania do podejmowania wyzwań, których najbardziej oczywistym przejawem jest zakładanie własnych firm oraz stały rozwój tych podmiotów.

Edukacja na temat przedsiębiorczości powinna objąć całe polskie społeczeństwo, w celu zmiany mentalności i wzmocnienia, a może wręcz zbudowania pochlebnego wizerunku przedsiębiorcy oraz propagowania przedsiębiorczych postaw. Dlaczego? Ponieważ łatwiej jest przedsiębiorcom działać w tych krajach, których kultura szczególnie sprzyja rozwojowi

przedsiębiorczości – tam gdzie przedsiębiorcy postrzegani są jako społeczni bohaterowie, charakteryzujący się: odwagą i determinacją, osobistym zaangażowaniem w sprawy firmy, silną potrzebą sukcesu, skłonnością do poświęcania czasu oraz wysiłku swojej firmie, stałym zdobywaniem nowych umiejętności. Trudno więc nie docenić znaczenia przedsiębiorców dla przyszłości kraju.

Bibliografia

- A.V. Bhidé, *How entrepreneurs craft strategies that work*, „Harvard Business Review” 1994, marzec–kwiecień.
- F. Bławat, *Przedsiębiorca w teorii przedsiębiorczości i praktyce małych firm*, Gdańskie Towarzystwo Naukowe, Gdańsk 2003.
- S. Faris, *Are entrepreneurs born or made?*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999, <http://www.celcee.edu/products/digest/99Dig-1.html>.
- T. Gruszecki, *Przedsiębiorca*, Cedor, Warszawa 1994.
- M.F.R. Kets de Vries, *The dark side of entrepreneurship*, „Harvard Business Review” 1985, nr 6.
- T. Kraśnicka, *Wokół pojęcia przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 6.
- A.J. Mayo, N. Nohria, *Czas rekinów. Liderzy amerykańskiego biznesu*, Harvard Business School Press, Helion, Gliwice 2007.
- E. Otolinski, *Istota i kreowanie przedsiębiorczości*, „Przegląd Organizacji” 1996, nr 6.
- K. Safin, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – próba systematyzacji*, [w:] K. Jaremczuk (red.), *Rozwój Przedsiębiorczości*, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2004.
- J.A. Timmons, *The entrepreneurial mind: winning strategies for starting, renewing and harvesting new and existing ventures*, <http://www.celcee.edu/books/c96055.html>.

Netografia

Consortium for Entrepreneurship Education, <http://www.entre-ed.org/>.

■ Abstract

The basic information about entrepreneurship education and binding standards can be the main factors which influence the development of entrepreneurship. Creative thinking and treating entrepreneurship as a lifelong learning process can also play an important role.

■ Nota o Autorce

Autorka jest pracownikiem Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, w Katedrze Zarządzania Strategicznego. Zajmuje się problematyką przedsiębiorczości, zarządzania małą firmą oraz zarządzania strategicznego. Te zainteresowania znalazły odzwierciedlenie w publikacjach oraz pracy doktorskiej z tematyki zarządzania strategicznego w małych firmach.

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży w rodzinie, szkole i uczelni

W pierwszej części opracowania autor definiuje różne sposoby rozumienia wielu kategorii przedsiębiorczości, koncentrując się głównie na zdefiniowaniu przedsiębiorczości osobistej. W konsekwencji skupia się na podstawowych czynnikach decydujących o przedsiębiorczości osobistej. Szczególną uwagę poświęca jednak systemowi wychowawczemu. Prezentuje także wiele sposobów i porad, jak kształtować przedsiębiorczość uczniów i studentów w szkole i w czasie studiów.

Pojęcie i rodzaje przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość jest wieloznaczną i wielowymiarową kategorią ekonomiczną, socjologiczną i psychologiczną, a więc trudną do jednoznacznego zdefiniowania.

W znaczeniu ekonomicznym niektórzy nazywają tak założenie własnej firmy po to, aby pracować „na swoim”, zamiast u kogoś innego. Motywem takiego postępowania jest najczęściej chęć wyzwolenia się spod dominacji szefa i samodzielne dążenie do zdobycia majątku. Przedsiębiorczość w sensie ekonomicznym polega zatem na procesie rozpoczynania działalności gospodarczej, a więc na organizowaniu niezbędnych zasobów i podejmowaniu związanego z tym ryzyka w celu uzyskania godziwej zapłaty. Również w tym znaczeniu H.H. Stevenson, M.J. Roberts i H.J. Grousebeck definiują przedsiębiorczość jako proces polegający na dążeniu do wykorzystania okazji i zaspokojenia swoich potrzeb poprzez stosowanie innowacji bez względu na posiadane zasoby. Idąc dalej, można powiedzieć słowami S. Kwiatkowskiego, że przedsiębiorczość ekonomiczna to bardzo często *tworzenie czegoś z niczego*, a więc powoływanie do życia firmy lub realizacja jakiegoś przedsięwzięcia bez wystarczającego kapitału. Można zatem paradoksalnie powiedzieć, że czynnikiem niejako wymuszającym przedsiębiorczość ekonomiczną jest inicjatywa i odwaga tworzenia przedsiębiorstwa mimo braku lub niedostatku środków finansowych. Odbyna się to często w momencie utraty pracy i groźby stania się bezrobotnym, który wymusza podjęcie działalności na własny rachunek.

Warunkiem koniecznym i pierwotnym przedsiębiorczości ekonomicznej polegającej na utworzeniu własnego przedsiębiorstwa jest posiadanie wcześniej przez właściciela przedsiębiorczości osobistej. Jest to skomplikowana kategoria socjologiczna i psychologiczna odnosząca się jednak nie tylko do działalności gospodarczej. W dzisiejszym świecie pogoni za sukcesem, przedsiębiorczość osobista jest potrzebna w każdej ludzkiej działalności, a więc nie ogranicza się ona jedynie do przedsiębiorczości ekonomicznej.

Tadeusz Kotarbiński identyfikuje przedsiębiorczość osobistą przede wszystkim przez pryzmat osoby pełnej inicjatywy, postrzeganej jako człowiek wypełniony energią i aktywnością, który w sposób samoradny i energiczny podejmuje oraz uruchamia realizację różnych zamierzeń. Chodzi o to, aby nie czekając na czyjeś nakazy, presję lub podszepty, samemu w sposób twórczy i energiczny inicjować nowe, ważne i pożyteczne przedsięwzięcia. Wynika stąd, że wśród cech osoby przedsiębiorczej T. Kotarbiński wyraźnie afirmuje inicjatywę i energiczność, które zapoczątkowują i uruchamiają dane zamierzenie oraz nadają pierwotnemu pomysłowi cech realności.

Różne współczesne słowniki języka polskiego oraz słowniki synonimów bardzo szeroko definiują przedsiębiorczość osobistą. Sprowadzają ją do szeregu cech osobowościowych, a w szczególności do:

- zapobiegliwości, zaradności, energiczności, prężności, rzutkości, dynamiczności, obrotności, pracowitości, wytrwałości w dążeniu do celu;
- inicjatywy (podejmowania inicjatyw, posiadania ducha inicjatywy), aktywności, ruchliwości w przedsięwzięciach, wykorzystywania szans i okazji, gotowości do podejmowania ryzyka, operatywności;
- pomysłowości, pojętności, inwencji twórczej, innowacyjności, umiejętności radzenia sobie w różnych sytuacjach;
- samodzielności, potrzeby osiągnięć;
- bystrości, błyskotliwości, a nawet sprytu.

Przeciwieństwem przedsiębiorczości osobistej jest zazwyczaj: bezradność, niezaradność, nieudolność, bierność, lenistwo, ośpałość, gnuśność, próżniactwo, pasywność, apatyczność, zaniedbanie, asekurantwo, tchórzliwość itp.

Główne czynniki kształtujące przedsiębiorczość osobistą

Uważa się, że przedsiębiorczość osobista jest w większym lub mniejszym stopniu naturalnym atrybutem każdego człowieka. Jest cechą wrodzoną, którą można potem bądź to doskonalić, bądź zaniedbać. Wszystko zależy przede wszystkim od naszego wychowania w rodzinie i w szkole, a także od nas samych, czyli od naszej woli i skłonności do wysiłku, który wkładamy w proces samodoskonalenia i świadomego uczenia się różnych proaktywnych i proprzedsiębiorczych zachowań.

Przedsiębiorczość osobista polega na dążeniu do ciągłego wykraczania nie tylko poza standardowe zachowania innych ludzi, ale także poza swoje dotychczasowe osiągnięcia, doświadczenia i przyzwyczajenia. Są to zatem akty spontanicznego samotworzenia nowych i pożytecznych, dotychczas niespotykanych zachowań i rozwiązań. Skąd jednak bierze się ta ponadprzeciętna pomysłowość, inicjatywa, aktywność, zaradność, bystrość, samodzielność i chęć działania? Na to pytanie bardzo trudno znaleźć jednoznaczną i pełną odpowiedź.

Wyjątkowo ważnym i dotychczas nierozstrzygniętym zagadnieniem są czynniki generujące przedsiębiorczość osobistą, czyli warunki jakie powinny zaistnieć, aby mogła pojawić się i rozwijać się przedsiębiorczość. Istnieje w tym zakresie bardzo wiele teorii, które jednak nie do końca wyjaśniają to skomplikowane zjawisko. Podejmując trud i zuchwałstwo związane z próbą rozwiązania tego problemu, pozwalamy sobie zaryzykować stwierdzenie, że przedsiębiorczość osobista (PO) jest funkcją co najmniej kilku istotnych czynników, a mianowicie:

$$PO = F(G, IQ, IE, W, M)$$

Pierwszym czynnikiem nieprzesądzającym w pełni o przedsiębiorczości osobistej są geny (G). Potomek wielkiego przedsiębiorcy i biznesmena nie musi jednak dziedziczyć cech swego utalentowanego rodzica, chociaż pewne predyspozycje zawsze w jakimś stopniu przejmują. Brak jest znaczących badań na temat tego, w jakim stopniu cechy te wykształcają się u poszczególnych potomków. Niektórzy szacują, że wpływ cech dziedzicznych na późniejsze zachowania przedsiębiorcze waha się w granicach od 20 do 50 procent. Stąd nawet w rodzinach wybitnych przedsiębiorców trafiają się kompletni nieudacznicy biznesowi.

Bez wątpienia ważną sprawą jest inteligencja ogólna (IQ), bez której raczej trudno sobie wyobrazić osiągnięcie sukcesu w jakiejkolwiek dziedzinie życia (wyjątkiem są tacy samorodni twórcy, jak np. Nikifor). Trzeba jednak zwrócić uwagę na to, że osoby z wysokim ilorazem inteligencji ogólnej niejednokrotnie wcale nie stają się wybitnymi biznesmenami, jeśli brakuje im inteligencji emocjonalnej (IE). Zdaniem psychologów, ta ostatnia liczy się w życiu często bardziej niż inteligencja ogólna. Ostatnie badania naukowców z Ohio State University dowiodły, że o dużych zarobkach i sukcesach w życiu w wyższym stopniu niż inteligencja ogólna decyduje tryb życia, a zwłaszcza wychowanie, przyzwyczajenia i właśnie inteligencja emocjonalna. W przypadku tej ostatniej chodzi w skrócie o umiejętność rozpoznawania i rozumienia własnych i cudzych emocji oraz panowania nad nimi, która umożliwia dobrą współpracę z innymi ludźmi. W szczególności osoby wytwarzające wokół siebie ciepło, radość i chęć udzielania pomocy innym ludziom otwierają duże pole dla kształtowania swojej przedsiębiorczości osobistej.

Równie ważnym czynnikiem wywierającym wpływ na przedsiębiorczość osobistą jest bez wątpienia wiedza i wykształcenie (W), chociaż każdy może wskazać bardzo wiele przypadków ludzi słabo wykształconych, którzy dzięki pracy nad sobą stali się wybitnymi mężami stanu, handlowcami, finansistami itp. Także odwrotnie, wiele osób wysoko wykształconych nie może się pochwalić jakimikolwiek osiągnięciami. Mimo tego większość przedsiębiorców posiada jednak wyższe wykształcenie oraz przejawia chęć ciągłego zdobywania wiedzy.

Wreszcie bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na przedsiębiorczość osobistą jest motywacja (M), bez której nawet silne predyspozycje genetyczne, wysoki iloraz inteligencji oraz znacząca wiedza i wysokie, wszechstronne wykształcenie mogą niewiele znaczyć. Można zaryzykować twierdzenie, że dopiero wysoka motywacja osobista uruchamia potencjał tkwiący we wszystkich poprzednio wymienionych czynnikach przedsiębiorczości osobistej.

Jeśli bliżej przyjrzymy się konfiguracji wszystkich czynników kształtujących przedsiębiorczość osobistą, dojdziemy do wniosku, że zarówno inteligencja emocjonalna, jak i w znacznym stopniu wykształcenie i wiedza, a także motywacja zależą głównie od sposobu wychowania. Dlatego w dalszej części opracowania więcej uwagi poświęcimy właśnie systemowi wychowawczemu stosowanemu w rodzinie, w szkole i w uczelni.

System wychowawczy jako źródło przedsiębiorczości osobistej

Badania nad przedsiębiorczością dowodzą, że określony typ środowiska rodzinnego, edukacyjnego, kulturowego i społecznego może sprzyjać lub przeszkadzać rozwijaniu cech przedsiębiorczych. Niektórzy uważają, że pierwotne jest jednak środowisko społeczne, a zwłaszcza system wartości dominujący w rodzinie i szkole, ponieważ przedsiębiorczość osobistą można kształtować od najmłodszych lat, a nawet uczyć jej w szkole, a potem na studiach.

Przedsiębiorczości osobistej, w tym także inteligencji emocjonalnej należy uczyć już w szkole. Chodzi w szczególności o uświadomienie młodym ludziom, a nawet o nauczenie ich planowania sobie życia oraz o pokazanie im mądrej i inteligentnej drogi realizacji swoich marzeń i celów życiowych. Mało kto (a zwłaszcza młody człowiek) zdaje sobie sprawę z tego, że istnieją w życiu dwa ważne momenty: chwila narodzenia oraz moment uświadomienia sobie tego, po co człowiek żyje. Tej drugiej chwili wiele osób, niestety, nigdy nie doświadcza. Dlatego możliwie wczesne uświadomienie nastolatkom tych faktów jest bardzo ważne. Jeśli to wiemy i jeśli cele są odpowiednio atrakcyjne, możemy w sposób aktywny, przedsiębiorczy i z pełnym zapamiętaniem podjąć się ich realizacji. Chodzi o to, aby – mówiąc słowami prof. Janusza Czapińskiego – nauczyć ich konstruowania ze swego życia spirali w górę, która jeśli się uda, wiedzie ich coraz wyżej i wyżej.

Trzeba zwrócić młodym ludziom uwagę, że – mówiąc brutalnie – życie bez celu jest życiem bez sensu. Równie wymowne jest w tej kwestii polskie przysłowie, mówiące że *Kto nie wie dokąd idzie, znajdzie gdzie indziej*. Należy zatem skłonić młodego człowieka do częstego zadawania sobie kilku pytań :

- dlaczego robię właśnie to, co robię, a czego bardzo nie lubię?
- co innego mógłbym robić, co lepiej pasuje do mojej osobowości i co jest zgodne z moimi talentami?

Zachowania człowieka, który nie wyznacza sobie celów, są kształtowane nie przez to, co chciałby robić, ale przez to, co mu przynosi życie. Wpada wówczas w codzienne, bezmyślne odrabianie zadań, których wcale nie chciał i które nie dają żadnej satysfakcji. Wtedy życie samo wypełnia pustkę mentalną, narzucając mu zachowania, których nie pragnął, ale musi realizować. Człowiek staje się bezwolnym „korkiem na wodzie miotanym falami życia” bez celu i bez sensu. Aby do tego nie dopuścić, trzeba starać się być kowalem swego losu, czyli świadomie kształtować swój czas.

Przedsiębiorczość wymaga optymizmu, który sprzyja sukcesom i dlatego należy się go uczyć. Sukces w życiu zależy nie tyle od inteligencji w ogóle, co od inteligencji emocjonalnej, a szczególnie od sposobu myślenia o świecie oraz od pozytywnego nastawienia do innych. To pozwala działać w nadziei, że wyznaczone cele uda się zrealizować mimo licznych przeszkód. Nawet jeśli coś się nie udaje, optymista ocenia takie sytuacje jako przejściowe, stanowiące kolejne doświadczenia na drodze do sukcesu. Dlatego korzystając z mądrych podpowiedzi rodziców i nauczycieli, należy możliwie wcześniej przyjąć optymistyczny sposób myślenia. Ważną rolę w tym procesie mają do spełnienia zwłaszcza szkoła i uczelnia. Poprzez kształtowanie wysokiej motywacji, samooceny i wiary w swoje możliwości można wykrzesać w młodym człowieku wiele entuzjazmu i siły, aby mógł wziąć swoje losy we własne ręce. Wysoka samoocena i motywacja są pożywką dla przedsiębiorczości osobistej potrzebnej do sterowania swoim losem.

Ktoś, kto nie jest świadomy swoich celów, wypełnia życie działaniami przypadkowymi, na które nie ma wpływu. Tymczasem my sami możemy, a właściwie powinniśmy, układać sobie scenariusz życia. Również szkoła lub uczelnia powinna nam pomagać w wybieraniu celów bardziej chwalebnych i trudnych, ale lepiej dostosowanych do wrodzonych talentów oraz możliwości intelektualnych. Cele trudne, lecz osiągalne, bardziej motywują do wysiłku i dają lepsze wyniki. Poprzeczkę postawioną zbyt nisko łatwo przeskoczyć, co nie daje satysfakcji i niczego dobrego nie uczy. Człowiek zostaje wtedy karzełkiem na całe życie. Tylko wielokrotnie powtarzane próby przeskoczenia poprzeczki zawieszanej wysoko, ale na miarę naszych możliwości, przynoszą pełnię zadowolenia i wiary w siebie. System starannie obmyślonych małych kroczków daje w dłuższym okresie wspaniałe sukcesy. Każdorazowe ustawianie poprzeczki należy jednak

pozostawić samemu zainteresowanemu bez siłowego narzucania mu czegośkolwiek. Można jednak podpowiadać i doradzać, a także zachęcać do większego wysiłku. Nieproponowanie młodemu człowiekowi niczego dodatkowego poza szkołą, tylko dlatego, aby nie zabierać mu dzieciństwa, skazuje go na dryfowanie po morzu łatwizny i bezradności w życiu dorosłym. Taki człowiek nigdy nie będzie przedsiębiorczy i nigdy wiele w życiu nie osiągnie.

Dużą rolę w kształtowaniu przedsiębiorczości ludzi odgrywa kultura i warunki materialne, w których dany człowiek został wychowany. Zdaniem psychologów, ludzie wychowywani w kulturze świadomego rozpieszczania i zbyt cieplarnianych warunkach mają mniejsze predyspozycje do rozwoju swojej przedsiębiorczości. Jeśli mają dostatek dóbr na wyciągnięcie ręki, nie mają potrzeby walki i dążenia do zdobywania czegoś ponadto. Nie mają zresztą okazji do czynienia tego, bo niemal wszystko jest im z góry dane.

Ponieważ psychologowie uważają, że czynniki genetyczne wpływają na pewne cechy osobowościowe, takie jak np. inteligencja ogólna czy przedsiębiorczość, raczej w niewielkim stopniu, o reszcie decydują warunki wychowawcze i środowiskowe. Na życie dziecka i nastolatka oraz na jego rozwój wpływają oczywiście niezliczone czynniki, których siły nie da się określić liczbowo w konkretnym przypadku. Niektórzy psychologowie ostrzegają jednak, że wysoki status materialny i zbyt dobre warunki wychowawcze wcale nie muszą przekładać się na wysoką motywację do nauki, inteligencję oraz aktywność życiową. To, że rodzice dają dziecku wszystko, poświęcając się materialnie, moralnie i psychicznie ponad siły i rozsądek owocuje nieraz niewdzięcznością, niewłaściwym zachowaniem i cechami osobowości zupełnie nieprzystającymi do oczekiwań.

Jednym z ważnych czynników kulturowych i społecznych osłabiających przedsiębiorczość osobistą jest beztroskie dzieciństwo i dość powszechnie lansowana przez niektórych rodziców koncepcja bezstresowego wychowywania dzieci. Tymczasem beztroskie dzieciństwo pozbawione jakiegokolwiek wysiłku i problemów wymyślili raczej nie najmądrzejsi rodzice, którzy rozpowszechniają poglądy, że uczciwa praca i nauka, połączone z konkurencją w szkole są rzekomo szkodliwe dla rozwoju dziecka. Z kolei niektórzy bogaci rodzice kierują się chęcią dania swym, najczęściej jednakom, wszystkiego, czego tylko zapragną i czego sami w dzieciństwie nie mieli. W rezultacie dzieci takie nie muszą ani w domu, ani w szkole wykonywać żadnych obowiązków, żyjąc w cieple i wygodzie. Zresztą nie mogą tego robić, bo telewizor i komputer oraz bawienie się różnymi zabawkami cywilizacyjnymi, a także bogate życie towarzyskie pochłaniają im cały czas, którego już nie wystarcza na żadne obowiązki. W związku z tym na wszelkie uwagi i wymagania rodziców oraz nauczycieli reagują agresją, buntem i arogancją. W ten sposób powoli rośnie pokolenie najbardziej rozpieszczonych i niewychowanych dzieciaków w historii ludzkości, z których później rekrutuje się armia nieudaczników i bezrobotnych, a więc ludzi biernych i nastawionych roszczeniowo do świata. Takie zachowania nie zapewniają młodym ludziom prawidłowego rozwoju osobistego i życiowego sukcesu. Ponieważ nigdy wcześniej nie musieli o nic walczyć, uważają że wszystko im się należy – zarówno od rodziców, jak i od władz. Przez to osłabieniu ulega ich przedsiębiorczość osobista, tak potrzebna potem w dorosłym życiu, a zwłaszcza w biznesie.

Mówiąc o korzystaniu przez dzieci i młodzież z telewizji psychologowie zwracają uwagę, że młode osoby, które siedzą przed telewizorem dłużej niż 3 godziny dziennie mają problemy z nauką oraz koncentracją w szkole. Problem dotyczy zresztą nie tylko długości czasu, który spędzają przed szklanym ekranem. Okazuje się, że nie czerpią żadnej wiedzy z audycji, gdyż fascynuje ich głównie bierne oglądanie płytkich programów rozrywkowych. Ma to potem wpływ również na ich dorosłe życie, w którym trzeba jednak pewnego wysiłku, aby dostać się

na studia i aktywnie zdobywać wiedzę, a następnie piąć się w karierze zawodowej. Brak też u młodzieży, a nawet studentów szaleństwa samodzielnego czytania, które jeszcze 20–30 lat temu kształtowało młodą wyobraźnię, pęd do działania i przedsiębiorczość. Świetne książki biograficzne o szlachetnych bohaterach pełnych werwy i zapału wyrabiały w młodzieży hart ducha, aktywność i wolę walki oraz chęć zdziałania czegoś wielkiego w słusznej sprawie. Teraz nawet wśród lektur obowiązkowych trudno znaleźć podobne pozycje literackie.

Wspominając o czytelnictwie wśród młodzieży, warto zwrócić uwagę na niepokojące zjawisko ciągłego obniżania się skali korzystania przez nastolatków, a nawet studentów ze źródeł pisanych. Z anonimowych ankiet przeprowadzonych ostatnio wśród studentów kilku uczelni wyłania się przerażający obraz czytelnictwa. Okazuje się, że 58% studentów nie czyta żadnej gazety codziennej, a 52% żadnego tygodnika. Poza tym aż 38% przyznało się, że w okresie ostatniego roku nie przeczytało żadnej książki beletrystycznej. Skąd więc mają czerpać wzory przedsiębiorczości osobistej, nie mówiąc o konieczności ciągłego ładowania akumulatorów wiedzy?

Trzeba przyznać, że dramatycznie pogarszają się w rodzinach i w szkołach warunki zdrowotne sprzyjające kształtowaniu inteligencji emocjonalnej oraz przedsiębiorczości osobistej młodzieży. Jak można tego wymagać od młodych ludzi, skoro zdaniem psychologów już połowa nastolatków i 20% studentów przejawia oznaki depresji, a co trzeci przyznaje się do myśli samobójczych. Poza tym zdaniem psychiatrów, wyrażonym w Programie Ochrony Zdrowia Psychicznego na lata 2008–2012, sporządzonym na zlecenie Ministerstwa Zdrowia, już prawie milion nastolatków wymaga stałej opieki psychiatrycznej. Wynika to częściowo z zapracowania rodziców, pochłoniętych robieniem kariery albo pogonią za pieniędzmi, dużego bezrobocia, problemów alkoholizmu itp., które utrudniają, a nieraz wręcz uniemożliwiają, właściwe sprawowanie funkcji wychowawczych. Rodzice tłumaczą się, że nie mają czasu porozmawiać ze swoim dzieckiem i wysłuchać jego problemów, które go przerosły. Brak czasu jest jednak często urojony, ponieważ znaczną jego część poświęcają oglądaniu jałowych programów telewizyjnych i bawieniu się komputerem lub zbyt bogatemu życiu towarzyskiemu. Prawdziwej i przyjacielskiej rozmowy ze strony rodziców nie zastąpi młodemu człowiekowi nawet wysokie kieszonkowe oraz zwolnienie z wykonywania wszelkich obowiązków domowych. Wprost przeciwnie, młodzi ludzie stają się wtedy jeszcze bardziej zamknięci w sobie, krnąbrni, wymagający, zaborczy i egoistyczni. Wszystkie te cechy są przecież przeciwieństwem przedsiębiorczości osobistej, która rodzi się dzięki wysokiej, zdrowej motywacji stymulowanej przez rodziców i wychowawców. Również nauczyciele unikają szczerych rozmów, dyskusji i prawdziwych kontaktów ze swymi wychowankami.

Wiele nastolatków ogarnia poczucie osamotnienia i zagubienia, prowadzące do wniosku, że nie mają po co żyć. Zamiast szukać pomocy u dorosłych wpadają w depresję, decydują się na rozwiązania skrajne, którymi są ucieczki z domu, wagarowanie, narkotyki, a nawet samobójstwo. Mało kto wie, że już 40–50% dzieci w szkołach podstawowych nie ma poczucia sensu życia, a 30% miewa również myśli samobójcze. Jak w takiej sytuacji myśleć o wyrabianiu u młodzieży przedsiębiorczości osobistej? Bezradni, a nawet nieświadomi tego są rodzice i nauczyciele, choć to do nich przede wszystkim należy kształtowanie prawidłowych wzorców zachowań swoich podopiecznych. Pewnym rozwiązaniem jest model tradycyjnej, wielopokoleniowej rodziny, w której ratunkiem może być babcia lub dziadek. Zawsze można do nich przyjść i się zwierzyć, bo mądrość i doświadczenie dziadków wcale nie jest ludowym mitem. Dzięki temu depresje u młodzieży występują w takich rodzinach bardzo rzadko. Ale czy dziadkowie wychowywani kiedyś w zupełnie innych warunkach są w stanie sprostać wszystkim wyzwaniom przedsiębiorczo-

ści stawianym dzisiaj młodym ludziom przez konkurencję szalejącą na globalnym rynku? Mogą to zrobić wyłącznie światli rodzice i nauczyciele o wysokim ilorazie inteligencji emocjonalnej, a zwłaszcza empatii, której im brakuje i której trzeba ich samych dopiero uczyć.

Warto odpowiednio wcześniej uczyć dzieci i nastolatki umiejętności gospodarowania pieniędzmi. Dzięki temu młody człowiek ma szansę nauczyć się trudnej sztuki planowania i wydawania pieniędzy, samodzielności, oszczędności i przedsiębiorczości w gospodarowaniu finansami. Trzeba jednak przestrzegać pewnych zasad, aby nie wypaczyć idei wychowywania w duchu gospodarności i zapobiegliwości. W szczególności psychologowie uważają, że nie należy:

- dawać pieniędzy za wykonywanie przez dziecko normalnych obowiązków (wyrzucanie śmieci, podlewanie kwiatków, odrabianie zadań, sprzątanie swego pokoju itp.);
- płacić za dobre stopnie w szkole, bo pieniądze nie mogą być jedyną motywacją do wywiązywania się ze szkolnych obowiązków;
- dawać, zwłaszcza małym dzieciom, zbyt dużych pieniędzy, natomiast trzeba robić to częściej, np. co tydzień 5–10 złotych albo co dwa tygodnie po 20;
- dawać dodatkowych kwot tylko dlatego, że dziecko już dość niefrasobliwie wydało posiadane oszczędności (godząc się na dodatkowe wypłaty, nie nauczymy dziecka gospodarności);
- zabraniać dziecku samodzielnego finansowania swoich drobnych zachcianek, takich jak: lody, lizaki, guma do żucia, bilet do kina itp. (w razie chęci zakupu wymarzonego ciuszka lub zabawki można w uzasadnionych przypadkach się jedynie dołożyć);
- narzucać dziecku w każdym przypadku własnego zdania w kwestii wydawania pieniędzy, co nie przekreśla konieczności tłumaczenia mu np. szkodliwości kupowania łakoci lub fast foodów;
- wypłacać kieszonkowego, w razie gdy dziecko dopuszcza się bardzo poważnych wykroczeń np. wagarowania, sięgania po papierosy itp.;
- wstrzymywać kieszonkowego za słabe stopnie, gdyż może to wręcz pogłębić problemy dziecka (warto jednak na ten temat z nim rozmawiać, pytając, jak poradzi sobie z tym problemem);
- zabraniać dziecku zarabiania pieniędzy przez podejmowanie różnych drobnych prac, dostosowanych jednak do jego możliwości (roznoszenie ulotek, gazet, podlewanie u kogoś kwiatków itp.), poprzez pracę dziecko poznaje źródła bogacenia się oraz wartość pracy i pieniędzy.

Okazuje się, że w Chinach nie zdaje egzaminu polityka planowania rodziny zmierzająca do posiadania jedynaków. Kiedyś w tym wielkim kraju liczne potomstwo było synonimem szczęścia i pomyślności. Teraz pojawiło się jednak pokolenie rozpieszczonych jedynaków, zwanych „małymi cesarzami”, o których mówi się, że w miarę dorastania stają się egoistami o niskim ilorazie inteligencji emocjonalnej i społecznej. Mają wszystko, z nikim nie muszą się w rodzinie dzielić i z nikim liczyć oraz wszystko im się należy. Tak więc ciągle malejąca, zresztą również w Polsce, wielodzietność nie sprzyja kształtowaniu przedsiębiorczości młodych ludzi.

Młodzi polscy studenci wyjeżdżający za granicę, pytani tam o swoje dotychczasowe doświadczenia zawodowe, robią ze zdumienia wielkie oczy, dowiadując się, że młodzież zachodnia, pochodząca nawet z bogatych domów, pracuje dorywczo w różnych firmach z reguły już od 14 roku życia. Pracują najczęściej w barach, restauracjach, redakcjach gazet, organizacjach

charytatywnych, szpitalach itp. Uczą się i studiują na ogół daleko od swojego domu rodzinnego, więc muszą zarobić na utrzymanie i drobne wydatki. W ten sposób nabywają doświadczenia i zaradności życiowej, która jest później tak potrzebna w dorosłym życiu.

Pokolenie przesytu konsumpcyjnego i tzw. bezstresowego wychowania, nazywane na zachodzie „generacją Y”, pozbawione jest często takich wartości, jak: szacunek do pracy, inicjatywa, uczciwość, współczucie, przyjaźń, praca zespołowa, empatia, porządek i dyscyplina, czy wartość samodzielnie zarobionych pieniędzy. Z ostatnich badań psychologów amerykańskich, przeprowadzonych wśród dorosłych wynika, że ci, którzy w dzieciństwie doświadczali zbytnej pobłażliwości i wolności ze strony rodziców i nauczycieli znacznie gorzej radzili sobie z wyzwaniami w pracy i w ogóle w dorosłym życiu. Ci, którzy za młodu otrzymywali wszystko zbyt łatwo i za wcześnie, częściej doznawali rozczarowań i niepowodzeń życiowych. Mieli też na ogół roszczeniowy stosunek do świata, który uniemożliwia osiąganie sukcesów. Częściej również byli pacjentami przychodni psychologicznych, psychiatrycznych, instytucji charytatywnych oraz różnych ośrodków pomocy społecznej.

Zbytняя pobłażliwość i usługowość rodziców wobec dzieci rodzi w nich postawy egoistyczne i bierność oraz chorobliwą koncentrację na własnej osobie. Tacy ludzie siedzą później bezczynnie i tylko ciągle martwią się o zasiłki, zamiast aktywnie szukać rozwiązań i próbować zmienić swój los na lepszy. Nie wywiązują się także z obowiązku opieki na swymi starymi i często niedołężnymi rodzicami.

Dzisiaj uważa się, że zamiast niezdrowej i przesadnej troski rodziców o dzieci trzeba obarczać je, od najmłodszych lat obowiązkami i zagrzewać do walki, a nie usuwać spod nóg wszystkie przeszkody. Mówi o tym japońskie przysłowie, z którego wynika, że: *Młode drzewko niesmagane deszczem i wichrem rzadko kiedy wyrasta na silne i zdrowe*. Nie inaczej wyrażono to w polskim przysłowiu głoszącym, że: *Czym skorupka za młodu nasiąknie, tym na starość trąci*. Tylko w taki sposób rodzi się już w młodości cecha zdrowej przedsiębiorczości osobistej, tak później potrzebnej w życiu dorosłym.

Równie zły wpływ na przedsiębiorczość osobistą młodych ludzi ma często spotykane strofowanie ich przez rodziców lub wychowawców albo bezustanne stosowanie nakazów i zakazów bez pozostawiania im jakiegokolwiek swobody i własnego zdania. Jeżeli w dodatku młody człowiek ciągle tylko słyszy: „tego nie dotykaj”, „zostaw to”, „nie poplam”, „pośpiesz się”, „zjedz wreszcie”, „wstań”, „usiądź”, „zrób to, czy tamto”, wówczas staje się bezwolną i beznamiętną istotą pozbawioną wszelkiej inicjatywy i samodzielności. Niejednokrotnie takie postępowanie rodziców opatrywane jest także epitetami w rodzaju: „ty leniu”, fajtłapo, brudasie, gamoniu, nieudaczniku, niezdarze”, co sprawia, że nastolatek zaczyna w to autentycznie wierzyć. Wtedy nic już nie uratuje go od totalnego zniechęcenia, a nawet depresji czy choroby psychicznej oraz poważnych następstw na całe życie.

W niektórych rejonach Japonii popularna stała się prosta metoda wychowawcza, stosowana od najmłodszych lat życia dziecka, znana pod nazwą „metody 10 S”. Jej zadaniem jest wpajanie dzieciom i młodzieży takich cech i cnót charakteru, jak: inicjatywa, aktywność, spryt, pracowitość, innowacyjność, samodzielność itp., będących w jakimś sensie synonimami przedsiębiorczości osobistej. Zwrot „10 S” oznacza dziesięć podstawowych słów japońskich, które odpowiadają takim naszym pojęciom, jak:

- samodzielność, spryt i zaradność,
- sumienność,
- staranność i skrupulatność,
- samodyscyplina i samozaparcie,

- schludność i czystość,
- sprawność działania,
- samodoskonalenie w nauce i w pracy,
- szlachetność, serdeczność i uczynność,
- solidarność, społeczność i zespołowość,
- skromność, słowność i posłuszeństwo.

Te proste cechy są wpajane dzieciom i młodzieży już od najmłodszych lat, najpierw w czasie zabawy, a później w trakcie wykonywania drobnych obowiązków domowych i szkolnych, aby „weszy im w krew” i stały się codziennym nawykiem. Później mają być przydatne w życiu oraz w pracy zawodowej i społecznej. To właśnie na kanwie tych cech powstają później w przedsiębiorstwach japońskich słynne koła jakości oraz system *kaizen*, będący społecznym i powszechnym ruchem ciągłego doskonalenia wszystkiego dookoła. Dzięki tym walorom i cnotom, produkty japońskie słyną w świecie z doskonałej jakości i oryginalności rozwiązań. Nie zrodziły się one samoistnie z niczego, ale wykształcały się przez pokolenia w procesie żmudnego procesu wychowawczego.

W USA prawie połowa Amerykanów to aktywni wolontariusze, którzy przynajmniej raz w tygodniu świadczą bezinteresownie pomoc sąsiadom, osobom starszym i niepełnosprawnym oraz wszystkim tym, którzy jej potrzebują. W dodatku powszechne jest spontaniczne sprzątanie w wolnych chwilach własnego otoczenia, a nawet osiedla, w którym się mieszka. Są to działania całkowicie dobrowolne i samorządne, podyktowane potrzebą chwili oraz uświęcone tradycją wynikającą z trudnego okresu pionierskiego zasiedlania kiedyś surowej natury. Aby wówczas przeżyć w tak trudnych warunkach, taka wzajemna, bezinteresowna pomoc sąsiedzka była absolutnie konieczna. Tradycja ta trwająca do dziś jest w dość religijnym społeczeństwie amerykańskim wyrazem miłości bliźniego. Wszystko to wyzwala i cementuje przedsiębiorczość osobistą, która potem przekłada się na życie zawodowe i społeczne.

W Polsce liczba osób skłonnych do świadczenia bezinteresownej pomocy innym, obcym ludziom jest symboliczna i ciągle maleje, a jeśli nawet takie osoby istnieją, to robią to głównie po to, aby zdobyć referencje i móc to udokumentować w CV, potrzebnym później przy ubieganiu się o pracę. Aż dziw bierze, że przy tak ogromnej skali bezrobocia w Polsce i masie osób rzekomo wyznających miłość bliźniego, liczba ludzi dobrej woli, wolontariuszy i społeczników skłonnych pomagać innym jest tak mała. Nadal wielu uważa, że altruizm albo praca „za friko” jest frajerstwem i nieporozumieniem, którym nie warto się zajmować. Tymczasem pole do popisu dla filantropii i aktywności społecznej, a przez to przedsiębiorczości osobistej jest w Polsce przeogromne. Ileż wokół nas jest osób starszych i niepełnosprawnych, które same nie potrafią sobie poradzić w wielu sprawach. Poza tym popatrzmy na wygląd naszych osiedli, parków, lasów, rzek, podwórek, a nawet na ulic. Jak wiele tam śmieci, gruzu, bałaganu i nieporządku. Prawie nikt z mieszkających tam lub przechodzących ludzi tego nie zauważa i nie jest przekonany, że to także i jego problem. W dodatku gdyby próbował coś z tym zrobić, uznano by go za naiwniaka, dziwolągę lub niespełna rozumu. A przecież przedsiębiorczość osobista zaczyna się już w dzieciństwie od troski o dobro wspólne oraz od walki ze złem i wszelkimi nieprawidłowościami w najbliższym otoczeniu. Obojętność społeczna i znieczulica lub egoistyczne zachowania skierowane wyłącznie na zapewnienie własnej wygody i korzyści są właśnie zaprzeczeniem przedsiębiorczości.

Głównym antagonistą przedsiębiorczości osobistej jest lenistwo, gnuśność i znieczulica społeczna. Ludzie leniwi nigdy nie realizują tak do końca swoich obowiązków, a w najlepszym przypadku robią to na poziomie minimum, a więc tak, aby nie narazić się na zarzut niesumien-

ności. Nigdy też nie spełniają oczekiwań swoich bliskich, ani szefów. Trudno więc, aby byli predestynowani do kariery i osiągnięcia sukcesów.

Na sukces w życiu mogą liczyć tylko ludzie starający się zawsze realizować podstawową zasadę sukcesu osobistego: *Obowiązki plus*.

Oznacza ona, że sukces życiowy osiągają tylko ci, którzy zwykle przekraczają swoje obowiązki oraz dają z siebie spontanicznie i samoradnie o wiele więcej, niż wynika to z ich powinności i oczekiwań otoczenia. Należą do nich przykładowo ci uczniowie lub studenci, którzy z własnej inicjatywy ścierają w sali wykładowej tablicę, gaszą po zajęciach światło, zamykają okna, drzwi, schylają się po papierek itp. Takich uczniów i studentów spotyka się dzisiaj już coraz rzadziej. Nie jest to, co prawda, ich powinnością, ale na takie sprawy nie zwraca się w szkołach i uczelniach w ogóle uwagi.

Przedstawiona zasada sukcesu osobistego: *Obowiązki plus*, zwraca uwagę, że nic nie rodzi się bez osobistej inicjatywy, dodatkowego wysiłku i samozaparcia, które cechują ludzi przedsiębiorczych. Pierwotnym kluczem do przedsiębiorczości jest kultura wychowania w rodzinie, w szkole czy w czasie studiów, polegająca na przyswojeniu sobie ważnej, chociaż prostej przecież filozofii inicjatywy, aktywności, zaradności i wzajemnej pomocy oraz gotowości do czynnego wspierania swoich najbliższych, a także osób zupełnie obcych potrzebujących pomocy. Takie postawy głoszą przecież wszystkie wielkie religie świata, a także logika i nasze zwykłe człowieczeństwo, a jednak nie potrafimy ani własnym przykładem, ani argumentami słownymi przekonać ludzi do tej oczywistości. Chodzi, mówiąc najprościej o to, aby wstając rano, albo idąc ulicą lub jadąc autobusem ciągle zadawać sobie pytanie: Co mogę dzisiaj, a nawet w tej chwili, zrobić dla innych? Nawet najmniejsze dziecko, a także osoba bezrobotna, zagubiona i zniechęcona do życia zawsze, jeśli tylko zechce, znajdzie odpowiedź na takie pytanie. Wystarczy tylko szerzej otworzyć oczy i serce, dostrzegając drugiego, potrzebującego bliźniego. Właśnie od tak prostych rzeczy zaczyna się przedsiębiorczość osobista i droga do sukcesu.

Elementarz osobistej przedsiębiorczości i sukcesu życiowego¹

1. Życie jest takie, jak twoje myśli, dlatego zawsze myśl pozytywnie, pozwalaj sobie na śmiałe marzenia i rób wszystko, aby to, co wydaje się niemożliwe, konsekwentnie przekształcać w rzeczywistość.
2. Zamiast czekać, aż coś się samo wydarzy, jasno planuj, a potem konsekwentnie realizuj swoje cele, bo życie bez celu jest życiem bez sensu.
3. Unikaj życiowego chaosu, to znaczy żyj mądrze i konsekwentnie według planów długoletnich, rocznych i dziennych, sporządzanych na piśmie, co przełóż się w końcu na konkretne osiągnięcia.
4. Pamiętaj o Zasadzie 20/80, która głosi, że 20% najważniejszych zadań decyduje w 80% o sukcesie i odwrotnie: 80% twoich wysiłków nie ma na sukces żadnego wpływu.
5. Ciągłe ładuj swój akumulator mądrości, czyli codziennie się ucz i dużo czytaj zgodnie z zasadą *120 minut plus*, a przez to stawaj lepszym, bo jeśli nie będziesz inwestował w siebie, będziesz nikim.

¹ Opracowanie własne autora.

6. Bądź kreatywny i innowacyjny, aby ciągle doskonalić swoje życie i wszystko, co robisz.
7. Rób z pasją i radością to, co robić musisz, bo tylko wtedy przestaniesz ciężko pracować.
8. Staraj się służyć innym i bądź dla nich dobry, czyli we wszystkim co robisz dostrzegaj bliźniego.
9. Zawsze dawaj z siebie więcej niż trzeba, czyli stosuj podstawową zasadę sukcesu: *Obowiązki plus*.
10. Nie zabijaj czasu i traktuj go jako bezcenny materiał, z którego zbudowane jest życie.
11. Aby nie zabrakło ci czasu na sprawy zasadnicze, zawsze wykonuj najpierw obowiązki, a potem przyjemności.
12. Nie byłoby sukcesów, gdyby nie było porażek, dlatego każde niepowodzenie traktuj jako kolejne doświadczenie i bodziec w dążeniu do celu.
13. Oceniaj wszystko, co robisz w kategoriach przyszłych korzyści, a nie teraźniejszych przyjemności i dokonuj w tym zakresie prawidłowych wyborów.
14. Bądź wewnętrznie zdyscyplinowany, dlatego rób wszystko przedtem niż potem, bo kto robi potem, ten legnie pod plotem.
15. Kiedy dopada cię nuda albo lenistwo, módl się słowami św. Tomasza, doktora kościoła: *Panie Boże, pozwól aby mi się tak chciało, jak mi się nie chce, bo szatański grzech lenistwa, gnuśności i zaniedbania jest źródłem wszelkiego zła, niegodziwości i porażek życiowych*.
16. Szukaj mądrych przyjaciół i ludzi nietoksycznych, aby wzajemnie wymieniać się mądrością, dobrocią i szczęściem.
17. Aby zostać milionerem, odkładaj i inwestuj na różnych lokatach długoterminowych zawsze co najmniej 10% tego, co zarabiasz.
18. Jeśli chcesz być bogaty zmniejszaj swoje potrzeby, a jednocześnie zwiększaj wysiłki na rzecz ich spełnienia.
19. Pokonuj wszelkie trudności i przeciwności, bo komu nic nie jest za trudne, temu wszystko się udaje.
20. Dbaj o zdrowie ciała i duszy, pamiętając, że najlepszymi lekarzami na świecie są: Doktor Dieta, Doktor Ruch i Doktor Dobry Humor, bo bez zdrowia, wszystkie dążenia do sukcesu będą tylko pustymi i bezsilnymi gestami.

Bibliografia

- H.H. Stevenson, M.J. Roberts, H.J. Grousebeck, *New Business Ventures and the Entrepreneur*, Irwin Homewood, 1989.
- S. Kwiatkowski, *Przedsiębiorczość intelektualna*, PWN, Warszawa 2000.
- R.W. Griffin, *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 1996.
- A.K. Koźmiński, *Zarządzanie w warunkach niepewności*, PWN, Warszawa 2004.
- S.P. Robbins, D.A. DeCenzo, *Podstawy zarządzania*, PWE, Warszawa 2002.
- B. Pietkiewicz, *Los do wybrania. Pomocnik psychologiczny*, Dodatek tygodnika „Polityka” 2007, nr 7.
- T. Kotarbiński, *Traktat o dobrej robocie*, Ossolineum, Wrocław–Warszawa–Kraków 1965.

■ Abstract

In the first part of the paper the author defines several meanings of entrepreneurship, focusing mainly on definitions of personal entrepreneurship. As a result, he analyses main factors of personal entrepreneurship. Particular attention is devoted to the bringing-up system. He also presents many ways and hints on how to shape entrepreneurship of pupils and students at school and during studies.

■ Nota o Autorze

Autor jest Kierownikiem Katedry Systemów i Metod Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Katowicach. W uczelni pokonał całą drogę – od asystenta do profesora zwyczajnego. Był przez 10 lat dziekanem i prodziekanem Wydziału Zarządzania w AE Katowice. Zanim podjął pracę na uczelni, pracował przez 14 lat w przemyśle. Posiada w swoim dorobku 420 publikacji, w tym 35 książek z zakresu zarządzania. W roku bieżącym obchodzi 50-lecie pracy zawodowej.



Formowanie postaw przedsiębiorczych w systemie kształcenia

W opracowaniu przedstawiono poglądy autora na znaczenie rozpoczęcia formowania postaw przedsiębiorczych na początku procesu kształcenia, tj. w pierwszych klasach szkoły podstawowej. Na przykładach konkretnych działań prowadzonych w WSB–NLU pokazuje metody kształtowania lub wzmocnienia postaw przedsiębiorczych. Autor formułuje tezy, które z czterech głównych postaw niezbędnych do efektywnej pracy w gospodarce opartej na wiedzy najmocniej wpływają na sukces konkretnego absolwenta uczelni, wzmacniając wywód przykładami z WSB–NLU.

Jednym z zasadniczych celów utworzonej 16 lat temu szkoły biznesu w Nowym Sączu było uzyskanie statusu szkoły elitarnej, a zarazem dostępnej dla młodzieży z rodzin niezamożnych. Elitarnej, nie w sensie niewielkiej, bardzo wyselekcjonowanej grupy studentów, ale poprzez wysoką i rozpoznawalną na rynku pracy jakość absolwentów. Szybki rozwój niepaństwowego szkolnictwa wyższego w połowie lat 90. oraz wzrost liczby uczelni państwowych oferujących studia na kierunkach biznesowych spowodował, że pomimo osiągnięcia przez Szkołę Nowosądecką mocnej marki, liczba kandydatów na studia osiągała zaledwie poziom zapewniający skuteczność finansową i na staranny wybór kandydatów nie było i nie będzie jeszcze przez minimum kilka lat szans.

W takiej sytuacji, aby uzyskać rozpoznawalną jakość absolwentów, musieliśmy znaleźć inne metody niż wstępna selekcja kandydatów na studia. Jednym z przyjętych przez nas narzędzi był rozbudowany system nauki języków obcych, szczególnie nauki języka angielskiego, który spowodował, że wszyscy absolwenci studiów stacjonarnych, kończyli i kończą studia z profesjonalną znajomością języka angielskiego. Drugie narzędzie było znacznie trudniejsze – kształtowanie postaw ułatwiających absolwentom uzyskanie sukcesów w pracy zawodowej. Z oczywistych powodów kształtowanie postaw przedsiębiorczych stało się w naszej Uczelni jednym z głównych tematów dyskusji, poszukiwania nowych rozwiązań. Opracowanie zawiera więc przemyślenia dotyczące kształtowania postaw przedsiębiorczych, będące rezultatem 15-letniej praktycznej działalności.

Jednym z wniosków wypływających z obserwacji zachowań studentów jest potrzeba, a wręcz konieczność, kształtowania postaw przedsiębiorczych w początkowym okresie rozwoju dziecka, najlepiej jeszcze w okresie przedszkolnym, a najpóźniej w pierwszych trzech latach edukacji szkolnej. Warto też przeanalizować doświadczenia innych, najlepiej państw o rozwiniętej powszechnej przedsiębiorczości. Niewątpliwie takim państwem są Stany Zjednoczone. Zdaniem autora opracowania, jedną z charakterystycznych cech gospodarki amerykańskiej jest inne

traktowanie przez Amerykanów sprawy upadłości, bankructwa małych firm. Z pewną przesadą można powiedzieć, że dla przeciętnego amerykańskiego przedsiębiorcy bankructwo jest normalnym zjawiskiem w biznesie, a następstwem bankructwa są nowe doświadczenia pozwalające uzyskać lepsze rezultaty w następnej tworzonej przez siebie firmie. Ciekawe jest porównanie szkół podstawowych. W Polsce panuje przeświadczenie że polskie szkoły uczą dzieci znacznie lepiej niż amerykańskie. Jako dowód podawane są liczne przykłady polskich uczniów, którzy w szkołach amerykańskich bardzo szybko zdobywają pozycję klasowych prymusów. W naszej uczelni mamy pozytywne doświadczenia z pracy ze studentami kończącymi amerykańskie szkoły średnie (przez wiele lat ok. 10% kandydatów na stacjonarne studia biznesowe kończyło szkoły średnie w USA). Tacy studenci są łatwo rozpoznawalni poprzez aktywność w czasie zajęć, potrafią nawet przerwać wykład prosząc o wyjaśnienie czy też dopowiadając komentarz. Są też wyraźnie aktywniejsi społecznie (taką aktywność definiujemy jako zaangażowanie w pozaklasową działalność w organizacjach studenckich) niż absolwenci polskich szkół średnich. Pozostaje na koniec fundamentalne pytanie, co takiego jest w systemie wychowania i edukacji w USA, że gospodarka amerykańska osiąga tak znaczące sukcesy, a gospodarka to nie tylko globalna korporacja, ale przede wszystkim dziesiątki milionów małych i średnich firm działających głównie na rynkach amerykańskich. Często w tym miejscu jako wytłumaczenie wymienia się drenaż mózgów, powodujący, że w korporacjach i na uczelniach pracują najzdolniejsi ludzie z całego świata. Ale ci ludzie nie tworzą i nie pracują w firmach sektora MSP. Tam pracują Amerykanie. Obserwacje autora i próby porównania obu systemów edukacji prowadzą do wniosku, że polska szkoła to szkoła nauczycieli, a szkoła amerykańska to szkoła uczniów. I że decydujący okres dla kształtowania postaw przedsiębiorczych to pierwsze klasy szkoły podstawowej. To wówczas, w sposób naturalny można najlepiej – przy aktywnym udziale rodziców wspierających nauczycieli – najszybciej i najłatwiej ukształtować cztery cechy, tj. odwagę osobistą, wiarę we własne możliwości, umiejętność rozwiązywania problemów i kreatywność, które później złożą się na postawę przedsiębiorczą u dorastającego i dojrzałego człowieka. Jednym z charakterystycznych wyróżników pedagogiki szkoły amerykańskiej jest przyjęcie założenia, że nie ma dzieci niezdolnych, że rolą nauczyciela jest pomoc uczniowi w odkryciu jego indywidualnych zdolności. Szkoła amerykańska (nawiązując do tradycji wyływających z czasów pionierskich) uczy, często przez zabawę, umiejętności rozwiązywania problemów, a złożenie powyższych metod składa się na wiarę ucznia we własne możliwości, przekładającą się na odwagę osobistą. Polska szkoła wciąż polega na przekazywaniu wiadomości, jest szkołą „encyklopedyczną”, co w dobie powszechnego dostępu do internetu i rozwoju wyszukiwarek zaczyna być niepoważne. W szkole amerykańskiej jest niemożliwe dość często pojawiające się w polskich szkołach stwierdzenie „ty nic nie potrafisz”. Wniosek z przemyśleń autora jest dość smutny – powszechne kształtowanie postaw przedsiębiorczych w skali całego społeczeństwa wymaga:

- 1) zmiany systemu kształcenia nauczycieli;
- 2) wymiany większości nauczycieli uzupełnionej przez intensywne programy do kształcenia nauczycieli, szczególnie tych pracujących w pierwszych klasach szkoły podstawowej;
- 3) minimum 20 do 25 lat, aby skala zmian była wystarczająco duża – to znaczy wskaźnik wzrostu postaw przedsiębiorczych w skali społecznej mógł być zauważalny.

Znając brak skłonności polityków do uruchamiania programów, które przynoszą rezultaty w czasie dłuższym niż kadencja parlamentarna oraz znając zachowawczość obu środowisk wpływających na jakość kształcenia, to jest środowiska akademickiego (kształcącego nauczycieli) oraz środowiska nauczycielskiego, pozostaje wierzyć w inicjatywy lokalne oraz mądrych

samorządowców chcących zbudować potencjał konkurencyjny własnego miasta czy całej gminy. A szkołom wyższym, tym w których myśli się o jakości i chcącym konkurować o miano uczelni najlepszych (a definicją autora uczelni najlepszej jest uczelnia kształcąca najlepiej), pozostaje zastąpienie innych i formowanie czy też wzmocnienie postaw przedsiębiorczych u dorosłych już ludzi.

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w szkole wyższej na przykładzie Wyższej Szkoły Biznesu – National Louis University

Istnieje dość często ujawniające się przekonanie, że przedsiębiorczości można „nauczyć” się poprzez odpowiedni dobór kursów. Zdaniem autora nic bardziej błędnego nie można wymyślić. Nauczyć można sposobów zakładania własnej firmy, badania potencjalnych rynków, skutecznych źródeł znalezienia sposobów finansowania owej firmy itd., ale nie da się w klasie (obojętnie jak mała będzie grupa studentów) kształtować postaw przedsiębiorczych. Piętnastoletnie doświadczenie pokazuje, że możliwość kształtowania postaw przedsiębiorczych uzyskują sami studenci zaangażowani w działalność organizacji studenckich, kół zainteresowania, w działalność samorządu studenckiego – im bardziej rozwinięta i bardziej liczna jest pozaklasowa działalność studencka, tym większe jest prawdopodobieństwo, że absolwenci uczelni charakteryzować się będą rozwiniętą postawą przedsiębiorczą. Do tego potrzebna jest atmosfera aktywności studenckiej panująca na uczelni, będąca częścią kultury organizacyjnej.

W Uczelni Sądeckiej życie studenckie jest bardzo ożywione – obszary zainteresowań naszych studentów są bardzo różne. Od zainteresowań artystycznych (studenci wystawili trzy musicale, istnieje bardzo aktywne koło fotograficzne, odbył się studencki festiwal bardzo krótkich filmów, do którego zgłoszono 80 filmików, a ostatnio pokazany został wyreżyserowany i nakręcony przez studentów 30 minutowy film o Szkole, w którym grało kilkunastu studentów), poprzez koła sportowe, do kół naukowych. Studenci sami organizują doroczne juwenalia. Niezwykle aktywni są studenci zrzeszeni w AEISEC – patrząc na przebieg karier zawodowych, to właśnie aktywni członkowie AIESEC osiągają szczególnie dobre rezultaty. Specjalnością Uczelni stała się organizacja konferencji studenckich. Odbyło się ich blisko 100, a tematyka była bardzo różnorodna – od etycznych zachowań w biznesie po konferencję poświęconą jakości win. Działalność studencka jest wspierana finansowo przez Szkołę (przeznaczamy na nią 200 tys. zł rocznie przy wpływach z czesnego wynoszących 16–18 mln zł), ale zasadą jest fakt aktywnego poszukiwania pieniędzy u sponsorów, zaś ambicją organizatorów konferencji studenckich jest niekorzystanie z pieniędzy szkolnych. Doświadczenia z analizy liczącej już ponad 3 tys. grupy absolwentów studiów stacjonarnych wyraźnie pokazują zależność: im aktywniejsza postawa w czasie studiów, tym lepszy przebieg kariery zawodowej.

Co ciekawe skuteczność metod stosowanych w Uczelni Sądeckiej została wsparta badaniami przeprowadzonymi przez ORSE SGH na grupach absolwentów w kilku uczelniach ekonomicznych (głównie publicznych). Oczywiście badania opierały się na subiektywnych ocenach absolwentów określających własne postawy, ale dane uzyskane dla próby naszych absolwentów pokazały wyraźnie wyższy poziom zadowolenia ze studiów, a także wyższą ocenę umiejętności rozwiązywania problemów niż wśród absolwentów kilku dużych uczelni publicznych.

Kolejny dość powszechny mit to przekonanie, że postawy przedsiębiorcze są potrzebne jedynie prywatnym przedsiębiorcom tworzącym i prowadzącym własne firmy. Według autora

opracowania, postawy przedsiębiorcze mogą być ważnym pozytywnym aktywnym w każdej, nawet największej korporacji, ale także w organizacjach bardzo odległych od środowiska biznesowego. Warto wspomnieć obszar nauki, w którym przedsiębiorczość naukowca może mu pozwolić szybciej i bardziej efektywnie rozwiązać problem naukowy i zobaczyć, wymyślić zastosowanie praktyczne dla wyników własnych badań. Dostrzegła to Komisja Europejska, powołując w roku 2006 grupę ekspercką, która ma opracować raport dotyczący kształtowania postaw przedsiębiorczych na niebiznesowych kierunkach studiów¹. Szczęólnego znaczenia postawy przedsiębiorcze nabierają w gospodarce opartej na wiedzy. Zdaniem autora, cztery postawy pracowników przedsiębiorstw i ich właścicieli stają się kluczowe dla osiągnięcia przez firmy sukcesu rynkowego w warunkach gospodarki opartej na wiedzy, są to przedsiębiorczość, innowacyjność, odwaga w podejmowaniu nowych wyzwań oraz ustawiczne kształcenie się i doskonalenie umiejętności wyszukiwania istotnych informacji. Te postawy staną się jeszcze ważniejsze, gdy w sposób znaczący wzrośnie poziom samozatrudnienia połączonego z pracą przez internet i spłaszczenia struktur organizacyjnych korporacji gospodarczych. Oba te procesy prowadzić będą do zwiększenia samodzielności pracowników, a wtedy szczególnie wzrasta potrzeba zachowań przedsiębiorczych i innowacyjnych. Wszystko to skłania do przyjęcia wniosku, że znaczenie kształtowania postaw przedsiębiorczych będzie rosło w przyszłości, zaś sukces odniosą te państwa, które potrafią najlepiej przygotować swoje społeczeństwo do funkcjonowania w warunkach gospodarki opartej na wiedzy.

■ Abstract

The paper presents the author's views concerning the importance of creating entrepreneurial attitude at the early stages of education i.e., as early as in the junior years of primary school. He presents real-life examples of creating or fostering entrepreneurial spirit on the basis of activities conducted by WSB–NLU. The author also puts forth the theses indicating which of the four attitudes necessary for effective work in the knowledge-based economy have the biggest impact on the success of an individual college graduate and supports his thoughts with examples from WSB–NLU.

■ Nota o Autorze

Autor jest doktorem, twórcą i od 1992 roku Rektorem Wyższej Szkoły Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu, od 1996 r. założycielem i Rektorem Wyższej Szkoły Biznesu w Tarnowie, doktor *honoris causa* National-Louis University (Chicago, USA). Opierając się na gruntownej znajomości amerykańskiego i europejskiego systemu edukacyjnego, proponuje w książce *Spoleczeństwo wiedzy – szansa dla Polski* reformę polskiego szkolnictwa wyższego. Opublikował kilkadziesiąt publikacji i referatów konferencyjnych oraz liczne artykuły prasowe na temat zarządzania instytucjami szkolnictwa wyższego oraz transformacji w Polsce.

¹ Autor jest członkiem tej grupy, a zakończenie prac grupy ekspertów jest przewidziane w 2008 roku.

Dominująca logika młodych przedsiębiorców

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie pilotażowych badań w zakresie dominującej logiki młodych przedsiębiorców, przeprowadzonych wśród uczestników przedmiotu „Przedsiębiorczość w praktyce” oraz beneficjentów Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości. Analiza dostarcza informacji na temat ogólnych cech badanej zbiorowości oraz różnic w dominującej logice przedsiębiorców i osób, które nie prowadzą własnej działalności gospodarczej.

Zjawisko rosnącego zainteresowania przedsiębiorczością ma swoje źródła zarówno w dynamicznie rozwijającym się sektorze usług¹, jak i sukcesywnie poprawiającym się wizerunku społecznym przedsiębiorcy². Coraz częściej decyzja o rozpoczęciu własnego biznesu, podejmowana przez młodych ludzi, jest świadomym wyborem, nie zaś przymusem związanym z obawą przed bezrobociem. Z badań przeprowadzonych w 2004 roku przez *Global Entrepreneurship Monitor*³ wynika, iż ponad 30% osób, które zamierzają rozpocząć własną działalność gospodarczą w Polsce reprezentuje grupę wiekową 18–24 lata. Około połowa z nich to studenci i uczniowie.

Niniejsze opracowanie jest wynikiem badań przeprowadzonych wśród wszystkich uczestników zajęć *Przedsiębiorczość w praktyce* w jednej z wiodących prywatnych uczelni ekonomicznych oraz beneficjentów Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości w Poznaniu. Stanowi ona próbę odnalezienia motywów podjęcia działalności gospodarczej w społeczności studenckiej, a także różnic w dominującej logice młodych przedsiębiorców oraz osób, które dopiero planują podjęcie własnej działalności gospodarczej bądź wcale nie zamierzają jej prowadzić. Przyjmując za autorami koncepcji, Battisem i Prahaladem⁴, poprzez dominującą logikę autorka rozumie pewien schemat poznawczy, stosowany przez menedżerów. Dzięki niemu ocena tej samej sytuacji przez różnych przedsiębiorców, jak również podejmowanie decyzji i wynikających z nich działań jest odmienna, gdyż zależy od przyjętych paradygmatów i dotychczasowych doświadczeń. Głównym założeniem tej koncepcji jest występowanie pew-

¹ W tym, w szczególności usług internetowych.

² Por. L. Kolarska-Bobińska, *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2004.

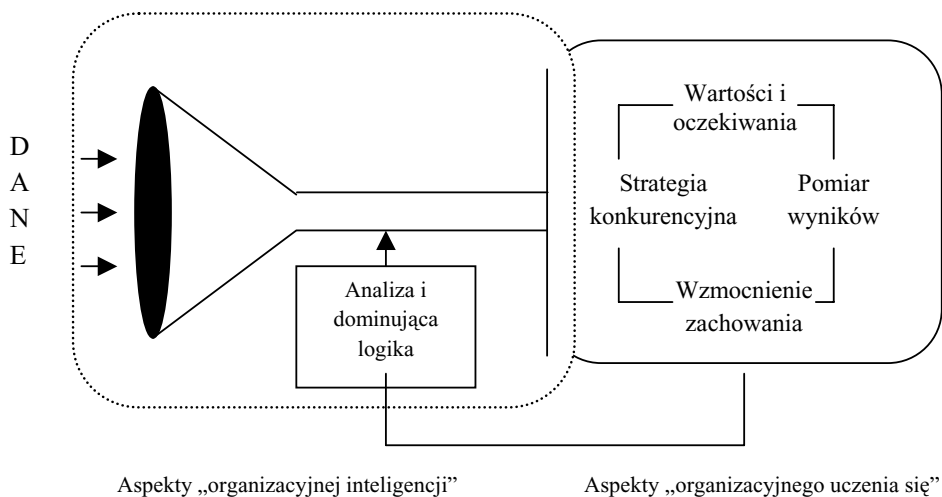
³ Por. *Studium przedsiębiorczości w Polsce w 2004 roku*, Global Entrepreneurship Monitor, Polska 2005.

⁴ Por. R.A. Bettis, C.K. Prahalad, *Dominant logic: retrospective and extension*, „Strategic Management Journal” 1995, tom 16, s. 5–14.

nego subiektywnego filtra, przez który przedsiębiorcy „przepuszczają” informacje dotyczące otoczenia oraz umiejętności i zasobów, którymi dysponują, w ten sposób, aby odpowiadały one przyjętym wzorcom, wartościom, a w rezultacie strategiom. Poprzez system filtrowania informacji utrwalany zostaje pewien schemat postrzegania rzeczywistości, nazywany *organizacyjną inteligencją* lub też *zdolnością do uczenia się*.

Bezpośrednią inspiracją dla podjęcia poniższych badań stały się prace zespołu prof. K. Obłója, który analizował różnice pomiędzy dominującą logiką przedsiębiorstw – liderów oraz ich *alter ego*, czyli tych, które spadły na *peryferia rynku*⁵. Wynik badań wskazały na różnice w kluczowych elementach dominującej logiki liderów rynkowych oraz *firm peryferyjnych*, takich jak paradygmaty otoczenia i organizacji, rutyny, najważniejsze wybory i wzmocnienia. Warto odnotować, iż analiza dowiodła, że *dominująca logika firm peryferyjnych nie uległa zmianie w trakcie ewolucji, tylko powstała w całości niemal od razu w momencie powstawania firmy lub w bardzo wczesnym okresie jej rozwoju*⁶.

Rysunek 1. Dominująca logika



Źródło: R.A. Bettis, C.K. Prahalad, *Dominant logic: retrospective and extension*, „Strategic Management Journal” 1995, tom 16

Wychodząc z powyższych założeń, autorka postanowiła zweryfikować różnice w dominującej logice przyszłych i początkujących przedsiębiorstw. Jako sukces przyjęto w badaniach sam fakt założenia firmy przez osoby kończące studia. Pierwszy etap dotyczy całej społeczności respondentów, oceniając ich ogólne nastawienie do kwestii związanych z uruchamianiem i prowadzeniem biznesu. Następnie, wyodrębniono różnice pomiędzy sposobem postrzegania rzeczywistości przez osoby, które prowadzą lub zamierzają rozpocząć działalność gospodarczą

⁵ Por. K. Obłój (red.), *Dominująca logika firmy*, Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2003.

⁶ Por. Tamże, s. 179.

oraz te, które nie wiążą swej przyszłości z własnym biznesem. Analiza ma charakter badania pilotażowego i stanowi punkt wyjścia do badań ilościowych i jakościowych na szeroką skalę.

Badaniom ankietowym poddano 72 studentów trybu dziennego i wieczorowego z piętego roku, którzy uczestniczyli w zajęciach *Przedsiębiorczość w praktyce*⁷. Należy dodać, iż przedmiot ten był wybierany przez studentów jako dodatkowy, nieobjęty obowiązkowym programem nauczania i miał charakter warsztatów. Można zatem założyć, iż osoby, które brały udział w badaniach wykazują ponadprzeciętne zainteresowanie tematyką przedsiębiorczości. Wśród ankietowanych były 53 kobiety i 19 mężczyzn, z czego większość (65 osób) ukończyła 23 lata. Respondenci, którzy prowadzą własną działalność gospodarczą stanowili najmniej liczną grupę – 8 osób (11% próby), natomiast ci, którzy zadeklarowali zamiar uruchomienia firmy byli w większości – 40 osób (56%). Pozostała grupa badanych osób (24, 33%) nie zamierza rozpocząć własnego biznesu. Dodatkowo, badaniom poddano 10 beneficjentów Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości, którzy funkcjonują jako pionierzy inkubatora, bez konieczności rejestracji swojej działalności⁸.

Odpowiadając na pytanie o główne źródło decyzji o rozpoczęciu działalności gospodarczej najwięcej osób wskazało na *zainteresowanie tematyką zarządzania oraz wspólny pomysł kilku osób* (po 47%), jak również *tradycję rodzinną* (46%). W dalszej kolejności wymieniano: *wsparcie ze strony organizacji okołobiznesowych* (32%), *odkrycie predyspozycji menedżerskich* (29%), *strach przed trudnościami ze znalezieniem pracy* (22%) oraz *podpatrzony pomysł* (10%). Najmniej osób wskazało na *wsparcie ze strony uczelni* jako impuls dla decyzji o własnym przedsiębiorstwie (7%). W pytaniu o trudność w podjęciu decyzji o uruchomieniu własnego biznesu większość badanych uznała ją za *średnio trudną* (39%), następnie *dość trudną* (19%), *trudną* (17%), *dość łatwą* (8%), *bardzo trudną* (8%) oraz *bardzo łatwą* (3%). Badani studenci swoje predyspozycje w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej określają jako *duże* (46%), *średnie* (38%), znacznie rzadziej jako: *bardzo duże* lub *bardzo małe*. Znaczna większość respondentów przyznaje, że *trochę boi się konkurencji* (72%), wśród tych, którzy *bardzo się obawiają* lub *nie boją się konkurencji* proporcje są takie same (po 14%). Jedynie 15 osób (21%) potwierdziło, że istnieją osoby, które stanowią dla nich inspirację w zakresie prowadzenia działalności – są to przede wszystkim członkowie rodziny oraz medialni biznesmeni. 25 osób (35%) tworząc strategię, zamierza skorzystać z pomocy specjalistów – z dziedziny marketingu, bankowości i zarządzania. Ocena obecnej sytuacji rynkowej określana jest w większości wskazań jako sprzyjająca (57%), 36% respondentów uważa, że rynek *ani nie sprzyja, ani nie przeszkadza*, a jedynie 7% uznaje, iż obecna sytuacja nie sprzyja otwieraniu nowych firm. Jako główne źródła informacji przy konstruowaniu koncepcji własnego biznesu wskazywano odpowiednio: *osobiste relacje* (79%) oraz *spotkania z przedsiębiorcami* (76%), następnie *czasopisma* (47%), *konferencje* (46%), *programy telewizyjne* (39%), *ćwiczenia i wykłady* (36%) oraz *książki* (28%). Z badań wynika również, iż większość przyszłych przedsiębiorców *nie wyobraża sobie pracować w dużej firmie na stanowisku szeregowym* (75%), choć mają oni doświadczenie w pracy zawodowej (76%), w tym głównie w pracy etatowej (49%), na podstawie umowy zlecenia (32%), rzadziej sezonowej pracy w firmie rodzinnej (24%) lub za granicą (21%). Tylko 13% z badanych nie posiada doświadczenia w pracy zarobkowej. Niepokojące są opinie dotyczące oceny systemu edukacyjnego (rysunek 2) – ponad połowa studentów

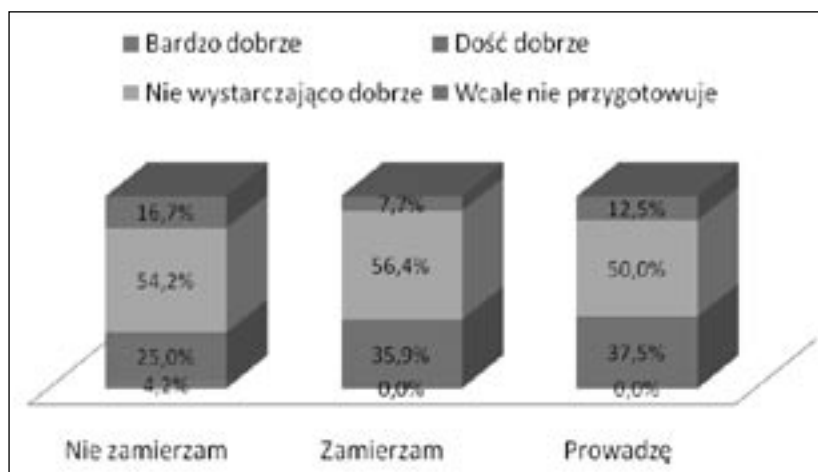
⁷ Wymiar godzin nauczania: studia dzienne – 20, studia wieczorowe – 16.

⁸ Okres inkubacji wynosi 2 lata. Więcej informacji na stronie www.inkubatory.pl.

uważa, że niewystarczająco dobrze (54%), a nawet wcale (11%) nie przygotowuje on do prowadzenia działalności gospodarczej. Ocen pozytywnych systemu kształcenia jest znacznie mniej – jako dość dobrze przygotowujący ocenia go 32% studiujących. Chętnie wymieniane są, jednak, zagadnienia, które zdaniem młodych przedsiębiorczych, należy wprowadzić, aby poprawić system kształcenia przyszłych przedsiębiorców (90% wskazań). Wśród najczęściej wymienianych postulatów pojawiają się dotyczące wprowadzenia praktycznych aspektów nauczania w zakresie: radzenia sobie z sytuacjami kryzysowymi, rozwiązywania konfliktów, podejmowania decyzji, negocjacji, motywacji oraz organizacji pracy menedżera.

Szczególne znaczenie poznawcze ma analiza różnic w dominującej logice charakteryzującej poszczególne grupy respondentów ankiet. W tym etapie włączono do analizy rezultaty badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorców z Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości.

Rysunek 2. Ocena systemu edukacyjnego w Polsce pod kątem przygotowania do prowadzenia własnego przedsiębiorstwa

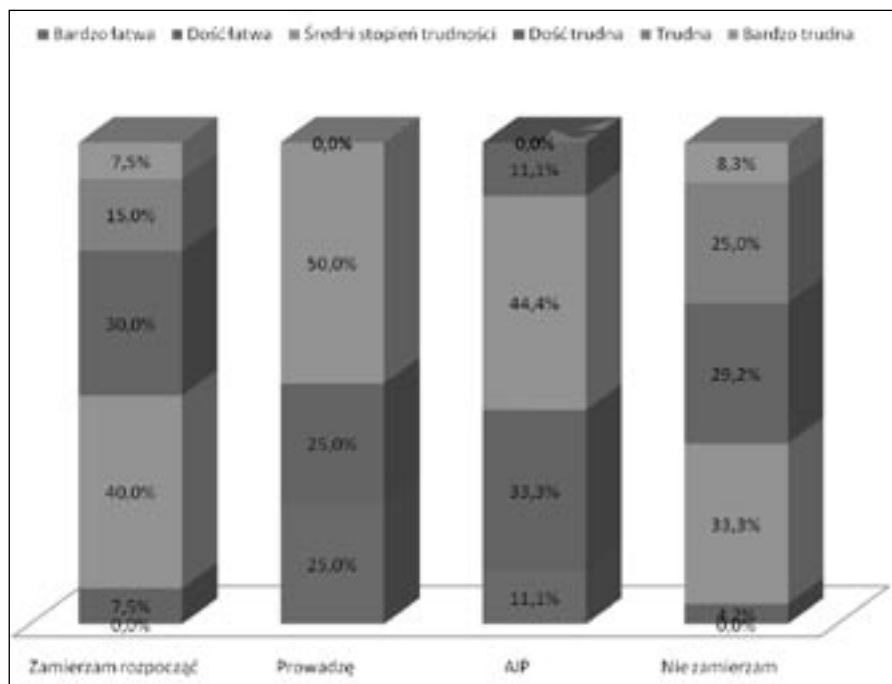


Źródło: opracowanie własne

Dla potrzeb analizy, stworzono 4 grupy i uszeregowano je rosnąco – w zależności od zaangażowania w działalność gospodarczą: *nie zamierzam rozpoczynać działalności gospodarczej*, *zamierzam uruchomić własny biznes*, *działam w ramach AIP*, *prowadzę własną firmę*.

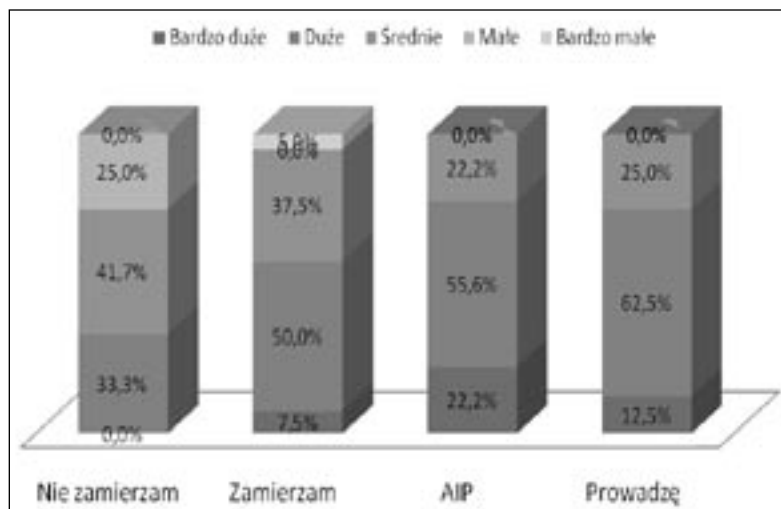
Ocenę stopnia trudności podejmowania decyzji o własnym biznesie przedstawia rysunek 3. Osoby prowadzące działalność gospodarczą, oceniły w większości tę decyzję jako *bardzo łatwą i łatwą*, co w znacznym stopniu odróżnia ich od respondentów bez doświadczenia w prowadzeniu własnego biznesu, którzy dużo częściej określali ją jako *trudną*, a nawet *bardzo trudną*. Może to oznaczać, iż ci, którzy już taką decyzję podjęli, wiedzą, że prowadzenie biznesu wiąże się z ciągłym podejmowaniem działań o znacznie większym stopniu trudności. Poza tym, nasuwa się wniosek, iż studenci mają sporą świadomość swoich kompetencji, niemal intuicyjnie oceniając swoje szanse na powodzenie w biznesie. Potwierdzają to odpowiedzi

Rysunek 3. Ocena stopnia trudności decyzji o rozpoczęciu działalności gospodarczej z podziałem na grupy respondentów



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 4. Ocena własnych predyspozycji do prowadzenia działalności

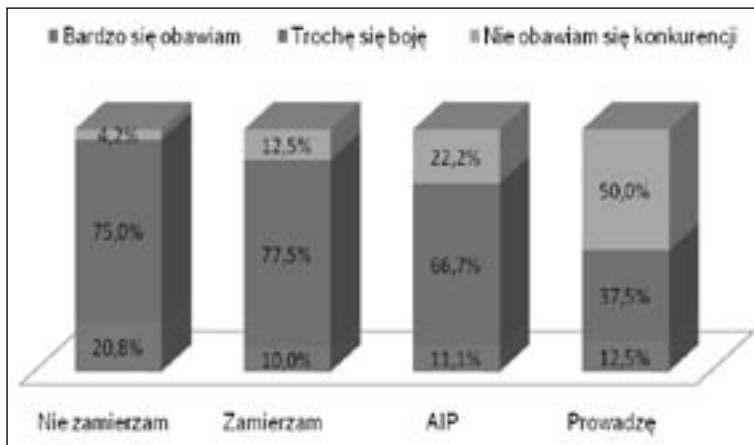


Źródło: opracowanie własne

na kolejne pytanie o ocenę swoich predyspozycji do prowadzenia działalności gospodarczej (rysunek 4).

Odpowiedzi z dalszej części kwestionariusza, dotyczące postrzegania otoczenia, ukazują znacznie bardziej pozytywny stosunek do oddziaływania konkurencji rynkowej wśród prowadzących firmy, w odróżnieniu do tych, którzy nie mają w tym zakresie doświadczenia (rysunek 5). Można, zatem, przyjąć założenie, że obawy przed konkurencją wśród osób bez własnej praktyki gospodarczej są nie do końca uzasadnione. Podobny jest natomiast stosunek wszystkich grup respondentów do wpływu obecnej sytuacji gospodarczej na prowadzenie biznesu, który większość ankietowanych uznała jako sprzyjający (rysunek 6).

Rysunek 5. Stosunek do konkurencji rynkowej



Źródło: opracowanie własne

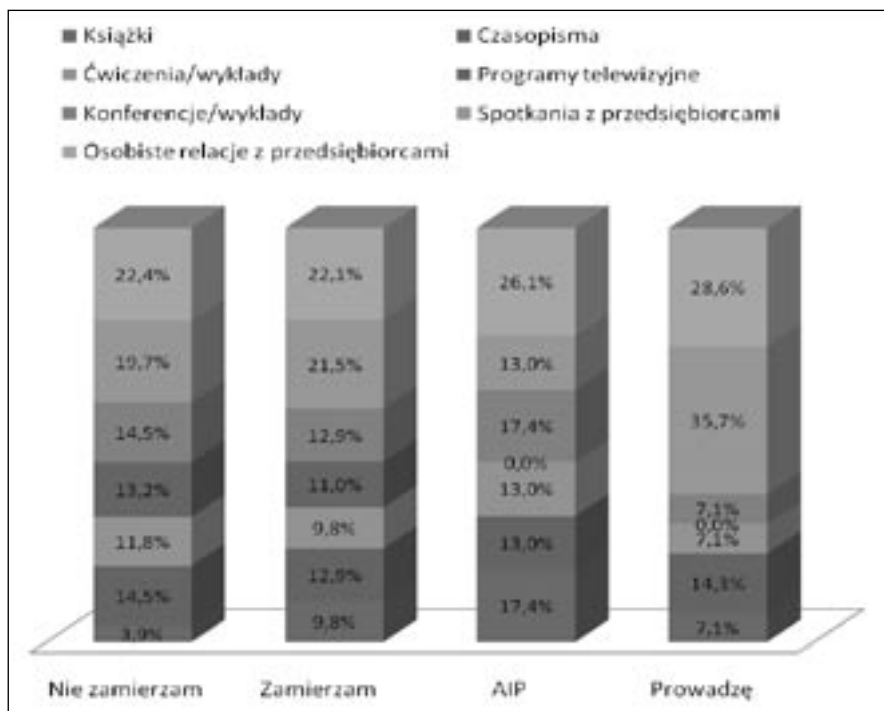
Rysunek 6. Ocena obecnej sytuacji gospodarczej pod kątem prowadzenia działalności gospodarczej



Źródło: opracowanie własne

Podobnie kształtuje się struktura wskazywanych źródeł informacji, wykorzystywanych do tworzenia koncepcji biznesu w obu ocenianych grupach. Najczęściej wskazywanymi obszarami, skąd można czerpać wiedzę i inspirację, są spotkania i osobiste relacje z przedsiębiorcami – w szczególności dotyczy to osób, które prowadzą już swoje firmy. Można w związku z tym założyć, iż spotkania z właścicielami firm, którym się powiodło są jednym z podstawowych wzorców, z których czerpią przyszli przedsiębiorcy.

Rysunek 7. Źródła informacji przy konstruowaniu koncepcji biznesu

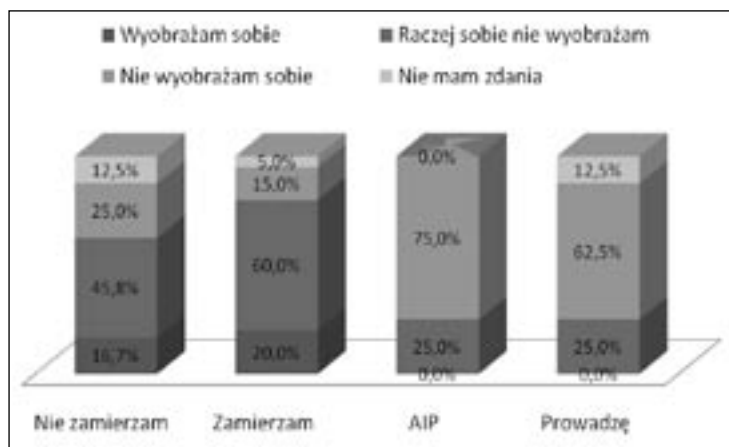


Źródło: opracowanie własne

Dużą różnicę widać pomiędzy nastawieniem przedsiębiorców i tych, którzy nie zamierzają prowadzić działalności gospodarczej do pracy na stanowisku szeregowym w dużej firmie (powyżej 250 pracowników). Respondenci prowadzący własne firmy lub działający w ramach inkubatora zdecydowanie nie wyobrażają sobie pracy na stanowisku szeregowym w dużej firmie. Wskazują przy tym na potrzebę niezależności, wpływu na swoją pracę i chęci sprawdzenia się w warunkach rynkowych.

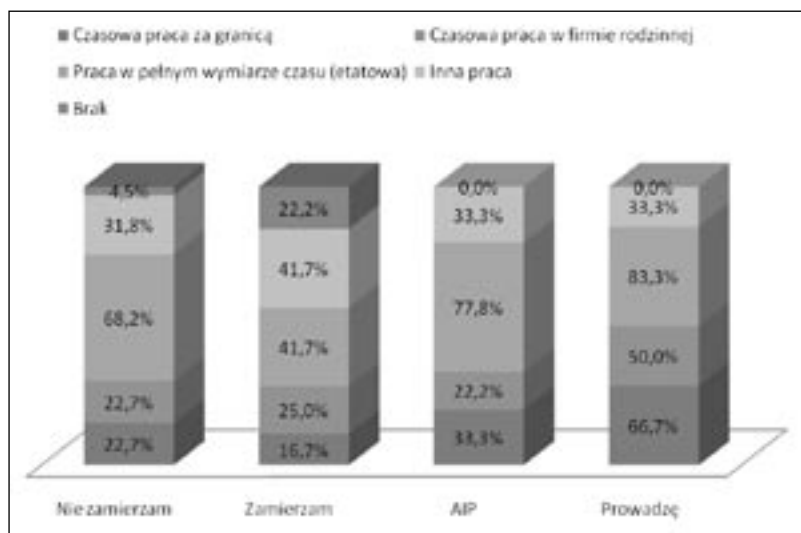
Kolejną różnicą pomiędzy grupą osób, które prowadzą i nie prowadzą własnych przedsiębiorstw jest doświadczenie zawodowe. Wszyscy przedsiębiorcy mają doświadczenie w pracy zawodowej, w tym często zdobyte w firmie rodzinnej oraz za granicą. Może to skutkować postawieniem hipotezy, zakładającej, iż atmosfera rodzinnego biznesu oraz doświadczenia z pracy poza granicami kraju są bardzo przydatne do prowadzenia własnej firmy.

Rysunek 8. Stosunek do podjęcia pracy w dużej firmie na stanowisku szeregowym



Źródło: opracowanie własne

Rysunek 9. Doświadczenie w pracy zarobkowej



Źródło: opracowanie własne

Celem powyższych pilotażowych badań było stworzenie ogólnej charakterystyki młodych przedsiębiorczych osób oraz wskazanie oczekiwań wobec systemu edukacyjnego. Kolejnym krokiem było wstępne zweryfikowanie, czy istnieją różnice pomiędzy dominującą logiką studentów, którzy prowadzą własne przedsiębiorstwa i tych, którzy takowych nie posiadają. Wyniki ankiet, wzbogacone o informacje płynące z rozmów i licznych dyskusji z uczestnikami kursu *Przedsiębiorczość w praktyce*, dają obraz otwartych na wiedzę i praktyczne umiejętności

studentów, ceniących niezależność i przekonanych o wysokim poziomie własnych kompetencji. Większość z tych osób wzrastała w atmosferze przedsiębiorczości rodzinnej i posiada doświadczenie w pracy zarobkowej (często za granicą). Nie w pełni wykorzystują oni jednak swój twórczy potencjał, popadając często w schematy myślowe oraz w małym stopniu poszukując przykładów i wzorów do naśladowania na własną rękę. Niepokojąca jest ocena systemu edukacyjnego, gdzie wśród głównych zarzutów wymienia się najczęściej niską przydatność praktyczną przekazywanej wiedzy oraz niedostateczny wymiar czasowy zajęć z obszaru zarządzania operacyjnego: rozwiązywania konfliktów, negocjacji czy organizacji pracy menedżera. Studenci określani mianem przedsiębiorczych zgłaszają potrzebę aktywnego uczestnictwa w procesie kształtowania wartości dodanej, jaką jest tworzenie oferty edukacyjnej – poprzez współtworzenie zakresu omawianych zagadnień i wybór narzędzi nauczania. Fakt ten niesie za sobą postulat nowego podejścia do studenta – postrzeganego nie jako produkt, ale jako klient, który nadal pokutuje w świadomości wielu dydaktyków.

Wśród czynników różnicujących dwie wydzielone grupy można natomiast wymienić: bardziej optymistyczny stosunek do otoczenia i większe przekonanie o predyspozycjach do prowadzenia działalności gospodarczej oraz większe doświadczenie zawodowe i dążenie do autonomii wśród obecnych przedsiębiorców. Dominująca logika młodych przedsiębiorców charakteryzuje się także większą skłonnością do podejmowania ryzyka oraz bardziej krytycznym podejściem do efektywności systemu edukacyjnego w obszarze przedsiębiorczości (osoby te chętniej proponują konkretne zmiany). Należy podkreślić fakt, że studenci, którzy prowadzą działalność gospodarczą jako główne źródło decyzji o uruchomieniu własnego biznesu wskazują doświadczenia płynące ze spotkań i osobistych kontaktów z przedsiębiorcami.

Należy jednak wziąć pod uwagę fakt, że zaprezentowane badania opierają się głównie na opiniach pochodzących z jednej uczelni, zatem – dla potwierdzenia powyższych hipotez – należy przeprowadzić badania w innych ośrodkach akademickich. Warto także dodać, iż doświadczenie gospodarcze młodych przedsiębiorców obejmuje jedynie okres wzrostu gospodarczego, zatem ich ocena otoczenia może ulec zmianie w momencie dekonunktury.

Powyższe badania potwierdzają celowość przeprowadzenia szczegółowej analizy na szeroką skalę, a w dalszej kolejności, zweryfikowania cech różnicujących młodych przedsiębiorców, którzy rozwinęli swoje firmy od tych, którzy zaprzestali działalności lub *spadli na peryferia*⁹. Pomimo że nie dostarczają one gotowej recepty na sukces, to być może będą przydatne w opracowywaniu programów pomocowych dla młodych przedsiębiorców tworzonych przez szkoły i instytucje okołobiznesowe.

Bibliografia

- R.A. Bettis, C.K. Prahalad, *Dominant logic: retrospective and extension*, „Strategic Management Journal” 1995, tom 16.
- A. Charney, D.G. Libecap, *Impact of Entrepreneurship Education*, Kaufman Center for Entrepreneurial Leadership, Boston 2000.
- J. Cieślak, *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.
- P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.

⁹ Por. *Dominująca logika firmy*, dz. cyt.

- P.F. Drucker, *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 2004.
- S. Kwiatkowski, *Przedsiębiorczość intelektualna*, WN PWN, Warszawa 2002.
- S. Kwiatkowski, J. Sadlak (red.), *Knowledge Café for Intellectual Entrepreneurship through Higher Education*, Wydawnictwo WSPiZ, Warszawa 2003.
- Studium przedsiębiorczości w Polsce w 2004 roku*, Global Entrepreneurship Monitor, Polska 2005.
- L. Kolarska-Bobińska (red.), *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2004.

Netografia

www.inkubatory.pl, [kwiecień 2007].

■ Abstract

The paper is a summation of preliminary research on dominant logic of young entrepreneurs carried out among students taking part in the Practical Entrepreneurship course and the Academic Entrepreneurship Incubator. The analysis has provided information about overall characteristics of young entrepreneurs and differences between dominant logic of entrepreneurs and non-entrepreneurs.

■ Nota o Autorce

Autorka jest pracownikiem Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu oraz konsultantem z zakresu zarządzania strategicznego. Prowadzi własną działalność gospodarczą niezwiązaną ze swoją specjalizacją. Interesuje się tematyką przedsiębiorczości wśród studentów i absolwentów. Współpracuje z inkubatorami, analizując efektywność stosowanych przez nie programów wsparcia dla przedsiębiorców.

Relacje partnerskie uczelni z podmiotami otoczenia a kreowanie postaw przedsiębiorczych

W opracowaniu autorka omawia relacje zachodzące między uczelniami a ich otoczeniem biznesowym pod kątem kreowania (lub hamowania) zachowań przedsiębiorczych samych uczelni, a także ich studentów, absolwentów oraz pracowników. W szczególności analizie poddano kwestie kompatybilności oczekiwań pracodawców z profilem absolwenta uczelni. Następnie wskazano przyczyny małej efektywności tradycyjnych narzędzi inicjowania zachowań przedsiębiorczych, co poparto wynikami badań studentów i przedsiębiorców z Dolnego Śląska. Oceniono też aktywność uczelni w rozwijaniu nowych, innowacyjnych form przedsiębiorczości akademickiej.

Otwarcie systemu edukacji na środowisko i świat

Spoglądając z perspektywy europejskiej należy zauważyć, że zalecane podejście do polityki edukacyjnej w poszczególnych krajach członkowskich UE formułuje podstawowe wyzwania, których realizacja przybliży poszczególne narodowe systemy edukacji do wymogów społeczeństwa informacyjnego i opartego na wiedzy. Wyzwania te dotyczą: poprawy jakości i efektywności systemów edukacji w UE, ułatwienia powszechnego dostępu do systemów edukacji oraz – istotnego wyzwania z punktu widzenia problematyki opracowania – otwarcia systemów edukacji na środowisko i świat¹. Tak sformułowane wyzwania (cele strategiczne) odnoszą się do różnych poziomów i form edukacji – od szkolnictwa podstawowego przez kształcenie zawodowe, do szkolnictwa wyższego i kształcenia ustawicznego. Każdemu z wymienionych celów przypisano wiązki celów szczegółowych, a w ich ramach ustalono kluczowe sprawy wymagające aktywnych działań. W ramach celu strategicznego *Otwarcie systemów edukacji na środowisko i świat* wskazano na potrzeby:

- a) wzmocnienia powiązań ze światem pracy, działalnością badawczą i społeczeństwem poprzez:
 - promowanie współpracy między placówkami edukacyjnymi a środowiskiem lokalnym,
 - uruchamianie partnerskich przedsięwzięć z udziałem wszelkiego rodzaju placówek edukacyjnych, firm, instytucji badawczych,

¹ Edukacja w Europie: różne systemy kształcenia i szkolenia – wspólne cele do roku 2010, Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa 2003.

- zachęcanie instytucji i osób indywidualnych do współpracy w ramach kształcenia i doskonalenia zawodowego;
- b) rozwijania przedsiębiorczości poprzez:
 - promowanie inicjatywy i kreatywności w procesie kształcenia,
 - kształtowanie umiejętności niezbędnych do założenia i prowadzenia własnej firmy.

Warto w tym miejscu podkreślić, że w wielu krajach europejskich stosuje się różne sposoby budowania bezpośrednich i intensywnych powiązań między szkolnictwem wyższym i jego otoczeniem, w tym zwłaszcza ze światem pracy. Wśród tych sposobów wymienia się przykładowo: profesjonalizację zarządzania uczelniami, nowe modele finansowania szkolnictwa, udział w procesie edukacji specjalistów – praktyków spoza uczelni czy reformę programów studiów ukierunkowaną na wyższy poziom przygotowania praktycznego. Zwraca się uwagę na fakt, że rozwijanie przez szkolnictwo wyższe przedsiębiorczości i umiejętności wyzwala inicjatywę prowadzi do znacznie większej aktywności studentów i absolwentów w poszukiwaniu pracy, a nawet w tworzeniu miejsc pracy².

W niniejszym opracowaniu autorka podejmuje próbę oceny relacji zachodzących między uczelniami a ich otoczeniem biznesowym pod kątem kreowania (lub hamowania) zachowań przedsiębiorczych samych uczelni oraz jej studentów, absolwentów oraz pracowników dydaktyczno-naukowych. W szczególności analizie poddano kwestie kompatybilności oczekiwań pracodawców z profilem absolwenta uczelni. Następnie wskazano przyczyny małej efektywności tradycyjnych narzędzi inicjowania zachowań przedsiębiorczych, jakimi są praktyki zawodowe, co poparto wynikami badań studentów i przedsiębiorców z Dolnego Śląska. Oceniono też aktywność uczelni w rozwijaniu nowych, innowacyjnych form przedsiębiorczości akademickiej.

Proces kształcenia a rynek pracy w Polsce

Badacze rynku pracy podkreślają zgodnie, że wykształcenie wyższe nie gwarantuje dziś otrzymania pracy, ale szanse jej uzyskania są większe dla absolwenta uczelni.

Przechodzenie absolwentów szkół wyższych na rynek pracy przebiega różnie – może oznaczać uzyskanie pracy, dalsze doksztalcenie bądź bezrobocie i bierność. W Polsce w latach 90., podobnie jak wówczas w krajach UE, bezrobocie osób z wyższym wykształceniem nie stanowiło większego problemu. Sytuacja uległa jednak zmianie począwszy od roku 1998, kiedy coraz liczniejsze roczniki absolwentów uczelni pojawiały się na rynku pracy, przy jednoczesnym wzroście liczby osób poszukujących pracy i zmniejszającej się liczbie miejsc pracy. Zjawisko to uruchomiło proces monitorowania potencjału i barier rynku pracy, zarówno w ujęciu krajowym, jak też regionalnym i lokalnym. Kształcenie stało się w okresie ostatnich dziesięciu lat sposobem dostosowywania się młodych ludzi do zmian na rynku pracy oraz przewidywanego zapotrzebowania na pracowników. Podnoszenie poziomu wykształcenia było też inspirowane przez politykę edukacyjną uczelni publicznych oraz rozwój oferty szkolnictwa prywatnego. Zwiększona skłonność do nauki była również wynikiem coraz bardziej ograniczonych szans zaistnienia na rynku pracy jedynie z dyplomem szkoły średniej. Zjawiska te zaowocowały jednak powstaniem obecnych problemów absolwentów szkół wyższych na polskim rynku pracy, w tym zwłaszcza kierunków biznesowych i pedagogicznych. W rezultacie tego studenci i absolwenci

² B. Minkiewicz (red.), *Uczelnie i ich otoczenie. Możliwości i formy współdziałania*, SGH, Warszawa 2003, s. 35.

uczelnii musieli w coraz większym stopniu realizować oczekiwania pracodawców, co do profilu zawodowo-osobowościowego wymaganego od przyszłego pracownika. Badania potwierdzają, że poza wszechstronnym przygotowaniem merytorycznym, pracodawcy oczekują wielu innych umiejętności od nowych kadr oraz ukształtowania osobowościowego. Na przykład w odniesieniu do absolwentów szkół biznesowych oczekuje się:

- umiejętności radzenia sobie ze skomplikowanymi procesami zachodzącymi w gospodarce,
- umiejętności szybkiego rozeznania zmian następujących w nowoczesnych systemach zarządzania,
- otwartości i gotowości do pracy zespołowej,
- sprawnego posługiwania się wszystkimi dostępnymi narzędziami z zakresu techniki informacyjnej.

Jak wynika z powyższego zestawienia, wykształcenie wyższe nie może być ukierunkowane wyłącznie na przekazanie wiedzy, ale też musi kształtować określone postawy i zachowania oczekiwane i aprobowane przez pracodawców. Ważne staje się ustalenie, ile w toku studiów student powinien otrzymać wiedzy i umiejętności, a ile starań powinno się przeznaczyć na rozwój osobowości absolwenta uczelni³.

Badacze tendencji zmian rynku pracy i rynku usług edukacyjnych w Polsce wskazują następujące działania, które mogą usprawnić wzajemne dopasowanie rynku usług edukacyjnych i rynku pracy. Oto przykładowe zalecenia⁴:

- uruchomienie solidnego, systematycznego i pogłębionego badania popytu na pracę oraz upowszechniania wyników tych badań;
- stworzenie takiego systemu finansowania studiów, który zmniejszy barierę finansową w rozwijaniu studiów drożych (np. politechnicznych);
- wprowadzanie rozwiązań pozwalających studentom na nabywanie nie tylko wiedzy teoretycznej, ale również umiejętności praktycznych.

Odnosząc się do ostatniego stwierdzenia, można wymienić cały wachlarz tzw. tradycyjnych instrumentów kształtowania praktycznych umiejętności studentów poprzez ich kontakty z otoczeniem biznesowym w trakcie studiów. Wyróżnimy tu: różne formy praktyk zawodowych, wykonywanie projektów semestralnych, pisanie prac dyplomowych czy podejmowanie pracy zarobkowej. Najbardziej sformalizowane są praktyki, które nie doczekały się – poza wyjątkami – dobrych rozwiązań. Pracodawcy niechętnie organizują praktyki, co wynika obecnie z dwóch powodów: braku czasu dla praktykanta oraz obawy przed ujawnieniem tajemnic przedsiębiorstwa.

Kontakty studentów z otoczeniem biznesowym uczelni na Dolnym Śląsku

Ekspertci dowodzą, że obecnie znalezienie pracy przez absolwenta studiów, który nie posiada stażu zawodowego jest praktycznie niemożliwe. Badania prowadzone wśród pracodawców Dolnego Śląska pozwoliły na uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania:

- Czy system edukacji na poziomie wyższym gwarantuje uzyskanie praktycznych umiejętności?

³ Szeroką dyskusję na ten temat można odnaleźć w publikacji *Między konserwatyzmem a innowacyjnością*, „Nowe życie gospodarcze” 2005, nr 10, s. 5–10.

⁴ Tamże, s. 44.

- Jak można ocenić jakość praktyk zawodowych studentów?
- Czy przedsiębiorstwa są otwarte na współpracę z uczelnią i przyjmowanie praktykantów oraz czy są gotowe ich zatrudniać⁵?

Uzyskane wyniki nie napawają optymizmem. Badania przeprowadzone w grupie 900 dolnośląskich studentów wykazały, że powszechność odbywania praktyk zawodowych jest uzależniona od kierunku studiów. Otóż w ciągu ostatnich dwóch lat praktyki zawodowe odbyło 100% respondentów – studentów studiów medycznych i rolniczych, następnie 74% przedstawicieli kierunków z grupy „kształcenie”, a tylko 42% studentów nauk społecznych, gospodarki i prawa. Jak widać, praktyki zawodowe dla studentów kierunków ekonomicznych nie są popularne, co pozostaje w oczywistej sprzeczności z późniejszymi oczekiwaniami pracodawców.

W opinii dolnośląskich studentów, którzy uczestniczyli w praktykach, do zalet takiej formy aktywności należą: szansa na poznanie środowiska pracy (64%), możliwość uzupełnienia wiedzy teoretycznej (44%), a także możliwość poznania nowych ludzi oraz odnotowania odbycia praktyki w CV (33%). Z kolei do głównych mankamentów odbytych praktyk respondenci zaliczyli: zbyt krótki czas praktyki (39%), zlecanie praktykantom jedynie prostych zadań (37%) oraz nieprzychylnie nastawienie pracowników przedsiębiorstwa (21%).

Badania dolnośląskich pracodawców niestety potwierdzają brak akceptacji i zaangażowania przedsiębiorstw w realizację tej formy praktycznej aktywności studentów. Można by zaryzykować stwierdzenie, że wręcz zniechęcają studentów, jeśli weźmiemy po uwagę, że 70% dolnośląskich firm (zwłaszcza zatrudniających do 9 pracowników) w ogóle nie przyjmuje praktykantów, natomiast 25% pracodawców oferuje rocznie praktyki dla 1 do 3 studentów. Okazuje się, że najrzadziej przyjmują praktykantów firmy reprezentujące branże: pośrednictwo finansowe, handel hurtowy i detaliczny, budownictwo i edukacja. Z kolei zapotrzebowanie na praktykantów zgłaszają pracodawcy z branży hotelarsko-gastronomicznej oraz ochrony zdrowia i opieki socjalnej. Niestety, czas trwania praktyk w dolnośląskich przedsiębiorstwach jest krótki – 46% badanych firm oferuje praktyki maksimum miesięczne, a w 25% firm czas praktyki waha się od 1 do 3 miesięcy.

W podsumowaniu tego wątku warto zaznaczyć, że współpraca pracodawcy z praktykantem ma zwykle charakter jednorazowy, gdyż kończy się z chwilą zakończenia praktyki (60% praktykantów nie znalazło zatrudnienia w „swojej” firmie). Jak wskazują wyniki cytowanych badań, wśród nielicznych firm, które zaoferowały pracę praktykantom dominowały te, które zatrudniły tylko 1 osobę.

Z kolei inne badania przeprowadzone w grupie 350 przedsiębiorstw Dolnego Śląska wskazują na następujące braki kwalifikacyjne absolwentów uczelni wyższych: małe doświadczenie zawodowe i niewielkie umiejętności praktyczne, słaba znajomość języków obcych, brak umiejętności obsługi programów komputerowych, brak wiedzy specjalistycznej. Ponadto absolwentom uczelni brakuje umiejętności kierowania ludźmi, umiejętności pracy w zespole i komunikacji⁶. Paradoksalnie, międzynarodowe koncerny preferują wykształcenie ogólne, wymagają od kandydatów określonych cech charakteru, motywacji, umiejętności uczenia się, natomiast w małych firmach do głównych cech pożądanych u kandydatów do pracy należy doświadczenie.

⁵ J. Dziechciarz i in. (red.), *Edukacja i kształcenie w województwie dolnośląskim wobec potrzeb regionalnego rynku pracy*, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 55–62.

⁶ T. Kupczyk, *Kształcenie ustawiczne adekwatne do rynku pracy jako skuteczny sposób wzrostu konkurencyjności Dolnego Śląska*, [w:] M. Zalewska (red.), *Szkolnictwo wyższe na Dolnym Śląsku źródłem przewagi konkurencyjnej?*, Dolnośląskie Centrum Studiów Regionalnych, Wrocław 2007, s. 57.

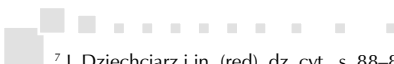
Wymienione oczekiwania pracodawców z Dolnego Śląska są znane studentom uczelni tego regionu, a co za tym idzie, rośnie zainteresowanie różnymi kursami i szkoleniami podnoszącymi ich przydatność na rynku pracy. Badania prowadzone wśród studentów wykazały, że 57% osób odbyło jakieś kursy i szkolenia w ciągu ostatnich 24 miesięcy. Najbardziej popularne okazały się kursy językowe (68%), potem kursy na prawo jazdy, kursy obsługi komputera, szkolenia z zakresu rozwoju osobistego oraz zarządzania zasobami ludzkimi⁷. Zatem rezultatem przedsiębiorczych zachowań na rynku pracy jest korzystanie przez studentów z oferty szkoleń i kursów podnoszących ich wartość rynkową jako kandydatów do pracy.

Aktywność uczelni w zakresie inicjowania zachowań przedsiębiorczych

Idea współpracy, partnerstwa kojarzy się zazwyczaj z postrzeganiem uczelni jako organizacji o charakterze non-profit, która realizując swoją naczelną misję zabiega o przyjazne stosunki z różnorodnymi interesariuszami, działającymi w jej otoczeniu. W tym ujęciu szkole wyższej przypisuje się następujące role: nauczyciela, autorytetu moralnego, pracodawcy, inwestora, twórcy kultury, podmiotu wspieranego finansowo. Jednakże dynamika zmian otoczenia rynkowego i społeczno-gospodarczego uczelni wymaga, by relacje uczelnia – otoczenie poddać pogłębionej analizie, zwłaszcza, że nowe uregulowania prawne pozwalają uczelniom budować niespotykane wcześniej relacje – np. inkubatory przedsiębiorczości.

Najbardziej aktywne uczelnie poszukują źródeł finansowania projektów dotyczących wspierania przedsiębiorczości akademickiej. Dowodem tego są chociażby wyniki pilotażowego przedsięwzięcia pt. *Wsparcie innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej*, ogłoszonego we wrześniu 2006 roku i finansowanego ze środków na naukę⁸. W ciągu dwóch miesięcy od ogłoszenia zostało złożonych 45 wniosków, z czego do finansowania rekomendowano 15 wniosków na łączną kwotę 1 543 292 zł. Poniżej zamieszczono przykłady projektów z zakresu wspierania innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej, które otrzymały dofinansowanie⁹:

- bizLAB – Laboratorium Akademickiego Biznesu (Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, CITTiR);
- InQbator stworzony dla Poznania – promocja innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej w Wielkopolsce (Fundacja Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu);
- Start-up IT (Instytut Chemii Bioorganicznej PAN, Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sięciowe);
- Promocja przedsiębiorczości w środowisku naukowym w ramach Dolnośląskiego Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości (Wrocławski Park Technologiczny S.A.);
- Szkolenie i doradztwo dla wykładowców prowadzących zajęcia dydaktyczne w zakresie innowacyjnej przedsiębiorczości (Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego w Warszawie);



⁷ J. Dziechciarz i in. (red), dz. cyt., s. 88–89.

⁸ „Sprawy nauki”, Biuletyn Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego 4 (119), wrzesień 2006.

⁹ „Sprawy nauki”, Biuletyn Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego 3 (124), marzec 2007.

- Wsparcie innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej – usługi doradcze i szkoleniowe (Polsko-Japońska Wyższa Szkoła Technik Komputerowych w Warszawie);
- Rozwój instrumentów wspierania przedsiębiorczości akademickiej w Politechnice Łódzkiej, w tym przedsiębiorczości studentów, doktorantów i absolwentów (Politechnika Łódzka).

W grupie omawianych projektów, jeden związany jest z kreowaniem zachowań przedsiębiorczych w regionie Dolnego Śląska. Chodzi tu o Dolnośląski Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości (DAIP). Jest on autonomiczną jednostką organizacyjną, utworzoną we Wrocławskim Parku Technologicznym na podstawie umowy o współpracy pomiędzy Politechniką Wrocławską, Uniwersytetem Wrocławskim, Uniwersytetem Przyrodniczym we Wrocławiu oraz Wrocławskim Parkiem Technologicznym. DAIP oferuje na specjalnych warunkach finansowych wynajem atrakcyjnej i nowoczesnej powierzchni biurowo-produkcyjno-warsztatowej, dając szansę rozwoju młodym przedsiębiorcom – studentom, doktorantom, absolwentom i pracownikom uczelni.

Podsumowanie

Wyniki ogólnopolskich badań przeprowadzonych na zlecenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego wyraźnie wskazują na brak pomostu między światem nauki a biznesem, przy czym winą za taki stan rzeczy obarcza się brak zainteresowania ze strony biznesu¹⁰.

U podstaw braku współpracy firm z uczelniami i naukowcami leżą – w świetle badań przedsiębiorców – takie bariery, jak: brak dostatecznych zachęt ze strony władz (np. podatkowych), zbyt wysoka cena współpracy z ośrodkiem naukowym, nieznamomość przez naukowców realiów biznesowych i rynku, na którym funkcjonuje przedsiębiorstwo. Ponadto współpracę utrudnia biurokracja i brak konkretnej informacji o możliwych korzyściach z podjętej współpracy. Niepokojący jest fakt, że 56% badanych przedsiębiorców nie widzi potrzeby takiej współpracy.

Omawiane w opracowaniu wybrane aspekty przedsiębiorczości akademickiej wymagają zmiany takiego nastawienia do współpracy ze strony biznesu. Ważnym wsparciem finansowym dla wspólnych przedsięwzięć może okazać się Program Operacyjny *Innowacyjna Gospodarka*, w którym na lata 2007–2013 zarezerwowano około trzech miliardów euro. Wydaje się, że w trudniejszej sytuacji są uczelnie ekonomiczne, które tak naprawdę tworzą całkiem nową platformę współpracy z otoczeniem biznesowym, w ramach której każdy z partnerów powinien realizować określone, wymierne korzyści. Do grupy wspólnych dla obydwu stron korzyści zdecydowanie powinno należeć wspieranie innowacyjnych zachowań przedsiębiorczych studentów, absolwentów, doktorantów i pracowników uczelni w różnych dostępnych formach. Ważne jednak jest, by podmioty biznesu zaczęły postrzegać i wspierać te działania, również w kontekście poszukiwania dla siebie przyszłych źródeł przewagi konkurencyjnej na rynku.

¹⁰ Tamże, s.14–15.

Bibliografia

- J. Dziechciarz i in. (red.), *Edukacja i kształcenie w województwie dolnośląskim wobec potrzeb regionalnego rynku pracy*, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2007.
- Edukacja w Europie: różne systemy kształcenia i szkolenia – wspólne cele do roku 2010*, Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa 2003.
- B. Minkiewicz (red.), *Uczelnie i ich otoczenie. Możliwości i formy współdziałania*, SGH, Warszawa 2003.
- T. Kupczyk, *Kształcenie ustawiczne adekwatne do rynku pracy jako skuteczny sposób wzrostu konkurencyjności Dolnego Śląska*, [w:] M. Zalewska (red.), *Szkolnictwo wyższe na Dolnym Śląsku źródłem przewagi konkurencyjnej?*, Dolnośląskie Centrum Studiów Regionalnych, Wrocław 2007.
- „Sprawy nauki”, *Biuletyn Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego* 3(124), marzec 2007.
- „Sprawy nauki”, *Biuletyn Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego* 4 (119), wrzesień 2006.

Abstract

In the article the author discusses connections between universities and their business environment, concerning facilitation or inhibition of the entrepreneurial behaviors of universities and their students, graduates and employees. The analysis focuses particularly on compatibility of employers' requirements and the profile of a graduate. Afterwards, the reasons of low effectiveness of traditional methods of entrepreneurial behavior's initiating have been indicated and supported by results of the research proceeded among students and entrepreneurs from the region of Lower Silesia. The university's activity within the scope of fostering innovative forms of academic entrepreneurship has also been evaluated.

Nota o Autorce

Autorka jest ekonomistą, specjalistą z zakresu zarządzania i marketingu usług, profesorem w Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu, kierownikiem Katedry Handlu i Marketingu. Jej dorobek naukowy obejmuje książki i artykuły nt. rynku i marketingu usług oraz organizacji non-profit, w tym publikację nt. *Rozwój usług edukacyjnych w erze społeczeństwa informacyjnego* (PWE 2006). Aktualnie autorka kieruje projektem badawczym własnym finansowanym przez MNiSzW nt. *Partnerstwo i konkurencja w usługach edukacji wyższej a zachowania przedsiębiorcze uczelni* (N 115 082 32/4277).



Edutainment w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych i edukacji ekonomicznej

W opracowaniu autor charakteryzuje filozofię powszechnej edukacji ekonomicznej w XXI wieku. Przedstawia istotę działań typu Edutainment oraz zastosowanie ich w procesie edukacji. Omawia doświadczenia Narodowego Banku Polskiego w stosowaniu Eduteinmentu.

Zdaniem amerykańskich naukowców w 2010 r. ilość nowych informacji będzie się podwajała co 11–72 godziny, a nawet, jak twierdzi wiceprezydent IBM Steve Mills, co 11–24 godziny. Wyniki badań prowadzonych w Stanach Zjednoczonych sygnalizują niebezpieczeństwa, które już za kilka lat mogą powodować poważne trudności dla studiującej obecnie młodzieży, głównie z powodu niedopasowania umiejętności do zmieniającej się sytuacji na rynku pracy. Okazuje się, że młodzi ludzie po prostu nie wiedzą, jak uczyć się efektywnie. Psychologowie amerykańscy twierdzą, że dla większości nie jest problemem samo uczenie się, lecz nieumiejętność organizacji indywidualnego procesu nauki.

Tymczasem większość systemów edukacji zakłada, że studenci wiedzą, jak znaleźć, przetworzyć i wykorzystać informację. Czy słusznie? Zdaniem amerykańskich badaczy – niezupełnie. Dziś szkoły praktycznie nie rozwijają tych umiejętności. Powody są dwa – brak czasu na takie zajęcia i brak odpowiednio przeszkolonych nauczycieli. Programy nauczania nakierowane są na przekazywanie coraz większych zasobów wiedzy, nie zaś na kształtowanie umiejętności uczenia się, selekcjonowania i przetwarzania informacji.

Sygnalizowane problemy systemów edukacji dotyczą również nauczania ekonomii i przedsiębiorczości. Dlatego możemy zastanawiać się, jakimi narzędziami edukacyjnymi można w XXI wieku przekazywać wiedzę ekonomiczną i jak kształtować umiejętności niezbędne do funkcjonowania na globalnym rynku pracy, tak aby beneficjentami działań edukacyjnych była jak największa grupa odbiorców.

Filozofia powszechnej edukacji ekonomicznej w XXI wieku

Dla potrzeb niniejszego opracowania edukację ekonomiczną należy rozumieć szeroko, jako wiedzę i umiejętności praktyczne, które są przydatne, a nawet niezbędne dla każdego uczestnika życia społecznego, aby mógł on bez przeszkód realizować swoje cele życiowe i zawodowe, nie ponosząc szkody z powodu nieznajomości ekonomii. Nie będzie więc mowy o specjalistycznej

wiedzy, która dostępna jest na uczelniach wyższych lub w wyspecjalizowanych instytucjach zajmujących się gospodarką i finansami.

Ekonomia nie jest wiedzą tajemną dostępną tylko nielicznym. Jest wiedzą powszechną i użyteczną w życiu każdego człowieka – biednego i bogatego, młodego i starszego, bezrobotnego i pracującego. Każdy z nas – nawet jeśli jeszcze nie zarabia – każdego dnia podejmuje różne decyzje, które niosą określony skutek ekonomiczny. Decyzje te dotyczą najczęściej prozaicznych czynności, takich jak np. włączenie światła w pomieszczeniu, podróży do innego miasta, czy wyjścia do kina, a skutkiem ich wszystkich są koszty, jakie ponosimy bezpośrednio lub pośrednio.

Również edukacja szkolna – wcześniej czy później – przynosi określony skutek ekonomiczny. Od tego, jak wiele nabyliśmy (i ile potrafimy wykorzystać) wiedzy i umiejętności, zależy nasz sukces na krajowym lub globalnym rynku pracy. Nie inaczej jest z edukacją w dorosłym życiu. Ten, kto stale się uczy (najlepiej przez całe życie), rozwija swoje umiejętności i poszerza wiedzę, zwiększa swoje szanse na dobrą pracę i płacę.

Jak zatem uczyć ekonomii i przedsiębiorczości w XXI wieku, aby korzystać z tego czerpało jak najwięcej osób?

Kulturę ekonomiczną, czyli zespół poglądów i zachowań związanych z gospodarowaniem własnymi zasobami, ludzie nabywają na skutek własnych życiowych doświadczeń, wychowania oraz wpływu środowiska społecznego. Możemy wyróżnić dwa pokłady świadomości ekonomicznej – głęboki i płytki. Pierwszy z nich jest wynikiem długotrwałego i złożonego procesu edukacji na etapie szkolnym, ale i w dorosłym życiu, gdy uczestniczymy w różnych szkoleniach (edukacja formalna). Kiedyś symbolicznym ujęciem tego procesu było stwierdzenie „czego Jaś się nie nauczył, tego Jan nie będzie umiał”. Dziś nie jest ono już do końca prawdziwe, gdyż częściej zmieniająca się sytuacja na rynku pracy wymaga nieustającej nauki przez całe życie. Drugi pokład świadomości ekonomicznej – płytki – jest wynikiem oddziaływania otoczenia na jednostkę, najczęściej osób bliskich, znajomych i mediów. W naszych umysłach pojawiają się zasłyszane czy zaobserwowane poglądy lub wzorce, które zazwyczaj nie są przez nas analizowane pod kątem ich racjonalności i zgodności z wiedzą (głęboką). Po prostu uznajemy podświadomie, że osoby prezentujące określone poglądy są wystarczającymi autorytetami i nie zachodzi potrzeba weryfikacji wypowiedzianych przez nie twierdzeń. Tym samym może się okazać, że wielu z nas wyznaje sprzeczne ze sobą poglądy (przykład: *jestem zwolennikiem obniżenia podatków, ale państwo powinno zapewnić wszystkim dużo wyższe świadczenia socjalne*).

W kontekście codziennych decyzji dla przeciętnego człowieka większe znaczenie ma płytka świadomość ekonomiczna. Wiele decyzji mających skutki ekonomiczne podejmujemy bowiem automatycznie w oparciu o zasoby wiedzy znajdujące się w płytkim obszarze świadomości. Dlatego celem prowadzonych działań z zakresu edukacji ekonomicznej powinno być przede wszystkim ukazywanie wzorców i kształtowanie postaw ludzi, a nie jedynie dostarczanie wiedzy poprzez uczenie formułek i definicji.

Dla podniesienia poziomu wiedzy ekonomicznej społeczeństwa niezbędne jest podejmowanie na skalę masową działań edukacyjnych, oddziałujących tak na płytki, jak i na głęboki poziom świadomości. Sojusznikiem mogą tu być media. Warto zauważyć, że obecnie tzw. komunikacja masowa odgrywa coraz ważniejszą rolę w kształtowaniu wzorców i postaw życiowych. Telewizja, radio, tytuły prasowe, a zwłaszcza internet w coraz większym stopniu wpływają na życie każdego z nas. Wyniki badań polskich i zagranicznych wskazują, że media są dla większości ludzi (także młodych) podstawowym kanałem zdobywania informacji i wiedzy, także ekonomicznej. Ze względu na zasięg i interakcję z odbiorcami powinno się lepiej

wykorzystywać media w procesie edukacji ekonomicznej. Ale na pewno nie poprzez nasycenie audycji telewizyjnych i radiowych, łamów prasy czy internetu wypowiedziami ekspertów ekonomicznych albo transmitowanymi wykładami (jak to robi jedna z telewizji „edukacyjnych”). Takie programy nie przynoszą oczekiwanego skutku. Ludzie nie chcą słuchać tzw. gadających głów. Szukają oni przede wszystkim rozrywki. Należy łączyć edukację ekonomiczną z rozrywką, sprawić, że widz czy słuchacz będzie się jednocześnie dobrze bawił i otrzymywał solidną dawkę wiedzy ekonomicznej, którą potem będzie mógł wykorzystać w swoim życiu. Należy pokazywać i promować różne wzorce postępowania oraz sposoby rozwiązywania problemów. Warto przy tym korzystać z wszelkich dostępnych mediów i urządzeń komunikacji – tradycyjnych, jak telewizja, radio, prasa – i nowoczesnych, korzystając z internetu, telewizji cyfrowej czy także telefonii komórkowej.

Programy edukacyjne w mediach mogą pełnić dwie funkcje. Po pierwsze, wspierają proces edukacji szkolnej, oferując nauczycielom i wykładowcom programy uzupełniające materiały przekazywane podczas lekcji. Świetnym przykładem – jednym z najlepszych na świecie – jest tu angielska Teachers.tv – portal internetowy, w którym na bieżąco zbierane są wszystkie telewizyjne materiały edukacyjne potrzebne nauczycielom, dzięki czemu mogą oni wykorzystywać rozmaite zasoby przygotowane przez nadawców publicznych i prywatnych. Ale jest też druga funkcja – media kształcą postawy życiowe, promując określone wzorce i zachowania. Odbiorcą tego przekazu jest każdy, kto ma do nich dostęp. Dlatego można nasycać media ciekawymi programami, które pośrednio lub bezpośrednio będą uczyć odbiorców, jak żyć lepiej, oszczędniej, jak rozumieć zmiany na rynku pracy i podolać tym zmianom, inaczej mówiąc – jak sprawnie funkcjonować w warunkach gospodarki rynkowej.

Narzędziem nadającym się do kształcenia postaw społecznych może być Edutainment.

Edutainment

Istotą działań typu Edutainment jest połączenie edukacji z rozrywką. Mottem tej formy edukacji jest stwierdzenie „uczyć bawiąc”. Wskazuje ono zarazem na odpowiednią hierarchię ważności. Pod pojęciem Edutainment będziemy rozumieć takie działania, których celem jest przede wszystkim edukacja, zaś forma rozrywki jest wyłącznie sposobem uatrakcyjnienia lub ukrycia przekazu o charakterze edukacyjnym. To, czy coś ma charakter Edutainmentu zależy przede wszystkim od inicjatora tego działania.

Współcześnie uważa się, że zasadnicza wartość Edutainmentu polega na tym, że jest on narzędziem służącym realizacji strategii na rzecz określonej zmiany społecznej, np. rozwoju edukacji zdrowotnej, pogłębienia świadomości ekologicznej czy ekonomicznej. Określenie celu edukacyjnego jest więc kluczowym etapem planowania działań tego typu.

Możemy rozróżnić Edutainment w szerokim i wąskim znaczeniu. W pierwszym znaczeniu możemy mówić o wszelkich formach działań podejmowanych przez jednostki lub organizacje, które zaprojektowane są w celach edukacyjnych i wykorzystują określoną formę rozrywki, aby przekazać konkretne treści edukacyjne zdefiniowanej grupie odbiorców. W tym znaczeniu Edutainment to także przedstawienie teatralne zwracające uwagę na problem AIDS, warsztaty uczące młodzież sztuki kręcenia filmów czy znane produkcje kinowe, jak *Mikrokosmos* czy *Makrokosmos – Podniebny taniec*. Edutainment w wąskim znaczeniu to wszelkie działania łączące edukację z rozrywką, które wykorzystują środki masowego przekazu jako podstawowy kanał komunikacji z odbiorcą. Nadawca przekazuje określone treści edukacyjne, całkowicie ukrywając je w programie rozrywkowym, albo też wkomponowuje specjalnie przygotowane

„lekcje” w format popularnych programów rozrywkowych, np. programów telewizyjnych, gier komputerowych i wideo, filmów, muzyki, stron internetowych i portali, programów multimedialnych itp.

Zaletą działań typu Edutainment jest ich wysoka skuteczność w przekazywaniu wiedzy i umiejętności. Istnieje wiele dowodów (na świecie i w Polsce) na to, że wykorzystanie tego narzędzia w procesie edukacji przyspiesza i utrwala pożądane (lub kreowane) postawy społeczne, zwłaszcza jeśli przekazywana treść jest istotna lub użyteczna i zbieżna z oczekiwaniami szerokiej opinii publicznej. Skuteczność ta wynika przede wszystkim z tego, że umysły są bardziej otwarte na przekaz edukacyjny, kiedy odbiorcy nie uświadamiają sobie, że w danej chwili się uczą.

Należy jednak zwrócić uwagę na rolę edukatorów, którzy odpowiadają za treść i sposób przekazu w takim programie. Jeżeli projektowane przez nich działanie będzie przesycone treścią edukacyjną, a za mało wciągające w zabawę, może się okazać, że odbiorcy uznają przekaz za nudny, trudny i z niego zrezygnują. Istotą skutecznego Edutainmentu jest więc odpowiednie wyważenie elementów edukacji i rozrywki.

Zastosowanie Edutainmentu w procesie edukacji

Historia nowoczesnego Edutainmentu liczy sobie „zaledwie” kilkadziesiąt lat. Środowiska, które zajmują się badaniami i zastosowaniem programów typu Edutainment na świecie uznają, że historia współczesnego Edutainmentu, definiowanego jako narzędzie służące realizacji strategii na rzecz określonej zmiany społecznej, zaczęła się w 1951 r. w Wielkiej Brytanii, kiedy to BBC rozpoczęło nadawanie słuchowiska *The Archers*, w którym łączono wątki edukacji ekonomicznej, ekologicznej z edukacją rolniczą.

Olbrzymi sukces odniosła również *Ulica Sezamkowa*, która dziś jest chyba największym projektem Edutainment na świecie. Połączenie rozrywki z edukacją w programie adresowanym do dzieci (i ich rodziców) okazało się strzałem w dziesiątkę i od 1969 roku *Ulica Sezamkowa* zdobywała najmłodszą widownię w kolejnych (do tej pory łącznie 120) krajach. Powstało już ponad 30 wersji międzynarodowych programu, a w samych Stanach Zjednoczonych ponad 4100 odcinków. Szacuje się, że 75 milionów Amerykanów oglądało *Ulicę Sezamkową* jako dzieci.

Od lat 70. Edutainment zawojuował również obszar edukacji i profilaktyki zdrowotnej. Sukcesem w wielu krajach świata okazały się seriale (opery mydlane), w których poruszano tematykę przeciwdziałania różnym chorobom, filmy i nowele radiowe na temat HIV/AIDS, zdrowego odżywiania. Jednak dopiero teraz, w dobie potężnych środków masowego przekazu, możemy zaobserwować siłę i skuteczność tej metody edukacji. Zwłaszcza, kiedy możliwe jest obudowanie głównego kanału przekazu rozmaitymi kanałami wzmacniającymi ten przekaz, na przykład przy wykorzystaniu internetu.

Dzięki rozwojowi mass mediów dla działań typu Edutainment nadchodzą złote czasy. Po pierwsze – będzie coraz więcej mediów (w tym cyfrowych), które będą rywalizowały między sobą o odbiorców. Po drugie – rozwój cywilizacyjny i technologiczny świata powoduje zwiększenie zapotrzebowania na edukację, zaś funkcjonujące we wszystkich krajach systemy edukacji nie są w stanie nadążyć za tymi zmianami i zaoferować odbiorcom (zwłaszcza młodzieży) aktualnych treści edukacyjnych. Dlatego większą rolę będzie w XXI wieku odgrywać powszechna edukacja nieformalna, a najtańszym i najłatwiejszym kanałem tej edukacji są właśnie środki masowego przekazu.

Można wskazać kilka powodów, dla których warto stosować Edutainment w procesie edukacji powszechnej:

- jest to narzędzie, które pomaga zwrócić uwagę opinii publicznej na zagadnienia, które są istotne dla rozwoju społeczeństwa oraz gospodarki;
- jest skuteczną formą edukacji ludzi. Wyniki ewaluacji programów tego typu wskazują na znaczący przyrost wiedzy u odbiorców programu;
- ma wpływ na tę sferę świadomości, która jest odpowiedzialna za większość decyzji podejmowanych na co dzień. Daje możliwość istotnego wpływania na postawy i zachowania ludzi;
- jest narzędziem oddziaływania masowego. Oznacza to, że w efektywny sposób jesteśmy w stanie promować na wielką skalę pożądane zachowania i wzorce postępowania;
- pomimo dość wysokich kosztów przygotowania programów, koszt edukacji z wykorzystaniem tego typu narzędzi jest w przeliczeniu na głowę odbiorcy niższy niż w przypadku programów o charakterze szkoleniowym czy innych tradycyjnych form edukacji.

Doświadczenia Narodowego Banku Polskiego

Edukacja ekonomiczna jest ważną częścią misji Narodowego Banku Polskiego. NBP rozwija działalność edukacyjną od 2002 r., między innymi korzystając z doświadczeń banków centralnych w innych krajach – Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii czy w Niemczech. Działania te skupiają się m.in. na takich tematach, jak pieniądź, funkcjonowanie banku centralnego i rynków pieniężnych, przedsiębiorczość, rynek pracy, a także finanse – zarówno publiczne, jak i prywatne.

Działania NBP są adresowane do uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych, do studentów, a także do osób, które z racji pełnionej funkcji lub wykonywanego zawodu przekazują wiedzę innym, np. nauczycieli, wykładowców, dziennikarzy, księży. Duża część programów edukacyjnych kierowana jest do całego społeczeństwa, ponieważ ważnym celem działań edukacyjnych banku jest powszechna edukacja ekonomiczna społeczeństwa.

Wśród różnych narzędzi edukacyjnych używanych przez NBP w działaniach edukacyjnych nie zabrakło również Edutainmentu, realizowanego we współpracy ze środkami masowego przekazu.

Pogromczynie mitów

To pierwszy projekt o charakterze Edutainment w NBP, w ramach którego Telewizja Polska SA wyprodukowała i wyemitowała na antenie TVP 3 dziewięć odcinków serialu edukacyjnego poświęconego gospodarce i działalności banku centralnego. Serial był stylizowany na znany film akcji pt. *Aniołki Charliego*. Trzy agentki do zadań specjalnych, grane przez znane polskie aktorki, rozprawiały się z mitami funkcjonującymi w świadomości ekonomicznej Polaków. Każdy z odcinków dotyczył innego zagadnienia ze świata gospodarki: banku centralnego (NBP), emisji pieniądza i fałszerstw, inflacji, nadzoru bankowego, euro, budżetu państwa, bezrobocia, roli państwa w gospodarce, kredytów i lokat. Serial został wyemitowany w paśmie ogólnopolskim na antenie TVP 3 w okresie od grudnia 2005 r. do marca 2006 r. Każdy z odcinków serialu miał dwie powtórki w tym samym tygodniu, w którym miała miejsce premiera. Średnio każdy epizod oglądało ponad 600 tys. widzów. Elementem wzmacniającym przekaz edukacyjny serialu były rozmowy z ekspertami (m.in. Witoldem Orłowskim, Ryszardem Petru, Janem Winięckim, Jackiem Wiśniewskim, Andrzejem Bratkowskim), którzy zapraszani byli do komentowania

zagadnień przedstawionych przez bohaterki filmu. Rozmowy były emitowane zaraz po filmie, stanowiąc jego integralną część. Serial podobał się młodym ludziom, do których m.in. był adresowany, u nich też przyniósł najwyższy i najtrwalszy przyrost wiedzy. U osób starszych przyrosty wiedzy były znacznie niższe.

Doświadczenia z realizacji *Pogromczyń mitów* posłużyły NBP do dopracowania założeń realizacji Edutainmentu, w wyniku czego zmniejszono nasycenie programów zawartością edukacyjną w głównym medium, wprowadzono zasadę współtworzenia programu i jego otoczenia przez media towarzyszące, wprowadzono konkursy i inne formy interakcji z grupami odbiorców, jak również zdecydowano się na wykorzystanie lżejszych i bardziej zróżnicowanych form programów.

Złoty dla zuchwałych – czyli Polacy i Pieniądze

Udanym programem typu Edutainment był dwugodzinny teleturniej na antenie TVN, w którym widzowie mogli sprawdzić swoją wiedzę na temat pieniądza i finansów osobistych. Pomysł programu *Złoty dla zuchwałych* opierał się na założeniu, że test wiedzy będzie dla widzów ciekawym programem, jeśli pytania będą dotyczyły praktycznych sytuacji, z którymi każdy z nas spotyka się na co dzień. Aby uatrakcyjnić przekaz dla widza, każde z pytań zostało obudowane materiałem filmowym, najczęściej zawierającym sceny z polskich komedii (które, jak się okazało, świetnie odnoszą się do tematyki finansowej) lub specjalnie sfilmowanymi scenami kabaretowymi. Na potrzeby programu zorganizowano w Krakowie studio programu, do którego zaproszono grupę około 100 widzów oraz osiem gwiazd telewizji TVN, które miały pełnić rolę kapitanów konkurujących ze sobą w studio zespołów.

Pomimo rozrywkowego charakteru programu, celem akcji było przeciwdziałanie szerzeniu się błędnych przekonań na temat pieniądza i gospodarki rynkowej. Wybrano sześć obszarów tematycznych: bezrobocie i rynek pracy, wolny rynek i przedsiębiorczość, polityka pieniężna, finanse publiczne, oszczędzanie i inwestowanie oraz prywatyzacja. Specjalnie przygotowane do testu pytania zawierały poważną dawkę wiedzy ekonomicznej.

Aby wciągnąć widzów do zabawy, wykorzystano wiele różnych kanałów komunikacji (poprzez media towarzyszące), w których równocześnie nie tylko promowano główny element programu, czyli dwugodzinny show na żywo w TVN, ale również przekazywano spore dawki wiedzy dotyczącej finansów. W akcji wykorzystano następujące narzędzia edukacyjne:

- 1) teleturniej (quiz) telewizyjny w TVN – liczba widzów oglądających program: 8,2 mln, z tego liczba widzów, która obejrzała cały program: 2,3 mln;
- 2) wkładka prasowa do „Gazety Telewizyjnej” („Gazeta Wyborcza”) – karta odpowiedzi do pytań pojawiających się na antenie TVN – łącznie dystrybuowany w całym kraju nakład ok. 800 000;
- 3) cykl artykułów edukacyjnych w prasie – średnia liczba sprzedanych egzemplarzy „Gazety Wyborczej”: 440 000 (x 8 wydań), średnia liczba sprzedanych egzemplarzy „Wprost”: 138 000 (x 2 wydania);
- 4) cykl audycji radiowych w Programie 3 PR – średnia słuchalność audycji: 753 000 (razy 5 audycji), słuchalność dyskusji Kuby Strzyczkowskiego na temat potrzeby prowadzenia powszechnej edukacji ekonomicznej w Polsce: 1 mln;
- 5) serwis internetowy akcji *Złoty dla zuchwałych* – www.zloty.onet.pl – liczba odsłon: 923 000 liczba użytkowników: 235 000, liczba osób rozwiązujących test w internecie w trakcie programu: 102 000. Bieżące informacje o programie ukazywały się również na www.NBPortal.pl i na www.Gazeta.pl;

- 6) dodatkowo rozesłano informację na temat programu do 2500 szkół ponadgimnazjalnych. Przesyłka zawierała specjalnie przygotowany scenariusz lekcji i grę do realizacji podczas zajęć. Zadaniem uczniów było rozwiązać test wiedzy o finansach w podobny sposób, jak na antenie TVN. W ciągu dwóch tygodni po emisji programu w takich zajęciach wzięło udział co najmniej 52 900 uczniów (dane z ankiet).

NBP zbadał również skuteczność podjętych działań Eduainment. Średni przyrost wiedzy u wszystkich badanych wyniósł 5,62% (badanie po obejrzeniu programu). Po okresie 2 tygodni badanie powtórzono w celu zmierzenia stopnia utrwalenia pozyskanej wiedzy w czasie – przyrost wiedzy badanych utrwał się na poziomie 2,96%. W przypadku części grup odbiorców działań edukacyjnych uzyskano wyższe przyrosty wiedzy, np. w grupie młodych ludzi było to 10,11%.

Motel w pół drogi

Małe firmy są fundamentem każdej gospodarki. W Polsce zarejestrowanych jest około 3 mln takich firm, ponad połowa z nich przejawia wysoką aktywność, rozwija się, tworząc coraz więcej miejsc pracy. Każdego roku dziesiątki tysięcy Polaków decydują się rozpocząć życie „na własny rachunek”. Nie wszystkim się udaje, ale wielu odnosi sukces. Historia każdego z nich jest jedyna w swoim rodzaju, często fascynująca, zawsze pouczająca. Dlatego NBP zdecydował się na realizację w formie Eduainment słuchowiska poświęconego osobom, które prowadzą swój mały biznes.

W listopadzie 2006 r. na antenie Programu 1 Polskiego Radia pojawiło się 30-odcinkowe słuchowisko *Motel w pół drogi* – trzecia w historii Polskiego Radia radionowela, tym razem o ludziach, którzy prowadzą tytułowy motel na prowincji. Projekt jest realizowany wspólnie z dziennikiem „Super Express” i portalem Wirtualna Polska (www.motel.wp.pl). W role bohaterów wcielili się między innymi Andrzej Ferenc, Andrzej Mastalerz, Henryk Talar, Izabella Bukowska, Krzysztof Kowalewski, Marian Opania.

Słuchowisko daje słuchaczom możliwość przeżycia przygody razem z ludźmi początkującymi w biznesie. Zawiera elementy wyjaśniające podstawowe pojęcia ekonomiczne pomocne w prowadzeniu niedużego biznesu. Bohaterowie programu muszą pokonywać wiele przeszkód związanych z podjęciem własnej działalności i od podstaw poznawać zasady funkcjonowania systemu bankowego. Zderzają się z wieloma przeszkodami, o których w dotychczasowym życiu mieli raczej niewielkie pojęcie.

Motel w pół drogi nie jest oczywiście kursem przedsiębiorczości. Słuchowisko miało przede wszystkim zainteresować barwnymi, pełnymi niespodzianek losami bohaterów, a przy okazji dostarczyć trochę wiedzy o gospodarce. Każdy odcinek został poświęcony określonemu zagadnieniu z mikro- lub makroekonomii, dzięki czemu słuchacz mógł pogłębić swoją wiedzę na temat prowadzenia firmy i gospodarki, ale od praktycznej strony, gdyż bohaterowie słuchowiska stykali się z rzeczywistymi problemami i szukali sposobów ich rozwiązania.

Motel w pół drogi cieszył się dużą popularnością słuchaczy – co tydzień audycji słuchało ponad 1 milion osób. Słuchowisko jest dowodem na to, że programy Eduainment w radio są skutecznymi metodami zmiany postaw społecznych.

Polaków portfel własny

W okresie przed- i poświątecznym w grudniu 2006 r. i styczniu 2007 r., na antenach TVN, TVN Style, TVN24 i TVN Turbo, Narodowy Bank Polski wspólnie z TVN zorganizował trzytygodniową akcję Eduainment poświęconą tematyce oszczędzania. Łącznie na czterech antenach TVN ukazało się 266 miniwywiadów z gwiazdami TVN-u poświęconych sprawom oszczędzania

i wydawania pieniędzy. Każda scena nie trwała więcej niż 90 sekund i miała charakter przygotowanej (w różnych lokalizacjach) rozmowy Romana Młodkowskiego z jedną z gwiazd TVN (Bożena Dykiel, Marcin Meller, Marek Włodarczyk, Magda Mołek, Szymon Majewski, Dorota Zawadzka).

Celem akcji *Polaków portfel własny* była edukacja finansowa Polaków. Organizatorzy chcieli wykorzystać czas przygotowań i zakupów świątecznych, aby zadać konsumentom kilka istotnych pytań i zwrócić uwagę na fakt, że w tym szczególnym czasie ludzie nierzadko tracą głowę i podejmują nieprzemysłane decyzje, za które później płacą wysoką cenę. Organizatorzy chcieli przede wszystkim odnieść się do praktycznych sytuacji, które dotyczą wielu osób, odpowiadając na pytania: Czy karta kredytowa jest lepsza niż gotówka? Ile można zaoszczędzić w skali roku przykręcając cieknący kran? Jakie korzyści przynosi planowanie własnego budżetu? Kiedy warto brać kredyt?

W ten sposób NBP przy użyciu Edutainment wykorzystał okres świąteczny do przekazania kilkunastu zasad racjonalnego gospodarowania własnymi finansami. Filmy cieszyły się bardzo dużą popularnością – obejrzała je estymowana widownia 10,5 mln osób. Okazało się, że tego typu rozmowy z gwiazdami medialnymi są skuteczną metodą przekazywania wiedzy o oszczędzaniu i inwestowaniu czy planowaniu wydatków osobistych.

Portal Edukacji Ekonomicznej NBPortal.pl

Elementy Edutainment zawiera również Portal Edukacji Ekonomicznej NBP www.NBPortal.pl – jeden z największych w Polsce i w Europie portali edukacyjnych. Koncepcja NBPortal.pl opiera się na założeniu, że użytkownik poszukujący wiedzy ekonomicznej w portalu nie może być przytłoczony wiedzą ekonomiczną. Stąd autorzy NBPortal.pl zaproponowali internautom dużą dawkę rozrywki połączonej z nauką ekonomii. W zasobach portalu znajdują się nie tylko opracowania i analizy poświęcone szerokiej tematyce ekonomicznej, ale również różnego rodzaju quizy, gry decyzyjne i strategiczne, zabawy, krzyżówki oraz spora biblioteka filmów animowanych. Nie bez znaczenia są konkursy, które motywują użytkowników portalu do zdobywania wiedzy. Do czerwca 2007 r. z NBPortal.pl skorzystało ponad 3,5 miliona internautów. Ponad 72 tysiące osób korzysta z edukacyjnych kursów e-learning pogłębiając swoją wiedzę o ekonomii i gospodarce. Wyniki badań statystycznych firmy Gemius SA, jak również opinie użytkowników NBPortal.pl – nauczycieli, uczniów – potwierdzają, że portal jest wartościowym i użytecznym narzędziem w poszerzaniu wiedzy ekonomicznej. Zdaniem badanych użytkowników NBPortal (2006) główna zaleta NBPortal.pl i jego wartość polega na umiejętnym połączeniu rzetelnej, konkretnej wiedzy z łatwym, lekkim przekazem. Serwis ten w jawny sposób zaprzecza pokutującemu zwłaszcza wśród młodych użytkowników przekonaniu, że ekonomia musi być czymś nudnym i trudnym.

Dni Otwarte NBP

Również Dni Otwarte, organizowane raz do roku w Centrali i Oddziałach Okręgowych NBP mają charakter Edutainment. Celem Dni Otwartych jest pokazanie, czym zajmuje się bank centralny. Ponieważ w odczuciu przeciętnego człowieka bank centralny nie jest zbyt atrakcyjny, NBP przygotowuje każdego roku specjalny program zwiedzania, który łączy elementy rozrywki i edukacji.

Trzy lata doświadczeń z organizacją Dni Otwartych umacniają organizatorów w przekonaniu, że odpowiednio przygotowany program, dostosowany do oczekiwań zwiedzających, może dostarczyć zwiedzającym wiele wrażeń i emocji. Od 2004 r. NBP odwiedziło blisko 90 tys. osób, z tego Centralę w Warszawie 26 tys. Wykorzystano pewną aurę tajemniczości, jaka towarzyszy

bankowi centralnemu – głównie wyobrażenie, że w banku centralnym są przechowywane olbrzymie zasoby złota. Dla odwiedzających opracowano specjalne trasy zwiedzania tak, aby pozwoliły gościom poznać bank centralny niejako „od kuchni”.

W 2006 r. dla gości przygotowano także wiele atrakcji: zwiedzający mogli – własnoręcznie lub z pomocą mincerza – wybić specjalny żeton okolicznościowy zaprojektowany z okazji Dni Otwartych NBP; wziąć do ręki prawdziwą, ważącą 12,5 kg sztabę złota; zobaczyć bogate zbiory srebrnych i złotych monet kolekcjonerskich; na własne oczy zobaczyć, ile to jest 1 milion złotych w banknotach 100 złotych; spotkać projektantów monet i banknotów; nauczyć się rozpoznawać fałszywe banknoty; uczestniczyć w grach i zabawach edukacyjnych, podczas których poszerzali wiedzę ekonomiczną; dowiedzieć się o konkursach, programach i innych działaniach edukacyjnych NBP. Treści edukacyjne, skupiające się wokół zagadnień: pieniądza, inflacji, stabilnego rozwoju rynków finansowych, płatności bezgotówkowych czy wreszcie finansów osobistych, są wplecione w kolejne „przystanki” na trasie zwiedzania. Podejście, jakie stosuje NBP można ująć w skrócie hasłem „edukacja poprzez portfel”, czyli prezentowanie, jaki wpływ mają różne zjawiska w gospodarce na kondycję finansową zwykłego człowieka. W ten sposób zwiedzający nie tylko spędzają miło czas, odkrywając w swoim mieście nowe tajemnicze miejsca, ale również dowiadują się wielu istotnych informacji na temat gospodarki, zdobywają wiedzę, jak mogą poprawić swoją sytuację finansową.

Podsumowanie

Gwałtowny rozwój technologii informacyjnych, coraz doskonalsze komputery i telefony komórkowe oraz rozwój mediów elektronicznych i pojawienie się nowych mediów opartych m.in. o filozofię Web 2.0 mają istotny wpływ na cały system edukacji, w tym i na kształtowanie postaw przedsiębiorczych i edukację ekonomiczną. Pojawienie się w naszych domach i pracy internetu, telefonów komórkowych, telewizji cyfrowej, nieuchronnie zmienia sposób komunikowania się ludzi, a przez to również sposób uczenia się. Wymaga kształtowania umiejętności wyszukiwania, selekcjonowania i przetwarzania informacji.

Edukacja szkolna w XXI wieku będzie prawdopodobnie już tylko jedną z wielu form edukacji, które w ciągu swojego życia każdy, kto chce osiągnąć sukces zawodowy i życiowy, będzie musiał zaakceptować. Warto dodać, że formą w zupełności niewystarczającą do osiągnięcia tego sukcesu.

Być może ulegnie zmianie filozofia szkoły i uczelni. O ile dziś celem jest dostarczenie wiedzy i informacji, o tyle w przyszłości większe znaczenie może mieć kształtowanie umiejętności zarządzania wiedzą i wyszukiwania informacji. Jeśli już dziś, w społeczeństwie informacyjnym, kwalifikacje zdobyte w szkole wystarczają na okres około 5 lat pracy, to być może za kilka lat okres ten będzie jeszcze krótszy. Wraz z rozwojem mediów i innych form komunikacji międzyludzkiej, ciężar dostarczania wiedzy i informacji zostanie przeniesiony poza mury szkoły i będzie spoczywał przede wszystkim na mediach i różnych formach edukacji nieformalnej. Na świecie ten trend już jest zauważalny. Coraz częściej z pomocy mediów korzystają nauczyciele (internet) i wykładowcy, próbując rozwijać nowe kanały komunikacji i edukacji swoich uczniów i studentów. Coraz częściej lekcja czy wykład przestaje być główną formą prowadzenia zajęć, a większego znaczenia dla studentów w poszczególnych obszarach wiedzy nabierają różnego rodzaju formy edukacji nieformalnej.

W tym świetle warto także zwrócić uwagę na Edutainment. Jest to narzędzie edukacji powszechnej i trafiające do wielkiej grupy odbiorców dzięki wykorzystaniu jednocześnie kilku

kanałów komunikacji. Doświadczenia światowe z zastosowaniem Edutainment wskazują na wysoką skuteczność tej formy edukacji w oddziaływaniu na zmianę poglądów i postaw społecznych. Dlatego jeżeli mówimy o kształtowaniu postaw przedsiębiorczych czy edukacji ekonomicznej, Edutainment powinien być uwzględniony w katalogu działań prowadzonych przez uczelnie, instytucje publiczne, media i inne organizacje działające w obszarze edukacji.

Pozytywne oddziaływanie Edutainmentu na społeczeństwo dobrze podsumowuje paradygmat 9P (autorstwa Phyllis Tilson Piotrow). Edutainment jest:

- przenikający, szerzący się (*pervasive*) – dociera za pomocą mediów do każdego;
- popularny (*popular*) – ludzie lubią i chętnie korzystają z takich programów;
- perswazyjny (*persuasive*) – silny element perswazyjny wynika z promowanych wzorców zachowań, które ludzie są w stanie oglądać, zaakceptować oraz powielać;
- przynoszący korzyści (*profitable*) – inwestycje w Edutainment zwracają się w różnych wymiarach, także finansowych (niższe koszty społeczne);
- wywołujący emocje (*passionate*) – co pomaga zapamiętać przekaz i promowane w programie wzorce zachowań;
- personalny (*personal*) – pozwalający widzom na indywidualny odbiór i utożsamianie się z bohaterami;
- partycypacyjny (*participatory*) – stwarzający możliwość interakcji z widzami i uczestnictwa w wydarzeniu (czy szerzej, w pewnej akcji społecznej, towarzyszącej programowi);
- zachęcający do działania (*prompts to action*) – dzięki temu, że zawiera wiele podpowiedzi i wskazówek, które mogą być zastosowane w codziennym życiu;
- skuteczny (*proven effective*) – o czym świadczą dziesiątki ewaluacji przeprowadzanych na świecie.

Podsumowując, Edutainment jest ważnym, aczkolwiek do tej pory w Polsce mało wykorzystywanym, narzędziem w rękach edukatorów i producentów treści o charakterze edukacyjnym, tak z sektora publicznego, jak i prywatnego. Z pewnością też jest dobrym narzędziem kształtowania w społeczeństwie postaw przedsiębiorczych oraz edukacji ekonomicznej, czego dowodzą doświadczenia Narodowego Banku Polskiego.

Abstract

The paper characterizes the issue of Edutainment – understood as education joined with entertainment – in the area of economic education. The author presents in details Edutainment activities of the National Bank of Poland, such as educational programmes on TV and on the radio and the educational website NBPportal.pl. He states that Edutainment, although important and effective, is still very rarely used in Polish educational system.

Nota o Autorze

Autor jest Naczelnikiem Wydziału Edukacji w Departamencie Komunikacji Społecznej Narodowego Banku Polskiego.

Czynniki wpływające na kształtowanie przedsiębiorczości w kontekście badań Global Entrepreneurship Monitor

Opracowanie przedstawia największy na świecie projekt w dziedzinie przedsiębiorczości – Globalny Monitor Przedsiębiorczości (Global Entrepreneurship Monitor – GEM), który podejmuje próbę zbadania i wyjaśnienia międzynarodowych różnic w poziomie przedsiębiorczości. Prezentuje ono funkcjonowanie, założenia metodologiczne, genezę i cel projektu GEM i jego wpływ na kształtowanie przedsiębiorczości.

Przedsiębiorczość bez wątpienia jest podstawą rozwoju gospodarczego, a co za tym idzie rozwoju społeczeństw w ogóle. Przedsiębiorcy odkrywając, podejmując i wykorzystując szanse tworzą nowe produkty, nowe rynki, nowe miejsca pracy, kreują dobrobyt nie tylko swój, ale również społeczny¹. Trudno jednak nie zauważyć, że w chwili, gdy niektóre społeczeństwa i gospodarki narodowe dynamicznie się rozwijają dzięki tworzeniu nowych firm, inne – wydawałoby się o podobnym potencjale – pozostają w dziedzinie przedsiębiorczości daleko w tyle. Zbadanie różnic w natężeniu przedsiębiorczości pomiędzy społeczeństwami oraz próba wyjaśnienia tych różnic legły u podstaw powołania do życia Globalnego Monitora Przedsiębiorczości (Global Entrepreneurship Monitor – GEM) – największego na świecie projektu badawczego w dziedzinie przedsiębiorczości.

Przedsiębiorczość jako proces nadawania sensu działaniom ludzi

Ludzie, także jako przedsiębiorcy, działają w sposób tworzący wartość i nadający znaczenie ich poczynaniom. Kluczowy proces nadawania sensu ciągle kształtuje rzeczywistość². Uczestnicy starają się stworzyć porządek na drodze porównań społecznych, oczekiwań i działań tak, aby

¹ P. Burns, *Entrepreneurship and small business*, Palgrave MacMillan, Houndmills 2007; P. Davidsson, *The domain of entrepreneurship research: Some suggestions*, [w:] J.A. Katz, D.A. Shepherd (red.), *Cognitive approaches to entrepreneurship research*, Elsevier, JAI, London 2003, s. 315-372; I.M. Kirzner, *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago 1973; J.A. Schumpeter, *The theory of economic development*, Harvard University Press, Cambridge 1934.

² Znacznie więcej na temat istoty i roli procesów nadawania sensu można znaleźć w: K.E. Weick, *Making Sense of the Organisation*, Blackwell, Oxford-Malden 2000; R.D. Stacey, *Complex Responsive Processes in Organizations: Learning and Knowledge Creation*, Routledge, Nowy Jork 2001.

uczynić racjonalnymi sytuacje i uzasadnić je w wymiarze akceptacji społecznej. Tworzą oni i podtrzymują obrazy szerszej rzeczywistości: mapy dostarczające tymczasowych wytycznych do działania. Wzmiankowane obrazy racjonalizują też to, co ludzie robią. Domem przedsiębiorcy jest ustawicznie formująca się rzeczywistość. Uznanie tego stwierdzenia przemieszcza nas do nietradycyjnego spojrzenia na działalność zorganizowaną, gdzie dużą rolę odgrywa improwizacja. Uświadomienie sobie dużej wagi dynamiki społecznej pozwala wyzbyć się wielu mitów otaczających proces tworzenia organizacji, a wynikających z obciążenia dążeniem do porządku, kontroli i niezawodności.

Przede wszystkim należy większą rolę przypisać procesowi nadawania sensu. Stosowny przepis podpowiada, że najpierw pojawia się coś nieoczekiwanego, czyli zmiana ekologiczna. Niespodzianki, nieciągłości, rozbieżności, nagłe pojawienie się obiektów nieistotnych, zaskakująca nieobecność zjawisk ważnych – wszystko to wyzwala chęci do unormowania rzeczywistości i w ślad za tym uruchamia proces nadawania sensu doświadczanym sytuacjom i zdarzeniom. W tym momencie żywotną sprawą jest wzmożenie kontaktów osobistych w celu zapewnienia otwartej wymiany informacji, która powinna być oparta na zaufaniu i wiarygodności. Warto podkreślić, że zmiana ekologiczna nie jest zdarzeniem czysto zewnętrznym, ponieważ jest ona mieszkanką nałożonych modeli, trwałych właściwości oraz właściwości kształtowanych podejmowanymi działaniami. Nie jest też zwykłym bodźcem, albowiem wystąpienie zmiany ekologicznej jest rezultatem wcześniejszych działań. Wystąpieniu tej zmiany często towarzyszy ustanowienie czegoś przez ludzi; przetworzenie surowych danych w informacje. Ustanowienie ma ująć coś w ramy poznawcze tak, aby nadać temu sens. Otoczenie jest konstytuowane przez działania i jest przechowywane w umysłach ludzi jako mapy przyczynowo-skutkowe. To właśnie działanie tworzy poznawanie. Równocześnie działanie jest ukierunkowane przez uprzednie poznanie, które jest źródłem inercji organizacyjnej. Źródłem napięcia jest opóźnienie rozumienia względem ustanowienia. Jak możemy poznać to, z czym mamy do czynienia, zanim zaczniemy działać i zobaczymy, w jaki sposób to odpowiada na nasze działania. Ustanowienie – pozornie wyglądające na nieważną stronę interpretowania – jest procesem, w którym tworzy się otoczenie, ograniczające następnie dalsze działania. Przez organizację przepływają strumienie doświadczenia. Uczestnicy wyciągają wnioski i porządkują je tworząc tym samym mapy poznawcze, będące podstawą zachowania w przyszłości. Zatem ludzie myślą poprzez działanie, które ułatwia zrozumienie. Działając w organizacji tworzą struktury, ograniczenia i szanse, jakich nie było przed działaniem. Ustanowione otoczenie podlega selekcji, po której pozostają elementy godne uwagi i poważnego potraktowania. Na przedsiębiorczość można spojrzeć jak na proces nadawania sensu. Jeżeli przedsiębiorcy tkwiący w dziejącym się otoczeniu społecznym doświadczają przerwy (nieciągłości), to:

- a) ustanawiają otoczenie;
- b) retrospektywnie zauważają sygnały mające znaczenie w świetle tego, co ustanowili (identyfikują szanse);
- c) interpretują i zatrzymują znaczące wersje tego, co sygnały znaczą dla ich tożsamości i dla tożsamości organizacji (interpretują szanse);
- d) stosują lub zmieniają te wiarygodne znaczenia w kolejne ustanawianie i retrospektywne zauważanie (mobilizują do wykorzystania szansy).

Patrząc na przedsiębiorczość jako proces nadawania sensu, można powiedzieć, że poznanie to działanie. Przyjmując przeciwną perspektywę widzimy, że działanie to poznanie. Połączenie tych dwóch punktów widzenia daje cykliczny proces przedsiębiorczości, gdzie działanie to poznanie to działanie...itd. Poszczególne fazy przedsiębiorczości (czy lepiej dziedziny,

obszary nacisku) przeplatają się. Powyższe przypuszczenie przyprawia rzetelnego badacza o bóle głowy. Przedsiębiorczość to ustawiczna zmiana, a nie ciąg epizodów wtrąconych w nurt bieżącej działalności. W procesie tym wiedza jest rekonstruowana, nieperfekcyjnie przypomniana i koloryzowana spóźnionym refleksem. Jest to proces ledwo uchwytny, wymykający się spod kontroli i niezwykle trudny do opisanja arbitralnymi definicjami. Jego istotą jest nieustanna aktywność w walce o godne życie ludzi, w której za pozornie niewielkimi szansami kryją się szerokie pola działalności mogącej przynieść ogromne konsekwencje. Przecież to przedsiębiorczość kształtuje w ostatecznym efekcie to, co ludzie myślą i robią jako uczestnicy zorganizowanej działalności. To ona formuje to, co ludzie zauważają w swoich czynach i dyskursach. To dzięki niej pielęgnowane są myśli i przekonania ludzi, leżące u podłoża podejmowanych aktywności. To przeciw niej występują tak naprawdę pełni poświęcenia analitycy przywiązani emocjonalnie do tworzenia reguł, procedur, planów niemających większego związku z ambiwalencją, mądrością, uczeniem się, improwizacją, samoorganizowaniem i przez to nonsensownych. Spróbujmy użyć języka organizacyjnego nadawania sensu dla opisanja tej strony przedsiębiorczości, która kształtuje entuzjazm, samoorganizowanie, uczestnictwo, chęć do wykorzystania kapitału ludzkiego i społecznego, a także decyzje dotyczące sposobów wykorzystania energii ludzi. We współczesnym świecie nie ma miejsca na pasywne diagnozy i nie warto uciekać od aktywnego kształtowania rozwoju sytuacji organizacyjnych. Nadawanie sensu to przecież nie tyle odkrywanie, co osiągnięcie rzeczywistości dzięki wypracowaniu wiarygodnych, pragmatycznych, tymczasowo użytecznych wytycznych działania.

Zatem badanie przedsiębiorczości jest jednym z najobszerniejszych tematów współczesnej nauki o zarządzaniu. Badania prowadzone w tej dziedzinie muszą pokonać podwójną przeszkodę: jakości naukowej i przydatności praktycznej³. Oba te problemy stały również przed twórcami GEM. Pierwszy oznaczał konieczność zapewnienia surowego rygoru metodologicznego i statystycznego, drugi nakazywał dostosowanie materiału empirycznego do potrzeb odbiorców, których różnorodność wprowadza dodatkowe komplikacje. Rygor metodologiczny i statystyczny narzuca bezwzględne stosowanie zaawansowanych procedur badawczych.

Metodologia projektu GEM

Badania w ramach GEM składają się z dwóch głównych części – ankietowania populacji dorosłych oraz wywiadów z ekspertami⁴. Pierwsza część ma na celu wychwycenie i analizę przedsięwzięć gospodarczych w ich zarodku, często nawet przed oficjalnym powołaniem do życia. Część druga ma za zadanie określenie krajowych warunków rozwoju gospodarki i przedsiębiorczości (określanych jako ogólne krajowe warunki ramowe i warunki ramowe przedsiębiorczości). Ankietowanie populacji dorosłych odbywa się w większości krajów telefonicznie z wykorzystaniem próby co najmniej 2 tys. respondentów. W niektórych krajach liczba ta sięga nawet ponad 30 tys. respondentów, od kilku lat wyścig w tej kategorii prowadzą Hiszpania z Wielką Brytanią, w zeszłym roku triumf odniosło to drugie państwo wynikiem 34 896:28 306.

³ M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002.

⁴ P.D. Reynolds, N. Bosma, E. Aution, S. Hunt, N. DeBono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, N. Chin, *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998–2003*, „Small Business Economics” 2005, nr 24, s. 205–231.

Nadmienić należy również, że w obu wymienionych krajach badania prowadzone są również na poziomie regionalnym.

Respondentom zadaje się szereg pytań dotyczących zaangażowania w zakładanie firmy, współfinansowanie tej działalności, a dodatkowo – charakterystyki zakładanej firmy i czynników kulturowych mających wpływ na przedsiębiorczość. Ankietowanie populacji dorosłych poddane jest surowym rygorom badawczym – musi być dokonane przez doświadczoną firmę ankierską, obowiązują ścisłe kryteria doboru próby i prowadzenia badań w celu zapewnienia wysokiej wiarygodności i porównywalności międzynarodowej.

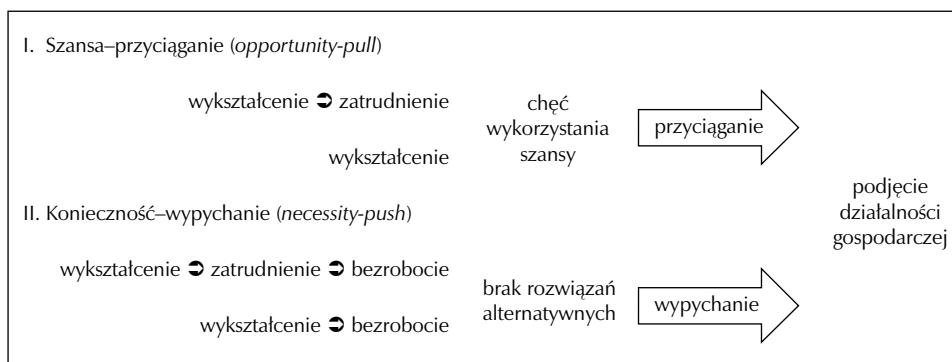
Należy podkreślić, że Globalny Monitor Przedsiębiorczości koncentruje się głównie na przedsiębiorczości w jej wczesnym stadium. Wynikiem badań GEM jest szereg wskaźników, z których najważniejszym jest wskaźnik przedsiębiorczości ogółem (*total entrepreneurial activity – TEA*), odzwierciedlający odsetek osób rozpoczynających działalność gospodarczą (*nascent entrepreneurs* – znajdujących się również w fazie przygotowawczej) oraz właścicieli młodych firm (*new business owners* – do 42 miesięcy istnienia). Jako osoby rozpoczynające działalność gospodarczą kwalifikuje się osoby od 18 do 64 roku życia, które podjęły jakiekolwiek działania w kierunku założenia firmy. Aby być zaliczonym do tej grupy, osoby te muszą być właścicielem części lub całości firmy, którą zakładają oraz nie wypłacać wynagrodzeń innym osobom przez więcej niż trzy miesiące. Właściciele młodych firm to osoby, które są aktywne jako ich menedżerowie, którzy wypłacają wynagrodzenia przez więcej niż trzy, ale nie więcej niż 42 miesiące.

Dodatkowo Globalny Monitor Przedsiębiorczości podejmuje na podstawie badań próbę estymacji liczby właścicieli dojrzałych firm. Estymacja ta dokonywana jest na podstawie liczby w próbie osób posiadających i zarządzających firmą przez okres dłuższy niż 42 miesiące. Oba powyższe wskaźniki (wczesnego stadium przedsiębiorczości i dojrzałych firm) są istotne zarówno z punktu widzenia naukowego, jak i praktycznego, wspólnie dają one pełniejszy ogłód przedsiębiorczego krajobrazu w danym kraju. Pierwszy określa dynamikę skłonności do działań przedsiębiorczych (procent populacji skłonnej do założenia firmy), drugi daje wyobrażenie o trwałości firm i liczbie ludności zaangażowanej w działalność, która jest stabilna.

Istotne w Globalnym Monitorze Przedsiębiorczości jest rozróżnienie – ze względu na przyczyny motywujące ludzi do zakładania firmy – na przedsiębiorczość opartą na szansie (*opportunity-based entrepreneurial activity*) oraz przedsiębiorczość z konieczności (*necessity-based entrepreneurial activity*). Pierwszy rodzaj przedsiębiorczości wynika z rozpoznania szansy biznesowej i chęci jej wykorzystania. Drugi rodzaj to działania przedsiębiorcze podejmowane w obliczu braku innych perspektyw, szczególnie często w sytuacji bezrobocia, lub gdy obecna praca nie jest w wystarczającym stopniu satysfakcjonująca. Szczególnie pożądana jest pierwsza motywacja przedsiębiorczości, która przynosi szybszy wzrost, wyższy wskaźnik przetrwania oraz lepsze wyniki finansowe. Przyjęty przez GEM model motywacji przedsiębiorczej przedstawiony jest na rysunku 1.

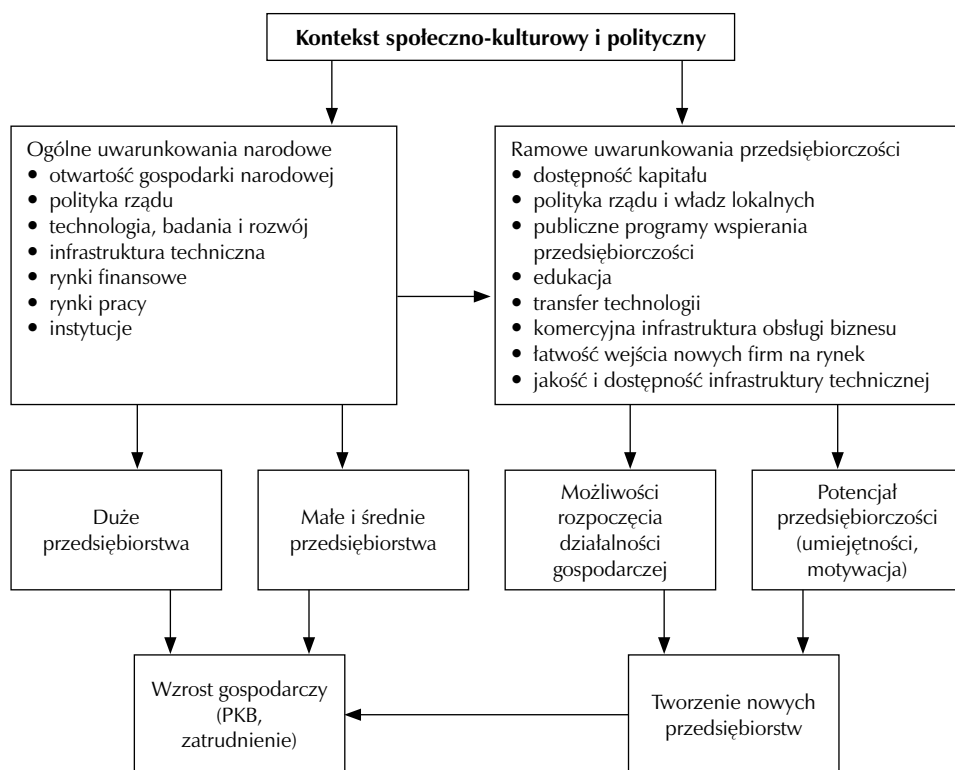
Model GEM zakłada istnienie relacji między kontekstem kulturowym, politycznym, społecznym i ekonomicznym, warunkami ramowymi, aktywnością przedsiębiorczą społeczeństwa i firm oraz rozwojem gospodarczym i wzrostem zatrudnienia jako wynikami tych procesów. Druga zasadnicza część badań w ramach projektu – ankietowanie oraz wywiady z ekspertami – ma za zadanie wychwycić i zidentyfikować kluczowe czynniki wpływające na poziom przedsiębiorczości w kraju, a co za tym idzie, zaproponować rozwiązania systemowe wspierające zakładanie nowych firm. W każdym kraju dokonuje się wyboru grupy ekspertów w oparciu o te same kryteria, z których głównymi są rodzaj prowadzonej działalności (naukowiec, menedżer, polityk, itd.) oraz doświadczenie w prowadzeniu działalności przedsiębiorczej (przedsiębior-

Rysunek 1. Motywy podejmowania działalności gospodarczej



Źródło: K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Polacy – przedsiębiorczym społeczeństwem? Global Entrepreneurship Monitor Polska 2004*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Warszawa–Poznań–Katowice 2005, s. 15

Rysunek 2. Model GEM



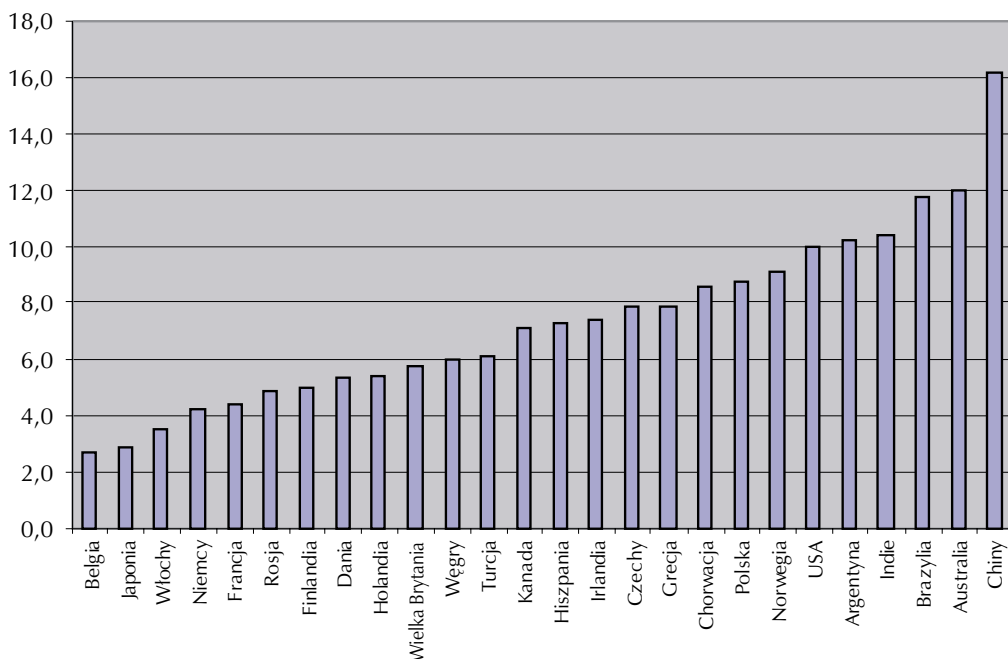
Źródło: K. Baclawski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Polacy – przedsiębiorczym społeczeństwem? Global Entrepreneurship Monitor Polska 2004*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Warszawa–Poznań–Katowice 2005, s. 7

ca–nieprzedsiębiorca). Ankiety i wywiady odbywają się w kilkunastu obszarach badawczych, takich jak: dostępność kapitału; wsparcie ze strony polityki publicznej; otoczenie prawne i podatki; publiczne programy wspierania przedsiębiorczości; edukacja na poziomie podstawowym i średnim; szkolnictwo wyższe i doskonalenie zawodowe; badania, rozwój i transfer technologii; komercyjne otoczenie biznesu; stabilność sytuacji rynkowej; bariery prawne wejścia na rynek; infrastruktura techniczna; systemy wartości i normy społeczne; percepcja możliwości uruchomienia biznesu; ochrona własności intelektualnej; wspieranie przedsiębiorczości kobiet. Czynniki te według modelu Globalnego Monitora Przedsiębiorczości wpływają bezpośrednio na potencjał przedsiębiorczości, zaś pośrednio na tworzenie nowych przedsiębiorstw, a następnie na wzrost gospodarczy mierzony wzrostem PKB oraz zatrudnienia (rysunek 2).

Polska w GEM i wyniki badań

Polska uczestniczy w badaniach GEM od roku 2001, kiedy po raz pierwszy przeprowadzono ankietywanie populacji dorosłych. Warto nadmienić, iż w roku 2004, kiedy po raz ostatni przeprowadzono w Polsce badania w ramach GEM, ze wskaźnikiem TEA na poziomie 8,8 była najbardziej przedsiębiorczym krajem Unii Europejskiej. W roku 2006 badaniami objętymi zostało 42 kraje. Najniższy wskaźnik TEA zaobserwowano w przypadku Belgii (2,7), najwyższy w przypadku Peru (40,2). Wskaźniki TEA dla wybranych krajów przedstawione są na rysunku 3. Wskaźnik dla Polski pochodzi z badań w roku 2004, kiedy ostatni raz przeprowadzono badanie, pozostałe z roku 2006.

Rysunek 3. Wskaźniki TEA dla wybranych krajów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie N. Bosma, R. Harding, *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 results*, London Business School, Londyn 2007

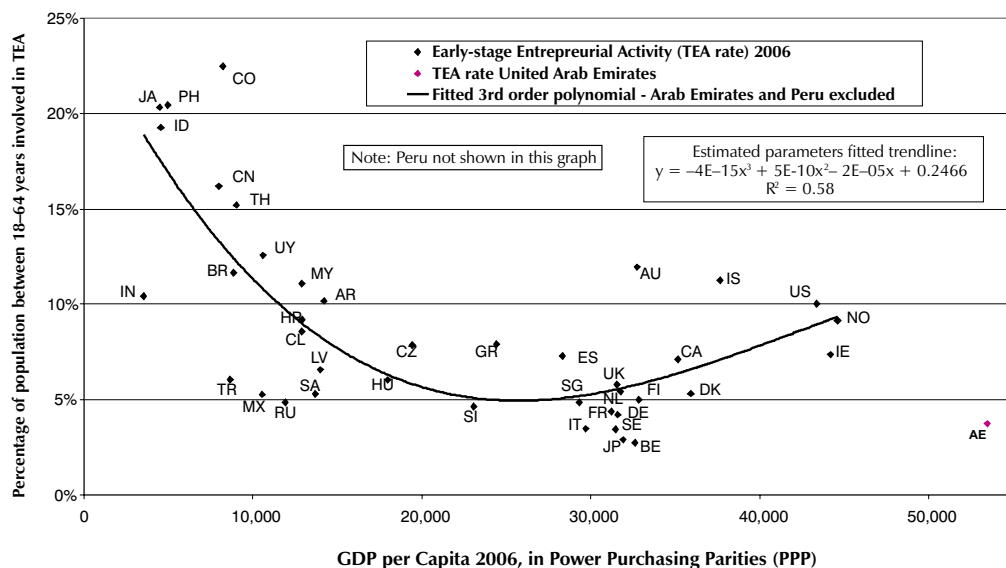
Zauważyć należy, że Polska pomimo wysokiego wskaźnika TEA (najwyższego w Unii Europejskiej) posiada dość niekorzystny stosunek przedsiębiorczości opartej na szansie na przedsiębiorczość z konieczności. Opartych na szansie jest prawie 65%, z konieczności zakładanych jest ponad 35% firm. Tradycyjnie prym w tej dziedzinie wiedzie Dania, gdzie ponad 90% przedsięwzięć zalicza się do kategorii opartych na szansie.

Wykorzystanie wyników badań GEM

W założeniach projektu Globalnego Monitora Przedsiębiorczości odbiorcami wyników jego badań są dwie główne grupy: politycy i badacze. W pierwszej kategorii projekt zdobył już dobrą sławę i wykorzystywany jest nie tylko przez władze krajowe i lokalne wielu państw, ale również przez instytucje międzynarodowe i globalne, takie jak Unia Europejska, OECD czy agendy ONZ. W sferze naukowej projekt musiał czekać nieco dłużej na publikację artykułów empirycznych opartych na jego wynikach. Stało się to głównie za sprawą konferencji poświęconych w całości projektowi oraz publikacji w czasopiśmie „Small Business Economics”.

Naukowe zainteresowanie wynikami projektu koncentruje się wokół kilku kluczowych zagadnień. Pierwszym z nich jest zależność poziomu przedsiębiorczości od rozwoju gospodarczego. Badacze zaobserwowali, że najwyższe wskaźniki osiągają kraje o niższym poziomie rozwoju gospodarczego, takie jak Peru, Kolumbia, Filipiny czy Jamajka. Nieco niższy poziom przedsiębiorczości występuje w krajach wysoko rozwiniętych gospodarczo (Australia, USA, Norwegia, Islandia), natomiast najniższe wskaźniki zaobserwowano dla krajów znajdujących się w środku stawki. Zjawisko to zostało nazwane „krzywą U” (*U-shape curve*) i przedstawione jest na rysunku 4.

Rysunek 4. Krzywa U



Źródło: Opracowanie własne na podstawie N. Bosma, R. Harding, *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 results*, London Business School, Londyn 2007

Innym istotnym problemem badawczym jest wpływ przedsiębiorczości opartej na szansie oraz przedsiębiorczości z konieczności na wzrost gospodarczy⁵. Wyniki badań wskazują na to, że w krajach rozwiniętych gospodarczo przedsiębiorczość przyczynia się w większym stopniu do rozwoju gospodarczego niż w krajach gospodarczo gorzej rozwiniętych. Dodatkowo przedsiębiorczość oparta na szansie przekłada się w znacznie większym stopniu na wzrost PKB i tworzenie nowych miejsc pracy niż przedsiębiorczość z konieczności. Kolejnym problemem badawczym w ramach GEM jest tzw. luka płci (*gender gap*). W większości krajów zaobserwowano, że mężczyźni są dużo bardziej aktywni niż kobiety w tworzeniu nowych firm⁶. Obecnie na podstawie wyników badań proponuje się wiele metod zamykania luki płci. Inne problemy badawcze poruszane w ramach projektu to finansowanie⁷, wpływ charakterystyk przedsięwzięć przedsiębiorczych na gałęzi biznesu⁸ czy wpływ charakterystyk kulturowych na poziom przedsiębiorczości⁹.

Wpływ GEM na kształtowanie przedsiębiorczości

Obecnie Globalny Monitor Przedsiębiorczości znajduje się w fazie dynamicznego rozwoju. Projekt obejmuje swoimi badaniami ponad 2/3 ludności świata oraz ponad 90% globalnego produktu brutto. Zgodnie jednak z zasadami zarządzania strategicznego, które członkom projektu nie są obce, zatrzymanie się w takiej sytuacji byłoby błędem. GEM pragnie rozwijać się w kilku płaszczyznach, które określić można jako geograficzną, polityczną, naukową, praktyczną i intelektualną.

W dziedzinie geograficznej rozwój polega na przyciąganiu do projektu nowych krajów. Obecnie na różnym etapie procesu dopuszczenia do projektu (który ze względu na rygor metodologiczny jest dość skomplikowany) znajduje się kilkanaście krajów, m.in. Rumunia, Kazachstan, Arabia Saudyjska czy Pakistan. Rozwój w płaszczyźnie politycznej skupia się na powiększaniu wpływów oraz zwiększaniu wykorzystania wyników projektu przez przedstawicieli władz różnego szczebla, poczynając od instytucji globalnych a kończąc na lokalnych.

Płaszczyzna naukowa oznacza ciągle doskonalenie procesu badawczego oraz zwiększenie wykorzystywania dorobku GEM we wzbogacaniu teorii przedsiębiorczości. Pierwszy cel osiągany jest między innymi poprzez zwiększanie rygoru metodologicznego projektu oraz ujednolicanie go, również w sferze statystycznego opracowania danych. Drugie zamierzenie realizowane jest poprzez konferencje oraz specjalne wydania uznanych czasopism, koncentrujące się wyłącznie na badaniach związanych z projektem. Z płaszczyzną naukową łączy się również praktyczna,

⁵ R. Sternberg, S. Wennekers, *Determinants and effects of new business creation using Global Entrepreneurship Monitor data*, „Small Business Economics” 2005, nr 24, s.193–203.

⁶ P. Cruickshank, S. Eden, *Entrepreneurial gender gap in New Zealand*, „Journal of Small Business and Entrepreneurship” 2005, nr18, s. 423–435.

⁷ W. Bygrave, *Founders, family, friends, and fools*, „Business Week Online” 2004, nr 9.

⁸ P. Zbierowski, *Nowe przedsięwzięcia w branży turystycznej – wyniki badań Globalnego Monitora Przedsiębiorczości*, [w:] M. Bednarczyk (red.), *Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy*, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 78–84.

⁹ K. Hindle, K. Klyver, *The relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Interpreting the global evidence*, artykuł zaprezentowany podczas Second GEM Research Conference: Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy, Budepeszt 2005.

k która oznacza tworzenie na podstawie wyników GEM metod, technik i rozwiązań mających pomagać przedsiębiorcom w szybkim i efektywnym rozwijaniu firm, a potencjalnym przedsiębiorcom w podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu działalności.

Ostatnia z płaszczyzn – intelektualna odnosi się do wypracowania na bazie członków konsorcjum GEM organizacji na kształt *think tanku*. Struktura taka mogłaby stanowić nieocenione wsparcie dla rozwoju przedsiębiorczości na świecie, w szczególności w krajach znajdujących się w okresie transformacji ustrojowej i gospodarczej. Nie sposób wszakże przecenić wiedzy i doświadczenia osób zaangażowanych w projekt. Podejmowanie tego typu działań pozwoli w pełni wykorzystać potencjał intelektualny kilkuset osób – członków konsorcjum oraz potencjał materiału empirycznego zgromadzonego w projekcie tak doniosłym, nie tylko poprzez zasięg geograficzny i liczbę respondentów sięgającą kilkuset tysięcy osób, ale również poprzez wagę poruszanych przez niego problemów.

Bibliografia

- K. Baćłowski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Polacy – przedsiębiorczym społeczeństwem? Global Entrepreneurship Monitor Polska 2004*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Warszawa–Poznań–Katowice 2005.
- N. Bosma, R. Harding, *Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 results*, London Business School, Londyn 2007.
- M. Bratnicki, *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002.
- P. Burns, *Entrepreneurship and small business*, Palgrave MacMillan, Houndmills 2007.
- W. Bygrave, *Founders, family, friends, and fools*, „Business Week Online” 2004, nr 9.
- P. Cruickshank, S. Eden, *Entrepreneurial gender gap in New Zealand*, „Journal of Small Business and Entrepreneurship” 2005, nr 18.
- P. Davidsson, *The domain of entrepreneurship research: Some suggestions*, [w:] J.A. Katz, D.A. Shepherd (red.), *Cognitive approaches to entrepreneurship research*, Elsevier, JAI, Londyn 2003.
- K. Hindle, K. Klyver, *The relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Interpreting the global evidence*. Artykuł zaprezentowany podczas Second GEM Research Conference: *Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy*, Budapeszt 2005.
- I.M. Kirzner, *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago 1973.
- P.D. Reynolds, N. Bosma, E. Aution, S. Hunt, N. DeBono, I. Servais, P. Lopez-Garcia, N. Chin, *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998–2003*, „Small Business Economics” 2005, nr 24.
- J.A. Schumpeter, *The theory of economic development*, Harvard University Press, Cambridge 1934.
- R.D. Stacey, *Complex Responsive Processes in Organizations: Learning and Knowledge Creation*, Routledge, Nowy Jork 2001.
- R. Sternberg, S. Wennekers, *Determinants and effects of new business creation using Global Entrepreneurship Monitor data*, „Small Business Economics” 2005, nr 24.
- K.E. Weick, *Making Sense of the Organization*, Blackwell, Oxford–Malden 2000.
- P. Zbierowski, *Nowe przedsięwzięcia w branży turystycznej – wyniki badań Globalnego Monitora Przedsiębiorczości*, [w:] M. Bednarczyk (red.), *Przedsiębiorczość w gospodarce turystycznej opartej na wiedzy*, Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.

Abstract

The article presents the world's biggest entrepreneurial project: *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM which concentrates on researching and explaining the international differences in entrepreneurship. The authors present the project's methodological assumptions, the genesis and its aim as well as the project's influence on the entrepreneurship creation.

■ Nota o Autorach

Mariusz Bratnicki jest profesorem zwyczajnym Akademii Ekonomicznej w Katowicach, kierownikiem Katedry Przedsiębiorczości (od 2001 roku). Do swoich głównych specjalności naukowych zalicza przedsiębiorczość i zarządzanie strategiczne. Autor ponad 400 publikacji wydanych w kraju i zagranicą oraz kilku monografii. Obecnie uczestniczy w międzynarodowym programie badawczym Global Entrepreneurship Monitor koordynowanym przez Babson College, USA i London Business School.

Przemysław Zbierowski jest badaczem przedsiębiorczości, adiunktem w Katedrze Przedsiębiorczości w Akademii Ekonomicznej w Katowicach. W swoich badaniach koncentruje się na czynnikach determinujących sukces i wysoką efektywność przedsięwzięć przedsiębiorczych. Regularnie prezentuje wyniki badań na konferencjach, takich jak Babson College Entrepreneurship Research Conference, jest członkiem Institute for Small Business and Entrepreneurship, w latach 2004–2005 prowadził badania w ramach Globalnego Monitora Przedsiębiorczości.

Rafał Kozłowski jest adiunktem w Katedrze Przedsiębiorczości w Akademii Ekonomicznej w Katowicach. W swoich badaniach koncentruje się na przywództwie, przedsiębiorczości i nadzorze korporacyjnym. Wyniki swoich badań prezentuje na międzynarodowych konferencjach, takich jak British Academy of Management, Centre for Corporate Governance Annual Conference at the Birmingham University Business School czy European Academy of Management Annual Conference.



Zastosowanie public relations w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych społeczeństwa

Celem opracowania jest zaprezentowanie procesu kształtowania postaw przedsiębiorczych społeczeństwa. Podkreślono w nim podstawową funkcję informacji na temat warunków, korzyści, zarządzania oraz finansowania samodzielnej działalności gospodarczej w trakcie podejmowania decyzji o jej rozpoczęciu i kontynuacji. Przedstawiono również techniki public relations, które mogą być stosowane w trakcie upowszechniania tych danych przez osoby i instytucje z bliższego i dalszego otoczenia firmy.

Zmiany polityczne oraz społeczno-gospodarcze w Polsce, zapoczątkowane w czerwcu 1989 roku, tylko niewielkiej części społeczeństwa dały szansę na sukces ekonomiczny. Dla kilku milionów osób stały się przyczyną bezrobocia lub powodem wyjazdów za granicę do pracy, a najczęściej źródłem licznych frustracji, lęków o przyszłość, utraty nadziei na lepsze jutro i ostatecznie bierności oraz wyczerpania. Dlatego wyzwalanie w ludziach chęci do samodzielnej działalności gospodarczej jest obecnie bardzo trudnym zadaniem. Przeciętny obywatel spostrzega niktne możliwości na powołanie nowej, dobrze prosperującej firmy, która miałaby szansę przetrwać na polskim rynku.

Źródłem motywacji do podjęcia jakiegokolwiek aktywności, obok oceny korzyści i ryzyka danego przedsięwzięcia, jest także spostrzeganie prawdopodobieństwa jego sukcesu. Oszacowania poziomu rentowności danego przedsiębiorstwa oraz ryzyka związanego z jego działalnością dokonują specjaliści od ekonomii. Do zadań psychologów należy natomiast: ocena stopnia, w jakim osoby są pewne sukcesu rynkowego własnej firmy, wzmacnianie u potencjalnych przedsiębiorców poczucia kontroli nad sytuacją i zaufania do siebie, pomoc w odkrywaniu i rozwijaniu własnych talentów oraz kompetencji, a także uczenie radzenia sobie w sytuacjach trudnych i rozwiązywania problemów.

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w społeczeństwie jest, według autorki opracowania, zadaniem nie tylko dla ekonomistów lub psychologów, ale także dla specjalistów od public relations.

W opracowaniu wyjaśniono pojęcie postaw przedsiębiorczych oraz przedstawiono metody PR, które mogą zostać wykorzystane do ich kształtowania.

Postawy przedsiębiorcze i ich kształtowanie

Przedsiębiorczość definiuje T. Tyszka za K.E. Warneryd'em jako rodzaj aktywności, który wyraża się w tworzeniu czegoś nowego, a zarazem mającego określoną wartość. Przedsiębiorczość wymaga nakładów czasu i wysiłku, a także podejmowania ryzyka finansowego, psychicznego lub społecznego. Owe nakłady i ryzyko są podejmowane po to, by uzyskać nagrodę w postaci zysku materialnego i osobistej satysfakcji. Tak rozumiana przedsiębiorczość może być realizowana w niemal dowolnej dziedzinie: w gospodarce, nauce, wychowaniu czy polityce. (...) Przedsiębiorczość może być także rozumiana jako cecha określonych osób, a więc skłonność i zdolność do inicjowania oraz realizowania nowych, odważnych działań¹.

Postawa wobec dowolnego obiektu, w tym przedmiotu, zdarzenia, idei lub innej osoby jest to według B. Wojciszke: względnie stała skłonność do pozytywnego lub negatywnego ustosunkowania się człowieka do tego obiektu². Wśród trzech najważniejszych mechanizmów genezy postaw wymienia się: nabywanie przekonań na temat właściwości obiektu, przeżycia emocjonalne związane z danym obiektem oraz własne zachowania kierowane na ów obiekt³. Ponadto podkreśla się znaczenie przejmowania postaw (w mniej lub bardziej gotowej postaci) od innych ludzi⁴.

Przytoczone definicje przedsiębiorczości i postawy pozwalają na ujęcie postawy przedsiębiorczej jako względnie stałej skłonności do pozytywnego ustosunkowania się człowieka do przedsiębiorczości. Przejawia się ona przede wszystkim w prowadzeniu samodzielnej działalności gospodarczej. Jej kształtowanie się jest uwarunkowane dopływem rzetelnych informacji, które stanowią konieczny warunek decyzji o założeniu, a następnie kierowaniu własną firmą. Ważną rolę odgrywają również przykłady osób, których firmy odniosły znaczące sukcesy na rynku, a także budzenie nadziei na powodzenie podejmowanych działań. Proces ten został przedstawiony w tabeli 1⁵.

Tabela 1. Model kształtowania postaw przedsiębiorczych społeczeństwa z zastosowaniem metod i narzędzi public relations

Faza podejmowania decyzji przez decydenta (odbiorcę komunikatu)	Treść – stanowi informację o warunkach i korzyściach związanych z rozpoczęciem samodzielnej działalności gospodarczej	Forma przekazu informacji (określona przez nadawcę komunikatu)
Decyzja I – o zapoznaniu się z warunkami rozpoczęcia samodzielnej działalności gospodarczej	Treść komunikatu powinna zawierać odpowiedzi na następujące pytania: – Jakie są warunki rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej?	– bezpośredni kontakt, – spotkania promocyjne i prezentacje,

¹T. Tyszka, *Psychologia ekonomiczna*, [w:] J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 3, GWP, Gdańsk 2002, s. 358.

²B. Wojciszke, *Postawy i ich zmiana*, [w:] J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 3, GWP, Gdańsk 2002, s. 79.

³Tamże, s. 80–83.

⁴Tamże, s. 84.

⁵Model ten został skonstruowany na podstawie modelu stymulacji nauczycieli do podejmowania działań innowacyjnych przedstawionego w niepublikowanej dysertacji doktorskiej E.A. Kowalczyk, *Psychologiczne wyznaczniki podmiotowości nauczyciela w sytuacji innowacyjnej*, Lublin 1998, s. 68–71.

	– Jakie są korzyści z własnej działalności gospodarczej? – Gdzie i u kogo można uzyskać informacje na temat warunków prowadzenia własnej działalności gospodarczej? – Które instytucje wspierają (finansują) osoby i firmy rozpoczynające samodzielną działalność gospodarczą?	– ulotki, – informatory, – foldery, – filmy, – czasopisma tematyczne, – dzienniki lokalne i krajowe, – telewizja lokalna i krajowa, – radio lokalne i krajowe, – internet, – inne.
Decyzja II – o rozpoczęciu samodzielnego przedsiębiorstwa	Komunikat powinien mieć na celu przekazanie wiedzy o metodzie projektów i biznesplanie oraz umiejętności ich praktycznego stosowania oraz tworzenia.	– wykład, – metody aktywizujące, których celem jest uczenie przez przeżywanie (np. dynamika grupowa, metody moderatorskie), – konsultacje indywidualne. Wymienione formy mogą być stosowane w trakcie studiów podyplomowych, szkoleń, seminariów, warsztatów, sympozjów, konferencji itp.
Decyzja III – o kontynuacji samodzielnego przedsiębiorstwa	Komunikat powinien zawierać informacje specjalistyczne, ważne dla przedsiębiorcy, takie które pozwolą mu na bardziej sprawne i skuteczne prowadzenie samodzielnego przedsiębiorstwa gospodarczego, w tym szczególnie na temat zarządzania nią i jej finansowania.	Informacje mogą być przekazywane w podobny sposób, jak przy decyzjach II. Ponadto preferowane formy przekazu to: – spotkania kół jakości, w trakcie których można organizować wymianę doświadczeń; – spotkania w ramach stowarzyszeń i fundacji wspierających przedsiębiorców i ich firmy, – budowanie i rozwijanie sieci kontaktów biznesowych, Istotne jest również wsparcie: – Ministerstwa Gospodarki, – Samorządu, w tym Urzędu Marszałkowskiego i Urzędu Miasta, – uczelni wyższych, – instytucji otoczenia biznesu, – instytucji finansowych (banki, fundusze), – mediów (prasy, radia, telewizji, internetu), Bibliotek mających w zbiorach publikacje zwarte i czasopisma z dziedziny przedsiębiorczości.

Źródło: opracowanie własne

Zgodnie z przedstawionym modelem, kształtowanie postaw przedsiębiorczych społeczeństwa następuje w trakcie procesu komunikowania się między instytucjami odpowiedzialnymi za wspieranie i rozwój przedsiębiorczości, a osobami zainteresowanymi rozpoczęciem samodzielnej działalności gospodarczej. Najistotniejszym elementem tego komunikowania, które tworzy możliwość dialogu i licznych interakcji, jest systematyczne przekazywanie informacji na temat warunków, korzyści, zarządzania i form finansowania tej działalności. Można w tym procesie wykorzystać techniki public relations. Uzyskane w pierwszym etapie dane, pozwalają osobie na podjęcie decyzji o szukaniu aktualnych informacji na temat warunków rozpoczęcia samodzielnej działalności gospodarczej. W etapie drugim, już po podjęciu decyzji o założeniu własnej firmy, osoba uzyskuje wiedzę na temat tworzenia biznesplanu oraz stosowania metody projektów. Decyzja o kontynuacji prowadzenia firmy jest w znacznym stopniu zależna od bliższego i dalszego otoczenia, w jakim ona funkcjonuje. Szczególnie od oferowanego przez nie wsparcia w dziedzinie jej skutecznego i sprawnego zarządzania oraz finansowania.

Podsumowanie

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w społeczeństwie, które w większości myśli o tym, jak przetrwać trudne czasy jest dużym wyzwaniem, którego mogą się podjąć tylko osoby kompetentne, odważne i przygotowane na liczne niepowodzenia. Wśród nich mogą być urzędnicy, pracownicy PR, dziennikarze, pracownicy banków, przedstawiciele stowarzyszeń i fundacji biznesowych, nauczyciele szkół ponadpodstawowych oraz wykładowcy z wyższych uczelni. Sukces tych działań będzie zależał od dobrze zaplanowanej i systematycznej współpracy wszystkich wymienionych osób oraz instytucji, które są przez nich reprezentowane.

Bibliografia

- A. Gregory (red.), *Public Relations w praktyce*, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1997.
- E.A. Kowalczyk, *Psychologiczne wyznaczniki podmiotowości nauczyciela w sytuacji innowacyjnej*, Lublin 1998, niepublikowana dysertacja doktorska.
- M. Mardas-Brzezińska, *InQbator stworzony dla Poznania – doświadczenia i plany rozwoju Inkubatora Technologicznego PPNT FUAM*, [w:] Materiały z konferencji *Koncepcja Programowa Kieleckiego Inkubatora Technologicznego*, Kielce, 1 czerwca 2007 r.
- J. Olędzki, D. Tworzydło (red.), *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 3, GWP, Gdańsk 2002.

Abstract

The paper aims at presenting the process of shaping entrepreneurial attitudes in a society. The role of information about conditions, advantages, management and financing of an enterprise during the process of making decisions about its initiation and continuation has been underlined. PR techniques which can be used in disseminating such data by people and institutions of company's environment have been presented.



■ Nota o Autorce

Autorka jest doktorem nauk humanistycznych w zakresie psychologii, adiunktem w Instytucie Ekonomii i Zarządzania na Wydziale Zarządzania i Modelowania Komputerowego Politechniki Świętokrzyskiej w Kielcach. W 1994 r. ukończyła psychologię na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim, tam też w 1998 roku obroniła dysertację doktorską. W latach 1994–1998 była nauczycielem-konsultantem w Wojewódzkim Ośrodku Metodycznym w Kielcach, prowadząc równocześnie w latach 1995–1999 założone przez siebie Stowarzyszenie Nauczycieli Innowatorów. Promotorka ok. 70 prac licencjackich. Autorka ponad dwudziestu publikacji z dziedziny innowacji w oświacie oraz psychologicznych aspektów zarządzania.

Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych

Fundacja, która jest organizatorem Olimpiady Przedsiębiorczości, została powołana w 2000 roku przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie oraz Akademię Ekonomiczną w Katowicach, Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu. Jako jedna z pierwszych uzyskała status organizacji pożytku publicznego. Fundacja działa na rzecz edukacji ekonomicznej, a jej główne pola aktywności prezentują się następująco:

Standardy kształcenia i akredytacja

Podstawowym celem Fundacji jest działalność na rzecz doskonalenia studiów ekonomicznych i menedżerskich w Polsce. Akredytacja jest jedną z dróg realizacji tego celu. Standardy, które są podstawą akredytacji, odnoszą ocenę jakości do misji uczelni oraz warunków i rezultatów jej realizacji na danym kierunku studiów. Certyfikat jakości Fundacji poświadcza wysoką jakość kształcenia, zaś sama akredytacja otwarta jest dla wszystkich uczelni [www.akredytacja.com].

Konkursy edukacyjne i naukowe

Na wzór Olimpiady Fundacja wraz z SGH, FMP oraz NBPortal.pl organizuje konkurs z zakresu przedsiębiorczości dla gimnazjalistów GIMGAME. W pilotażowej fazie są to zawody skierowane do uczniów szkół woj. mazowieckiego. Nowatorskim rozwiązaniem jest organizacja części rozgrywek na platformie internetowej [www.gimgame.pl].

Fundacja jest również organizatorem konkursu na najlepsze dysertacje doktorskie z zakresu nauk ekonomicznych i zarządzania *Nowe trendy w naukach ekonomicznych i zarządzaniu* (wspólnie z PTE). W I edycji spośród 42 zgłoszonych prac Komisja Konkursowa wybrała pięć wyróżniających się innowacyjnością ujęcia tematu. Nagrodzone prace zostały wydane i przekazane do wielu bibliotek w Polsce [www.nowetrendy.net].

Dwumiesięcznik „e-mentor”

Dwumiesięcznik „e-mentor”, którego współwydawcą jest Fundacja, to internetowe i drukowane czasopismo, koncentrujące się na zagadnieniach związanych z e-edukacją, zarządzaniem wiedzą, e-biznesem, kształceniem ustawicznym oraz w szerszym zakresie – zajmujące się metodami, formami i programami kształcenia na kierunkach ekonomicznych [www.e-mentor.edu.pl].

Konferencje środowiskowe i publikacje

Fundacja jest organizatorem kilkunastu ogólnopolskich konferencji, seminariów i warsztatów związanych z kształceniem akademickim o tematyce m.in. jakości i standardów kształcenia, organizacji procesu dydaktycznego, zarządzania wiedzą czy też nowoczesnych technologii w dydaktyce, w tym e-edukacji. Kolejne uczelnie ekonomiczne podejmują się roli gospodarza tych środowiskowych spotkań [www.fundacja.edu.pl/konferencje/]. Fundacja jest wydawcą licznych publikacji, które są dystrybuowane nieodpłatnie w środowisku. Wersje elektroniczne publikacji dostępne są na stronie internetowej [www.fundacja.edu.pl/publikacje/].

Platforma e-learningowa econet

Projekt *econet* – Wirtualna Przestrzeń Współpracy Akademii Ekonomicznych to inicjatywa mająca na celu rozwijanie działalności e-learningowej uczelni ekonomicznych. Dotychczas zostało uruchomionych 5 wirtualnych wykładów, w których uczestniczą studenci Akademii i SGH [www.econet.pl].

Niepubliczne Liceum Ogólnokształcące nr 81 SGH

Nasza Fundacja prowadzi Niepubliczne Liceum Ogólnokształcące nr 81 SGH. Od początku istnienia, Liceum, które zostało założone w 2000 roku przez SGH, osiąga bardzo wysokie pozycje w warszawskich rankingach. Obecnie zaś, pod opieką Fundacji, rozwija swoją ofertę programową i podnosi jakość nauczania [www.sgh.waw.pl/liceum/].

Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych systematycznie organizuje ogólnopolskie konferencje związane z kształceniem akademickim. Współorganizatorami konferencji są Akademie Ekonomiczne w Katowicach, Krakowie, Poznaniu, we Wrocławiu oraz SGH w Warszawie. Uczelnie te kolejno podejmują się roli gospodarza tych środowiskowych spotkań.

Działania Fundacji nie byłyby możliwe bez wsparcia indywidualnych osób, które przeznaczają 1% podatku na naszą organizację pożytku publicznego, jak również instytucjonalnych Dobroczyńców, takich jak:



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

NBP

Narodowy Bank Polski



BEZPIECZEŃSTWO
FINANSOWE

Bank BPH



KONFEDERACJA
PRACODAWCÓW
POLSKICH



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA



FUNDACJA EDUKACJI
RYNKU KAPITAŁOWEGO

Więcej na temat środowiskowych spotkań: www.fundacja.edu.pl

Rola przedsiębiorczości w rozwoju Polski jest bardzo ważna. Od niej zależy nasza pozycja w Unii Europejskiej, a także w Świecie, który szybko się globalizuje. Pomimo prawie 20 lat gospodarki wolnorynkowej jest więcej barier niż stymulatorów. Przedsiębiorczość jest traktowana jako „wytrych” do wszystkiego. Wiele jest ruchów pozornych oraz mitów negatywnych, które spowalniają działania. Zdecydowanie zapomniano o kluczu systemowym otwierającym wrota do przyjaznego traktowania ludzi przedsiębiorczych. Zapomniano też o kształceniu (nie tylko) młodego pokolenia w skutecznym działaniu. Bardzo dobrze zatem, iż ukazała się ta publikacja. Książka wskazuje na istotne zagadnienia kształtowania postaw i edukacji ekonomicznej uczniów oraz studentów, a także podejmuje bardzo ważną problematykę rozwoju przedsiębiorczości w całym społeczeństwie i gospodarce.

prof. dr hab. Jan Antoszkiewicz

Bardzo wysoko oceniam zarówno pomysł napisania dzieła, jak również poziom tego przedsięwzięcia. Problem przedsiębiorczości nie znajdował dotychczas w Polsce należnego mu miejsca w programach kształcenia na różnych poziomach szkolnictwa (...). W książce poruszane są mało znane i słabo opisane w polskiej literaturze problemy kształcenia przedsiębiorczości poprzez edukację ekonomiczną. Kilkadziesiąt zebranych w jednym tomie opracowań można traktować jako kompendium wiedzy na temat postaw przedsiębiorczych, ich kształtowania w toku edukacji ekonomicznej, a także warunków realizacji tego procesu w polskim społeczeństwie.

Ze względu na szeroki zakres problemów poruszanych w książce, naukowy charakter opracowań, dobrą redakcję książki, może ona z powodzeniem stanowić podręcznik wspierający nauczanie przedmiotu przedsiębiorczość w szkołach wyższych, a także cenne źródło do samokształcenia dla nauczycieli tego przedmiotu i badaczy problematyki.

prof. dr hab. Maria Romanowska

Organizatorzy Konferencji

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna



Gospodarz
Konferencji:



Konferencja zorganizowana w ramach projektu
Olimpiada Przedsiębiorczości, którego Partnerami Strategicznymi są:



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

NBP

Narodowy Bank Polski