

Katarzyna KATANA
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W ŚWIADOMOŚCI STUDENTÓW – WIEDZA, POSTAWY, ZAANGAŻOWANIE

Streszczenie. Problematyka niniejszego opracowania dotyczy przedsiębiorczości w świadomości studentów. Artykuł ten ma charakter teoretyczno-empiryczny. W pierwszej części artykułu przedstawiono teoretyczny zarys problematyki przedsiębiorczości, postaw przedsiębiorczych oraz cechy człowieka przedsiębiorczego. Natomiast w kolejnej części zaprezentowano wyniki badania, którego celem było poznanie opinii w zakresie wiedzy, postaw i zaangażowania studentów Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej (WOiZ) na temat przedsiębiorczości.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, postawa przedsiębiorcza, cechy człowieka przedsiębiorczego.

ENTREPRENEURSHIP IN AWARENESS OF STUDENTS – KNOWLEDGE, ATTITUDES, IMMERSION

Summary. The problem of this paper relates to entrepreneurship in the awareness students. This article is a theoretical and empirical. In the first part of the paper presents a theoretical outline of the problems of entrepreneurship, entrepreneurial attitudes and characteristic of entrepreneurial person. However, in the next part of the article present the results of empirical research, the aim of which was to find out the opinions in the field of knowledge, attitudes and involvement of the students of the Faculty of Organization and Management Silesian University of Technology about entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial attitude, characteristic of entrepreneurial person.

1. Wprowadzenie

W Polsce pojęcie przedsiębiorczości nabrało szczególnego znaczenia w ciągu ostatnich 25 lat, kiedy to pojawiła się możliwość swobodnego prowadzenia działalności gospodarczej. Rozwój przedsiębiorczości w coraz większym stopniu wpływa na gospodarkę kraju m.in. poprzez oddziaływanie na wzrost gospodarczy oraz wyrównywanie różnic społeczno-ekonomicznych. Z tego też powodu ważne jest umożliwienie młodym ludziom zdobywania i pogłębiania wiedzy z zakresu przedsiębiorczości oraz kształtowania u nich postaw przedsiębiorczych. Takie działania przyczynić się mogą w przyszłości do zwiększenia liczby otwieranych przez młodych ludzi przedsiębiorstw.

Celem badania zaprezentowanego w niniejszym opracowaniu była analiza wiedzy, postaw i zaangażowania studentów Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej na temat przedsiębiorczości.

2. Zdefiniowanie kluczowych pojęć

„Przedsiębiorczość” jest pojęciem wielowymiarowym i interdyscyplinarnym, jednakże jego sens, niezależnie od przyjętych definicji, zawsze jest podobny. Bardzo często przedsiębiorczość kojarzona jest z określonym zachowaniem człowieka, które jest wynikiem jego cech osobowości. Inne definicje skupiają się na procesowym ujęciu tego pojęcia. Dlatego też zdefiniowanie przedsiębiorczości stanowi często trudność.

W swych rozważaniach na temat przedsiębiorczości W. Weiss oraz O. Citak zwracają uwagę, iż cechą wspólną większości definicji przedsiębiorczości jest podkreślenie ekonomicznego oraz osobowego wymiaru. W pierwszym przypadku przedsiębiorczość pozwala na bardziej efektywne działanie jednostki bądź przedsiębiorstwa. Natomiast w drugim przypadku przedsiębiorczość organizowana jest przez ludzi współdziałających dla osiągnięcia założonych celów, czyli przedsiębiorczość utożsamiana jest z procesem lub ludzką postawą¹.

Zdaniem J. Schumpetera przedsiębiorczość to „[...] działalność, której celem jest przeprowadzanie nowych kombinacji środków produkcji, wprowadzanie nowego towaru; wprowadzanie nowej metody produkcji, otwarcie nowego rynku, zdobycie nowego źródła surowców lub półfabrykatów, wprowadzanie nowej organizacji działania [...]”².

¹ W. Weiss, O. Citak: Przedsiębiorczość w ocenie jakości pracy, [w:] J. Skalik (red.): Zmiana warunkiem sukcesu. Integracja, globalizacja, regionalizacja – wyzwania dla przedsiębiorstw, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 963, Wrocław 2002, s. 571.

² J. Schumpeter: Teoria rozwoju gospodarczego, PWN, Warszawa 1960, s. 104.

S. Shane i S. Venkataraman definiują przedsiębiorczość jako „działania obejmujące identyfikację, ocenę oraz eksploatację szans na wprowadzenie nowych produktów i usług, sposobów organizowania, rynków, procesów oraz surowców poprzez organizację wysiłków w sposób, jaki do tej pory nie występował”³.

W literaturze przedmiotu często można spotkać się z trzema grupami podejść do problematyki przedsiębiorczości, a mianowicie:

- Szkoła innowacyjna (J. Schumpeter⁴), gdzie działania przedsiębiorcze wyrastają z nierównowagi rynkowej, jednocześnie się do niej przyczyniając poprzez tworzenie nowych układów, celów i środków. Przedsiębiorczość oparta jest na innowacjach⁵.
- Szkoła ponoszenia ryzyka (F. Knight), przyjmując założenie, że na wszystkim można zarobić, czyli osiągnąć zysk. Wszelką taką działalność podzielono na taką, którą można ubezpieczyć na wypadek niepowodzenia, oraz taką, której ubezpieczyć nie można. I właśnie tą grupą interesują się przedsiębiorcy. Rekompensatą za ponoszenie ryzyka jest zysk, jaki przedsiębiorcy uzyskują, jest on wielkością nieprzewidywalną, uzależnioną od działań przedsiębiorczych jednostki⁶.
- Szkoła procesów rynkowych (I. Kirzner⁷), gdzie prezentowany jest odmienny punkt wyjścia niż w szkole innowacyjnej. W tym przypadku działania przedsiębiorcy przyczyniają się do zrównoważenia rynku. Tam, gdzie zasoby pozostawiają przestrzeń do udoskonaleń poprzez wymianę i produkcję, pojawia się szansa na przedsiębiorczy zysk⁸.

Przedsiębiorczość, a także jej rozwój można rozpatrywać w sześciu wymiarach⁹:

- wymiarze ekonomicznym – przedsiębiorczość postrzegana jest za pomocą wskaźnika przedsiębiorczości, czyli liczby przedsiębiorstw w danym okresie przypadających na określoną liczbę mieszkańców (najczęściej 1000) na danym obszarze geograficznym,
- wymiarze społecznym – przedsiębiorczość jako działalność osób, które mają na celu stworzenie społecznej wartości, wykazują zdolność rozpoznawania występujących możliwości, a także są w stanie zaakceptować ponadprzeciętny poziom ryzyka w tworzeniu i rozpowszechnianiu wartości społecznej,
- wymiarze cywilnym odnoszącym się do przedsiębiorczości w społeczeństwie obywatelskim, czyli działań w określonych organizacjach społecznych,

³ S. Shane, S. Venkataraman: The promise of entrepreneurship as a field of research, „Academy of Management Review”, vol. 25, no 1, 2000, p. 217–226.

⁴ Por. m.in. J. Schumpeter: Kapitalizm. Socjalizm. Demokracja. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 161–163.

⁵ M. Karaś: Czynniki wpływające na dostrzeganie i wdrażanie przedsiębiorczych szans. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1045, Wrocław 2004, s. 69.

⁶ W. Adamczyk: Przedsiębiorczość: próba systematyki, „Przegląd Organizacji”, nr 2, 1996, s. 13.

⁷ Por: I. Kirzner: The Entrepreneurial Process, [in:] C.A. Kent (ed.): The Environment of Entrepreneurship, Lexington Books, Toronto 1984.

⁸ T. Piecuch: Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013, s. 28–29.

⁹ H. Westlund: Multidimensional Entrepreneurship: Theoretical Considerations and Swedish Empirics, „Regional Science Policy & Practice”, vol 3, iss. 3, 2011, p. 2–3.

- wymiarze politycznym – przedsiębiorczość upatrywana w wykorzystaniu przez przedsiębiorcę w sposób etyczny lub nieetyczny pojawiających się możliwości, które mogą się przyczynić do wzrostu jego pozycji rynkowej, gdyż żadna organizacja nie może istnieć bez powiązań z podmiotami zewnętrznymi,
- wymiarze akademickim, czyli prowadzeniu działalności gospodarczej w postaci firm *spin-off*,
- wymiarze innowacyjnym – przedsiębiorczość postrzegana jako ocenianie wykorzystania możliwości wynikających z potencjału komercjalizacji wynalazków, a miarą przedsiębiorczości innowacyjnej jest liczba patentów przypadająca na mieszkańca.

Postawa definiowana może być jako względnie trwała tendencja do pozytywnego lub negatywnego wartościowania obiektu przez człowieka¹⁰. Analizując pojęcie postaw warto przybliżyć podejście do tej kwestii E. Aronsona. Definiuje on postawy jako „trwałą ocenę – pozytywną lub negatywną – ludzi, obiektów, idei”¹¹. Wskazuje on także trzy główne komponenty postaw, a mianowicie¹²:

- komponent emocjonalny – czyli reakcje emocjonalne wobec przedmiotu postawy,
- komponent behawioralny – czyli działania bądź zachowanie wobec przedmiotu postawy,
- komponent poznawczy – czyli nasze myśli i przekonania o przedmiocie postawy.

Przedsiębiorczość jako postawa jest cechą ludzi wyrażającą się w twórczym i aktywnym zachowaniu wobec otaczającej rzeczywistości oraz w dążeniu do ulepszenia istniejących elementów środowiska. Przejawia się ona w gotowości do podejmowania nowych działań lub rozszerzania dotychczasowych i dążeniu do osiągnięcia określonych korzyści materialnych¹³.

Według A.P. Wiatraka przedsiębiorczość jest postawą człowieka wobec otaczającego świata i ludzi, wyrażającą się w twórczym i aktywnym dążeniu do ulepszenia istniejących stanów rzeczy, w gotowości do podejmowania nowych działań lub rozszerzenia dotychczasowych i dążenia do osiągania złożonych korzyści materialnych, prowadzących do odczuwalnego wzrostu uzyskiwania zysków oraz poprawy warunków życia oraz pracy¹⁴.

F. Kapusta określa przedsiębiorczość w kategorii postawy, jako cechę jednostek ludzkich, która wyraża się w skłonności do podejmowania nowych, kreatywnych i twórczych wyzwań,

¹⁰ J. Strelau (red.): Psychologia. Podręcznik akademicki, t. 2. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2008, s. 336.

¹¹ E. Aronson: Psychologia społeczna – serce i umysł. Wydawnictwo Zysk i Spółka, Poznań 2006, s. 309.

¹² Ibidem, s. 313.

¹³ S. Lipski: Przedsiębiorczość – postawa, talent czy wiedza, [w:] J. Merski, K. Piotrowski (red.): Przedsiębiorczość młodzieży. Szanse, bariery, perspektywy. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003, s. 59.

¹⁴ A.P. Wiatrak: Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje, [w:] K. Jaremczuk (red.): Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia. Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2003, s. 26.

ukierunkowanych na ulepszenie elementów otaczającej rzeczywistości, to zatem sposób postępowania. W takim ujęciu jednostka przedsiębiorcza powinna być skłonna do podejmowania ryzyka, przyswajania nowej wiedzy, mieć zdolności i umiejętności obserwacji otoczenia i dostrzegania pojawiających się szans¹⁵. Przedsiębiorczość stanowi wypadkową cech indywidualnych, do których zaliczyć można: talent, wyobraźnię, energię, umiejętności, gotowość do podejmowania ryzyka, oraz uwarunkowań społeczno-ekonomicznych, płynących z otoczenia (m.in.: tradycje gospodarcze, dostępność zasobów, chłonność społeczeństwa na inicjatywy biznesowe, polityka społeczno-gospodarcza)¹⁶. Przedsiębiorczość jako cecha postrzegana jest jako wyróżnik przedsiębiorcy oraz przedsiębiorstwa, przez którą rozumie się „gotowość i zdolność do podejmowania ryzyka, rozwiązywania w sposób twórczy i nowatorski powstałych problemów, umiejętność rozpoznawania i wykorzystania pojawiających się szans i okazji oraz elastycznego przystosowania się do zmieniających się warunków rynkowych”¹⁷.

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele zestawów cech człowieka przedsiębiorczego. Dla przykładu można przytoczyć sformułowany szeroki zestaw cech człowieka przedsiębiorczego zaproponowany przez M. Bratnickiego, do którego zaliczył¹⁸:

- twórczość,
- inicjatywę,
- podejmowanie ryzyka,
- umiejętne rozwiązywanie problemów,
- elastyczne myślenie i działanie,
- potrzebę osiągnięć,
- wyobraźnię,
- dążenie do niezależności,
- wizję rozwojową,
- zdolność do uczenia się,
- konsekwencję w realizacji celów,
- skłonność do przewodzenia,
- umiejętności społeczne,
- tolerancję niepewności.

T. Piecuch w toku prowadzenia badań wyodrębniła następujące cechy, które charakteryzują przedsiębiorców¹⁹:

¹⁵ F. Kapusta: *Przedsiębiorczość – teoria i praktyka*. WZZiB, Poznań 2006, s. 19.

¹⁶ K. Krajewski: *Przedsiębiorczość i integracja*. „Decydent”, nr 6/34, 2002, s. 28.

¹⁷ S. Rudolf (red.): *Przedsiębiorczość i twórcze myślenie w biznesie*. Katedra Ekonometrii Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002, s. 29.

¹⁸ M. Bratnicki: *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002, s. 82.

¹⁹ T. Piecuch: *Cechy przedsiębiorcy*. „Ekonomia i Organizacja Przedsiębiorstwa”, nr 2, 2009, s. 19.

- kreatywność, twórczość i pomysłowość,
- uczciwość, odpowiedzialność,
- konsekwencja w dążeniu do celu,
- wiedza fachowa oraz kompetencje,
- umiejętność podejmowania decyzji,
- asertywność,
- odwaga,
- odpowiednia prezencja,
- silny charakter,
- komunikatywność,
- zaradność, operatywność,
- skłonność do podejmowania ryzyka,
- dyscyplina pracy,
- pewność siebie,
- aktywność.

Przedstawione cechy osoby przedsiębiorczej są bardzo pomocne w prowadzeniu działalności gospodarczej, jednakże nie oznacza to, iż osoba nieposiadająca tych cech nie będzie radziła sobie z prowadzeniem biznesu.

Zagadnienie przedsiębiorczości jest bardzo złożone. Wielość definicji i podejść do przedsiębiorczości prezentowanych w literaturze przedmiotu potwierdza to. Przedsiębiorczość w obecnych czasach jest bardzo istotna, ponieważ to na niej opiera się gospodarka. Bez ciągłego wspierania przedsiębiorczości niemożliwy będzie rozwój, który jest bardzo potrzebny, aby zaspokoić potrzeby społeczne. Z tego też powodu ważne jest, aby rozwijać wśród młodych ludzi postawy przedsiębiorcze, pozwolić im na rozwój cech przedsiębiorczych, co może skutkować wzrostem liczby otwieranych przedsiębiorstw.

3. Analiza wyników badań

3.1. Charakterystyka przeprowadzonych badań

W badaniu ilościowym, które zostało przeprowadzone na przełomie kwietnia i maja 2016 roku, wzięło udział 110 studentów Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej, z czego 73% stanowiły kobiety, natomiast 27% to mężczyźni. 58% respondentów było w przedziale wiekowym między 22 a 24 lata, 29% ankietowanych było w przedziale wiekowym 19 – 21 lat, natomiast 13% badanych było w wieku 25 i więcej lat. Wśród

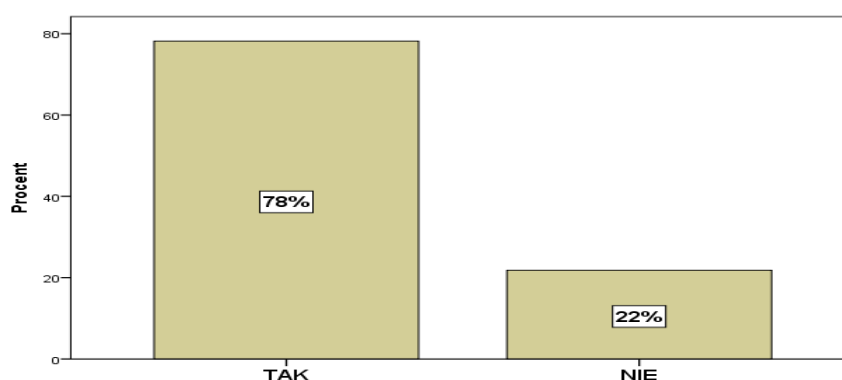
badanych 40% osób studiowało zarządzanie, 31% zarządzanie i inżynierię produkcji, 22% osób przebadanych to studenci socjologii, natomiast 7% respondentów studiuje logistykę.

W badaniu wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, natomiast narzędzie badawcze stanowił kwestionariusz ankiety, dobór próby był celowo-losowy.

3.2. Analiza kwestionariusza ankiety przeprowadzonej wśród studentów Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej

Poniżej przedstawione zostaną wyniki badań przeprowadzone wśród studentów Wydziału Organizacji i Zarządzania, które dotyczyły ich wiedzy, postaw oraz zaangażowania na temat przedsiębiorczości.

W pierwszej części kwestionariusza ankiety studenci zostali zapytani o to, czy Wydział, na którym studiują, przyczynia się do rozwoju ich wiedzy z zakresu przedsiębiorczości (rys. 1).



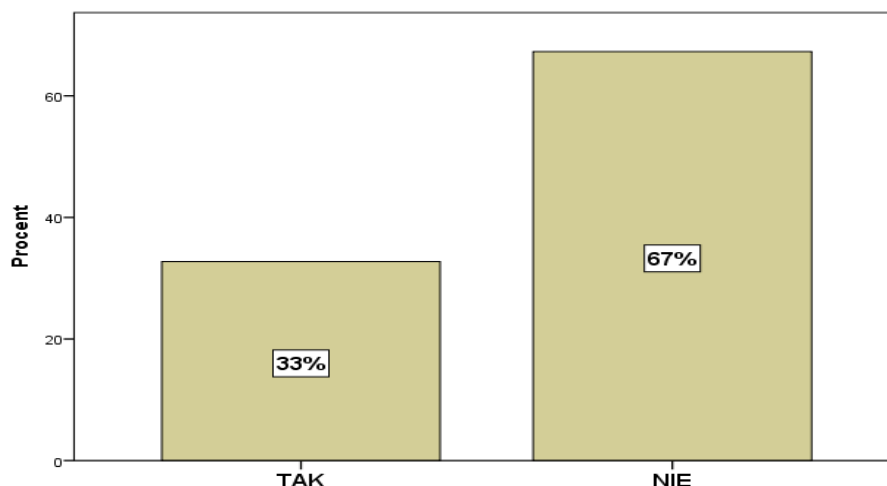
Rys. 1. W opinii badanych uczelnia, na której studiują respondenci, pozwala na rozwój wiedzy z zakresu przedsiębiorczości

Fig. 1. In opinion of respondents University where respondents study allows for the development of knowledge in the field of entrepreneurship

Aż 78% studentów uznało, iż studiowanie na Wydziale Organizacji i Zarządzania pozwala rozwijać wiedzę z zakresu przedsiębiorczości. Natomiast 22% badanych uznała, iż uczelnia nie pozwala na rozwój wiedzy z zakresu przedsiębiorczości.

Następnie ankietowani zapytani zostali o to, czy ich wiedza na temat przedsiębiorczości powiększyła się podczas studiów. Zdaniem 71% respondentów wiedza na temat przedsiębiorczości podczas studiów powiększyła się, a według 29% studentów nie powiększyła się. Dwa powyższe pytania wskazują, iż WOiZ ma duży wkład w rozwój wiedzy studentów na temat przedsiębiorczości.

W dalszej kolejności poproszono studentów o udzielenie odpowiedzi, czy posiadają oni wiedzę potrzebną do założenia działalności gospodarczej (rys. 2).



Rys. 2. Posiadanie wiedzy potrzebnej do założenia działalności gospodarczej według badanych
Fig. 2. Have the necessary knowledge to start a business activity by the respondents

Aż 67% badanych wskazało, iż takiej wiedzy nie posiada, natomiast 33% studentów taką wiedzę posiada. Wnioskować można, iż studenci mają podstawową teoretyczną wiedzę z zakresu przedsiębiorczości, jednakże brak im umiejętności praktycznego jej wykorzystania do otworzenia biznesu.

Studenci zapytani o to, czy spotkali się z ofertą bezpłatnych kursów dotyczących pogłębienia wiedzy w zakresie przedsiębiorczości, w większości (61%) stwierdzili, iż nie spotkali się taką ofertą. Z kolei 39% badanych o takiej ofercie słyszało. W dalszej kolejności ankietowani zapytani zostali, czy skorzystaliby z takich bezpłatnych kursów pogłębiających wiedzę na temat przedsiębiorczości. Co ciekawe, 64% badanych uznało, że z takich kursów by nie skorzystało. Wyniki te na tle całego badania są dość zaskakujące, ponieważ z jednej strony badani zgłaszają chęć podjęcia działalności gospodarczej i brak praktycznej wiedzy z tego zakresu, z kolei nie są zainteresowani pogłębieniem tej wiedzy. Wynikać to może ze zbyt małej promocji takich ofert. Należałoby jeszcze bardziej nagłośnić i promować szeroką ofertę kursów oraz praktyk z zakresu rozwoju przedsiębiorczości, które oferowane są przez organy uczelniane, prężnie zajmujące się wspieraniem rozwoju przedsiębiorczości. Im więcej studentów będzie miało świadomość możliwości bezpłatnego pogłębienia swojej wiedzy o przedsiębiorczości, często w praktyczny sposób, tym większe może być zainteresowanie taką ofertą. Z czasem przełożyć się to może na wzrost liczby osób, które będą chciały otworzyć własną firmę i tych, którzy ją otworzą.

W dalszej części ankietowani zostali poproszeni o wyrażenie opinii na temat cech charakteryzujących postawę przedsiębiorczą (rys. 3). Studenci najczęściej wskazywali na takie cechy, jak: kreatywność (13,7%), umiejętność podejmowania ryzyka (13,2%) oraz pracowitość (12,9%). W dalszej kolejności wskazywali na: komunikatywność (9,9%),

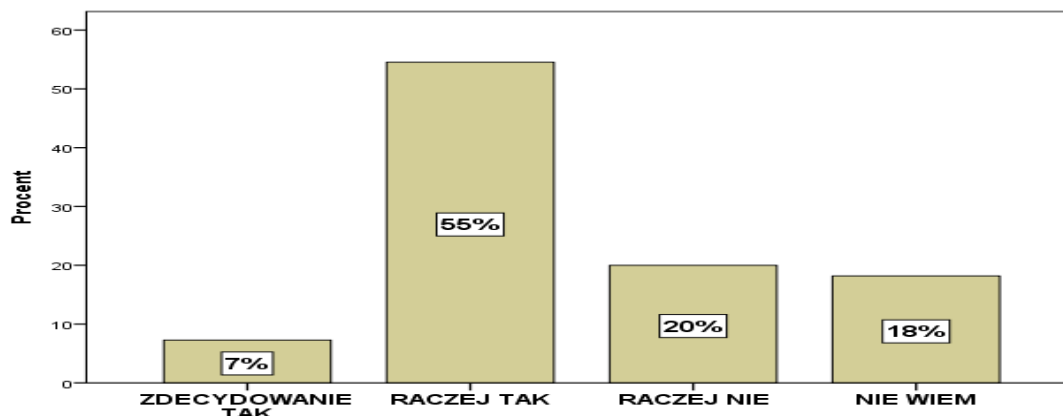
sumienność (9,6%), odporność na stres (9,6%), umiejętność dostosowywania do zmieniających się warunków (8,8%), intuicja (7,4%), upór i zdecydowanie (6,9%), przebojowość (3,8%).



Rys. 3. Cechy charakteryzujące postawę przedsiębiorczą najczęściej wskazywane przez studentów
Fig. 3. Characteristics of entrepreneurial attitude most often mentioned by students

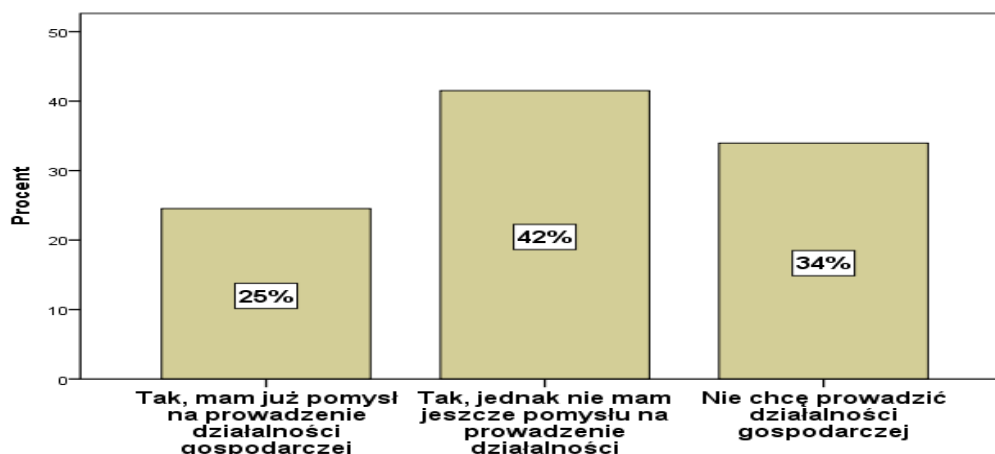
W rozbiciu na poszczególne kierunki studiów sytuacja wyglądała następująco. Wśród studentów zarządzania najczęściej wymienianymi cechami charakteryzującymi osobę przedsiębiorczą są: umiejętność podejmowania ryzyka, kreatywność oraz odporność na stres. Studenci ZiIP (zarządzanie i inżynieria produkcji) najczęściej wymieniali takie cechy, jak: pracowitość, kreatywność oraz umiejętność podejmowania ryzyka. Z kolei studenci socjologii są zdania, iż najczęściej osobę przedsiębiorczą charakteryzuje: kreatywność, pracowitość oraz umiejętność podejmowania ryzyka. Studenci logistyki wymienili takie cechy, jak kreatywność, umiejętność dostosowania do zmieniających się warunków oraz odporność na stres.

Następnie studenci zostali zapytani, czy uważają siebie za osobę przedsiębiorczą (rys. 4). Analiza wyników pokazuje, iż studenci WoiZ uważają się za osoby przedsiębiorcze, przy czym tylko 7% badanych wskazało, iż zdecydowanie uważają się za osoby przedsiębiorcze, a 55% uważa się raczej za osoby przedsiębiorcze. Za osoby raczej nieprzedsiębiorcze uważa się 20% studentów. Z kolei 18% respondentów nie wie, czy są osobami przedsiębiorczymi.



Rys. 4. Samoocena studentów na temat bycia przedsiębiorczym
 Fig. 4. Self-assessment of students about being entrepreneurial

Postawy przedsiębiorcze związane są w dużej mierze z aktywnością w postaci prowadzenia własnej działalności gospodarczej, w której studenci będą mogli korzystać z wiedzy zdobytej podczas studiów oraz rozwijać swoje zainteresowania. Zdecydowana większość studentów, bo aż 98%, nie prowadzi własnej działalności gospodarczej. Natomiast 1,8%, co stanowi 2 osoby spośród badanych, prowadzi działalność gospodarczą.

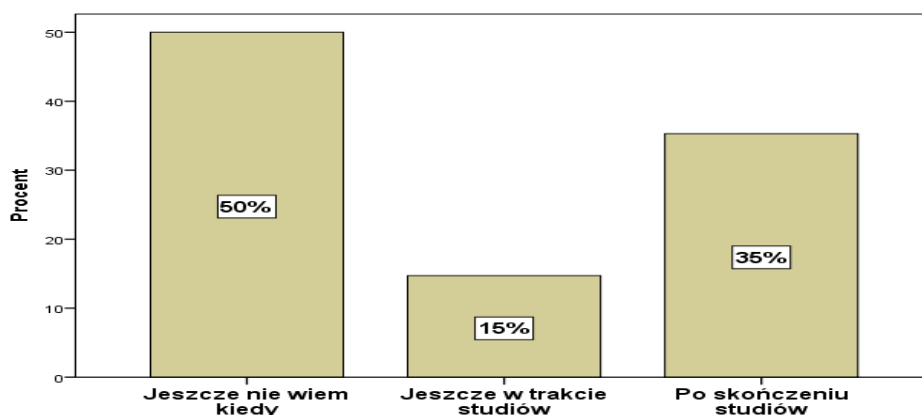


Rys. 5. Rozważanie prowadzenia własnej działalności gospodarczej przez studentów
 Fig. 5. Consideration running your own business by students

Na pytanie, czy studenci rozważają prowadzenie własnej działalności gospodarczej, zdecydowana większość rozważa podjęcie własnej działalności gospodarczej (rys. 5). 25% respondentów chce założyć działalność gospodarczą i ma już pomysł, jaka to będzie działalność, z kolei 42% badanych chce założyć własną działalność, lecz nie mają jeszcze pomysłu jaką. 34% badanych studentów nie chce zakładać działalności gospodarczej. Tych studentów poproszono o odpowiedź, dlaczego nie chcą zakładać działalności gospodarczej. Najczęściej wskazywali oni na brak pomysłu na biznes (39,3%), a także na brak środków finansowych na rozkręcenie działalności (21,4%) oraz zbyt duże ryzyko niepowodzenia

(21,4%). Częste wskazanie studentów na brak pomysłów na biznes może wynikać z braku znajomości przez studentów aktualnych trendów na rynku oraz umiejętności wyszukiwania niszy rynkowej.

Z kolei tych studentów, którzy rozważają założenie działalności gospodarczej, poproszono o wskazanie, kiedy chcą to zrobić (rys. 6). 50% badanych nie wie, kiedy założą własną działalność gospodarczą. Natomiast 35% studentów planuje ją założyć po zakończeniu studiów, a 15% jeszcze w trakcie ich trwania.



Rys. 6. Plany założenia działalności gospodarczej przez studentów

Fig. 6. Plans to start up a business by students

Na pytanie na temat opinii studentów dotyczących motywacji osób chcących założyć działalność gospodarczą (rys. 7) ankietowani najczęściej odpowiadali, iż osoby chcące założyć działalność gospodarczą motywuje chęć bycia niezależnym (19,1%). W dalszej kolejności wymieniali: większe zarobki (17,4%), chęć bycia samemu sobie szefem (14%) oraz dobry pomysł na biznes (14%). Według studentów w mniejszym stopniu motywuje chęć odpowiedniego wykorzystania wiedzy i doświadczenia (6,4%) oraz chęć podejmowania ryzyka (3,8%).



Rys. 7. Opinie respondentów na temat motywacji osób chcących założyć działalność gospodarczą

Fig. 7. The motivations of people who want to start up a business in opinion of respondents

Wśród pozytywnych konsekwencji, jakie upatrują studenci w prowadzeniu działalności gospodarczej, najczęściej wskazywane były możliwość bycia niezależnym (21%) oraz zadowolenie i satysfakcja (17,9%). Trochę mniej osób wskazywało na możliwość większych zarobków (15,7%), możliwość bycia sobie samemu szefem (14,4%), możliwość elastycznych godzin pracy (14%), możliwość rozwoju zawodowego (10,9%) oraz zapewnienie prestiżu (6,1%).

Z kolei jako negatywne konsekwencje prowadzenia własnej działalności gospodarczej studenci najczęściej wskazywali na ryzyko niepowodzenia w interesach (26,3%) oraz narażenie na stres (21,6%). Trochę mniej osób wymieniło brak stabilnego wynagrodzenia (18%), konieczność podejmowania ryzyka (17,4) oraz ograniczenie czasu wolnego (16,8%).

3.3. Wnioski z przeprowadzonego badania

Podsumowując przeprowadzone badanie, można sformułować następujące wnioski:

- Według studentów wydział, na którym studiują, przyczynia się do podnoszenia wiedzy z zakresu przedsiębiorczości dzięki zajęciom programowym dotyczącym tego zagadnienia.
- Wiedza studentów dotycząca przedsiębiorczości podczas trwania studiów powiększa się. Badanym brakuje jednak praktycznej wiedzy dotyczącej zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej.
- Studenci często nie wiedzą o różnych ofertach kursów, zarówno teoretycznych, jak i praktycznych, w zakresie przedsiębiorczości, oferowanych przez organy uczelniane. Z tego też powodu chęć studentów do uczestnictwa w takich zajęciach jest bardzo mała. Należałoby uświadomić studentom, iż istnieje szeroka gama ofert kursów oraz praktyk pozwalających na pogłębianie wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, a także zachęcić ich do korzystania z takich ofert.
- Studenci przeważnie uważają się za osoby przedsiębiorcze, jednakże należałoby bardziej zaktywizować osoby, które nie wiedziały, czy są przedsiębiorcze.
- Zdecydowana większość studentów deklaruje chęć prowadzenia własnej działalności gospodarczej, jednakże znaczna część badanych nie ma jeszcze pomysłu na prowadzenie działalności gospodarczej, co może wynikać z braku dobrej znajomości aktualnych potrzeb rynkowych.

Badanie wykazało, iż Wydział Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej daje studentom solidne podstawy z zakresu przedsiębiorczości, jednakże należałoby bardziej promować i cały czas umożliwiać pogłębienie wiedzy praktycznej z tego zakresu. Można by również wzmocnić działania Wydziału w zakresie rozwoju wiedzy na temat przedsiębiorczości wśród studentów, np. poprzez nawiązanie współpracy z jednostką samorządu terytorialnego, która od kilku lat prężnie wspiera rozwój przedsiębiorczości na

terenie miasta i organizuje wiele inicjatyw pozwalających na uzyskanie praktycznej wiedzy dotyczącej zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej.

Podsumowanie

Tematyka przedsiębiorczości od wielu lat stanowi zainteresowanie wielu przedstawicieli zarówno świata nauki, jak i przedstawicieli władz. Rozwój przedsiębiorczości jest motorem napędzającym gospodarkę, dzięki któremu powstają nowe miejsca pracy. Dlatego też ważne jest, aby wspierać młodych ludzi i pomagać im rozwijać w sobie postawy przedsiębiorcze, co z czasem może przełożyć się na zwiększenie liczby otwieranych firm.

Powyższe badanie wykazuje, że studenci mają odpowiednią wiedzę na temat przedsiębiorczości. Wiedza ta ciągle jest pogłębiana dzięki zajęciom z zakresu przedsiębiorczości, prowadzonym w ramach studiów. Studenci są zdania, iż wydział, na którym studiują, w znacznym stopniu przyczynia się do rozwoju i pogłębiania ich wiedzy z zakresu przedsiębiorczości. Większość studentów deklaruje chęć założenia własnej działalności gospodarczej, jednakże często brak im wiedzy praktycznej, która jest bardzo ważna przy prowadzeniu biznesu oraz pomysłu na to, w jakim zakresie rozwijać swoją działalność. Z tego też powodu należałoby studentom tworzyć możliwości do praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy, co niejednokrotnie jest oferowane przez władze Wydziału oraz jednostkę samorządową, która prężnie wspiera rozwój przedsiębiorczości w mieście. Należałoby bardziej promować takie właśnie działania, co pozwoliłoby wielu osobom na poznanie „od kuchni” tajników prowadzenia biznesu.

Bibliografia

1. Adamczyk W.: Przedsiębiorczość: próba systematyki. „Przegląd Organizacji”, nr 2, 1996.
2. Aronson E.: Psychologia społeczna – serce i umysł. Wydawnictwo Zysk i Spółka, Poznań 2006.
3. Bratnicki M.: Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002.
4. Kapusta F.: Przedsiębiorczość – teoria i praktyka. WZZiB, Poznań 2006.
5. Karaś M.: Czynniki wpływające na dostrzeżenie i wdrażanie przedsiębiorczych szans. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 1045, Wrocław 2004.
6. Kirzner I.: The Entrepreneurial Process, [in:] Kent C.A. (ed.): The Environment of Entrepreneurship. Lexington Books, Toronto 1984.

7. Krajewski K.: Przedsiębiorczość i integracja. „Decydent”, nr 6/34, 2002.
8. Lipski S.: Przedsiębiorczość – postawa, talent czy wiedza, [w:] Merski J., Piotrowski K. (red.): Przedsiębiorczość młodzieży. Szanse, bariery, perspektywy. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003.
9. Piecuch T.: Cechy przedsiębiorcy. „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, nr 2, 2009.
10. Piecuch T.: Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013.
11. Rudolf S. (red.): Przedsiębiorczość i twórcze myślenie w biznesie. Katedra Ekonometrii Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002.
12. Shane S., Venkataraman S.: The promise of entrepreneurship as a field of research. „Academy of Management Review”, vol. 25, no 1, 2000.
13. Schumpeter J.: Kapitalizm. Socjalizm. Demokracja. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
14. Schumpeter J.: Teoria rozwoju gospodarczego. PWN, Warszawa 1960.
15. Strelau J. (red.): Psychologia. Podręcznik akademicki, t. 2. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2008.
16. Weiss W., Citak O.: Przedsiębiorczość w ocenie jakości pracy, [w:] Skalik J. (red.): Zmiana warunkiem sukcesu. Integracja, globalizacja, regionalizacja – wyzwania dla przedsiębiorstw. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, nr 963, Wrocław 2002.
17. Westlund H.: Multidimensional Entrepreneurship: Theoretical Considerations and Swedish Empirics. „Regional Science Policy & Practice”, vol. 3, iss. 3, 2011.
18. Wiatrak A.P.: Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje, [w:] Jaremczuk K. (red.): Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia. Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2003.

Abstract

The issue of entrepreneurship for many years is of interest to representatives of many branches of science. Development of entrepreneurship is extremely important for the efficient functioning of the economy of the country. Therefore, it is important to promote entrepreneurship among young people. During studies thanks to the classes of entrepreneurship, students gain theoretical knowledge on this subject, which may contribute the desire to deepen this knowledge and use it in practice by setting up a business and running one's own business.